

N° 614

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2011-2012

Enregistré à la Présidence du Sénat le 27 juin 2012

RAPPORT D'INFORMATION

FAIT

au nom de la commission des finances (1) sur la fiscalité numérique,

Par M. Philippe MARINI,

Sénateur.

(1) *Cette commission est composée de : M. Philippe Marini, président ; Mme Marie-France Beaufile, MM. Jean-Pierre Caffet, Yvon Collin, Jean-Claude Frécon, Mmes Fabienne Keller, Frédérique Espagnac, MM. Albéric de Montgolfier, Aymeri de Montesquiou, Roland du Luart, vice-présidents ; MM. Philippe Dallier, Jean Germain, Claude Haut, François Trucy, secrétaires ; M. Philippe Adnot, Mme Michèle André, MM. Jean Arthuis, Claude Belot, Michel Berson, Éric Bocquet, Yannick Botrel, Joël Bourdin, Christian Bourquin, Serge Dassault, Vincent Delahaye, Francis Delattre, Mme Marie-Hélène Des Esgaulx, MM. Éric Doligé, Philippe Dominati, Jean-Paul Emorine, André Ferrand, François Fortassin, Thierry Foucaud, Yann Gaillard, Charles Guené, Edmond Hervé, Pierre Jarlier, Roger Karoutchi, Yves Krattinger, Dominique de Legge, François Marc, Marc Massion, Gérard Miquel, Georges Patient, François Patriat, Jean-Vincent Placé, Jean-Marc Todeschini, Richard Yung.*

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
AVANT PROPOS	7
CHRONOLOGIE DES TRAVAUX	10
UNE FEUILLE DE ROUTE POUR UNE FISCALITÉ NUMÉRIQUE NEUTRE ET ÉQUITABLE	11
STEPPING STONES TO A NEUTRAL AND FAIR TAXATION OF DIGITAL ECONOMY	12
I. L'ORIGINE PARLEMENTAIRE DU DÉBAT SUR LA FISCALITÉ NUMÉRIQUE	13
A. UN RAPPEL DES TRAVAUX DE LA COMMISSION DES FINANCES	13
1. <i>2008-2010 : lancement des travaux sur les phénomènes de distorsion de concurrence et d'optimisation fiscale des grands acteurs du numérique</i>	13
2. <i>2010 – 2011 : une première initiative législative</i>	14
a) La taxe sur la publicité en ligne « première version » : votée puis supprimée.....	14
b) La taxe sur l'achat de services de commerce électronique (Tascoé) : retirée au bénéfice d'une réflexion à mener	16
B. LA QUESTION DE LA FISCALITÉ NUMÉRIQUE EST ENTRÉE DANS LE DÉBAT PUBLIC NATIONAL ET INTERNATIONAL	17
1. <i>Un sujet transversal...</i>	18
a) Le conseil national du numérique (CNNum)	18
b) De nombreux travaux sénatoriaux vont dans le sens d'une meilleure régulation fiscale des activités numériques	19
c) Les professionnels des médias et des télécoms appellent de leurs vœux l'équité fiscale entre acteurs nationaux et groupes basés à l'étranger.....	20
2. <i>... et une prise de conscience des pratiques d'optimisation fiscale des grands groupes de l'Internet</i>	21
a) Les médias : un puissant relais d'information pour les problématiques qui touchent les principaux pays de consommation (Etats-Unis, Royaume-Uni, France,...)	21
b) Le lancement par le Gouvernement d'une mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique	22
II. LES EFFETS DES PRATIQUES D'OPTIMISATION FISCALE : UN CONSTAT LARGEMENT PARTAGÉ	23
A. LES DIFFICULTÉS D'APPRÉHENSION FISCALE DES TRANSACTIONS DÉMATÉRIALISÉES	23
1. <i>Un problème européen : l'exemple de la TVA sur les services électroniques</i>	23
a) Le régime actuel de TVA sur les services fournis par voie électronique.....	23
b) Le futur régime issu du « paquet TVA » applicable à partir de 2015 pour les services fournis par voie électronique (directive 2008/8/CE du 12 février 2008).....	25
2. <i>Un problème mondial : l'exemple de l'imposition des bénéfices</i>	27
a) L'érosion de matière fiscale dans les États de consommation	27
b) Les circuits d'optimisation fiscale : « double Irish » et « Dutch sandwich ».....	28
c) Un travail de révision des normes existantes des conventions pour l'imposition des bénéfices à initier avec l'OCDE.....	30

B. LE PHÉNOMÈNE DE CAPTATION DES RECETTES FISCALES ISSUES DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE CONCERNE TOUS LES ETATS DE CONSOMMATION.....	32
1. <i>En Europe : le cas de l'Italie est illustratif de la nécessité pour les grands Etats de consommation de préserver et accroître leurs recettes fiscales</i>	32
2. <i>Aux Etats-Unis : le problème du recouvrement de la « sales tax » par chacun des Etats fédérés</i>	34
C. UN ENJEU GLOBAL ET LÉGITIME DE FINANCEMENT DES RÉSEAUX, DE LA CULTURE, DES ÉTATS ET DE L'UNION EUROPÉENNE	36
1. <i>Pour financer le déploiement des réseaux haut débit</i>	36
2. <i>Pour développer les industries culturelles</i>	37
3. <i>Pour contribuer au budget général de l'État</i>	37
4. <i>Voire, pour définir de nouvelles ressources pour le budget de l'Union européenne</i>	38
III. QUELLES PISTES CONCRÈTES POUR ÉTABLIR UNE FISCALITÉ NUMÉRIQUE NEUTRE ET ÉQUITABLE ?	38
A. « ONE LEVEL PLAYING FIELD » : AFFIRMER LE PRINCIPE DE NEUTRALITÉ ET D'ÉQUITÉ DE TRAITEMENT FISCAL DES FLUX DÉMATÉRIALISÉS DE VALEUR AJOUTÉE	38
1. <i>Une nécessité sur le plan économique car le e-commerce présente une assiette dynamique à long terme</i>	39
a) Un gisement de croissance structurelle.....	39
b) La publicité en ligne : le développement durable d'un nouveau marché.....	39
c) Le commerce électronique : l'irrésistible expansion	41
2. <i>Les facteurs de distorsion de concurrence sont multiples</i>	42
a) Exemples de distorsion technologique entre opérateurs	42
b) Exemples de distorsion fiscale entre publicité classique et publicité en ligne.....	43
c) Exemples de distorsion de charges entre commerce physique « bricks and mortar » et commerce électronique : le cas de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom).....	44
3. <i>La compétition fiscale entre États européens : une voie sans issue</i>	45
a) Le cas de la TVA sur le livre numérique	45
b) Le cas de la vidéo à la demande	47
B. NOUVELLES TAXES ET PROCÉDURES DE RECOUVREMENT : UNE BOÎTE À IDÉES ISSUES DES PROPOSITIONS DES PROFESSIONNELS ET ACTEURS DU NUMÉRIQUE	48
1. <i>La représentation fiscale des acteurs Internet non-résidents en France à partir de certains seuils d'activité</i>	49
2. <i>L'extension aux acteurs Internet étrangers de taxes applicables aux acteurs français (taxes sur les services de télévision, sur les opérateurs de télécom, sur les vidéogrammes, sur la copie privée,...)</i>	50
3. <i>Les taxes sur la publicité et sur le commerce électronique, le retour</i>	50
4. <i>Une contribution sur la valeur ajoutée numérique (CVAN), par analogie avec la contribution sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE)</i>	51
5. <i>Un octroi numérique sous la forme d'un droit d'accès aux infrastructures de réseaux ou une taxation des adresses IP, etc...</i>	51
C. DES SOLUTIONS JURISPRUDENTIELLES OU DE RENÉGOCIATION INTERNATIONALE DU DROIT EN VIGUEUR PROPOSÉES PAR LE CONSEIL NATIONAL DU NUMÉRIQUE	52
1. <i>Le cycle commercial complet</i>	52
2. <i>La notion d'établissement stable virtuel</i>	53

IV. UNE FEUILLE DE ROUTE OPÉRATIONNELLE AUX NIVEAUX NATIONAL, EUROPÉEN ET INTERNATIONAL	54
A. LA NÉCESSAIRE RÉGULATION FISCALE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE.....	54
1. <i>Définir une véritable stratégie européenne du numérique</i>	54
2. <i>Les grandes lignes de la feuille de route pour une fiscalité numérique neutre et équitable</i>	55
B. UNE PROPOSITION DE LOI POUR INITIER LE MOUVEMENT : DESCRIPTION DU DISPOSITIF	55
1. <i>Le volet procédural : instaurer une obligation déclarative pour les redevables non établis en France</i>	56
a) S'inspirer de l'expérience réussie du cadre juridique de l'agrément des sites de jeux en ligne.....	56
b) ...et veiller à l'euro compatibilité du dispositif déclaratoire	58
2. <i>Le volet fiscal</i>	59
a) Une nouvelle version de la taxe sur la publicité en ligne.....	59
b) La taxe sur les services de commerce électronique « Tascoé », une extension de la Tascom	60
c) Étendre aux acteurs de l'Internet certaines taxes existantes au profit de la culture.....	61
3. <i>Engager le Gouvernement dans la voie de la fiscalité numérique</i>	62
SUMMARY IN ENGLISH: STEPPING STONES TO A NEUTRAL AND FAIR TAXATION OF DIGITAL ECONOMY	65
I. THE ORIGINS OF THE DEBATE ON DIGITAL ECONOMY TAXATION	65
A. CHRONOLOGY OF THE FINANCE COMMITTEE'S WORKS.....	65
B. CHANGES IN THE LEGISLATIVE AND REGULATORY CONTEXT ON THE TAXATION OF E-COMMERCE SINCE THE INITIAL 2011 FINANCE ACT WAS PASSED.....	66
1. <i>The "first version" of the online advertising tax: passed and then rejected</i>	66
2. <i>The tax on the purchase of e-commerce services (Tascoé): withdrawn for further review</i>	66
C. THE QUESTION OF DIGITAL TAXATION HAS ENTERED THE PUBLIC ARENA	67
1. <i>The creation of the National Digital Council (Conseil national du numérique – CNNum)</i>	67
2. <i>Media and telecom professionals are calling for taxation fairness between national players and the groups based abroad</i>	67
3. <i>A tax debate on four levels: an equation with Networks, Culture, State and European Union</i>	68
II. WHAT ARE THE CONCRETE ASPECTS FOR A NEUTRAL AND FAIR DIGITAL ECONOMY TAXATION?	68
A. FACTOR IN FAVOR OF THE LEGISLATOR'S WORK: E-TAXATION IS PART OF THE CURRENT ECONOMIC, FISCAL AND POLITICAL CLIMATE	69
1. <i>Economically: e-commerce is a dynamic taxable income base</i>	69
2. <i>Taxation: how to tax dematerialized e-commerce?</i>	69
3. <i>Politically: the taxation of Internet giants has become an item in French political programs</i>	70

B. THE DIGITAL TAXATION FORUM OF FEBRUARY 14, 2012: “A SUGGESTION BOX” AND PROPOSALS TO BE EXAMINED	70
1. <i>Proposals for new taxes and collection procedures</i>	71
a) Certain telecom operators have proposed extending taxes paid by French players to foreign Internet players.....	72
b) The return of the online advertising tax “second version”.....	72
c) The e-commerce services tax (Tascoé).....	72
d) A levy on the digital added value.....	73
e) A digital grant in the form of an access right to network infrastructures	73
2. <i>Solutions in case law or the international renegotiation of the law in force</i>	73
C. STEPPING STONES TO A DIGITAL ECONOMY TAXATION BILL	74
1. <i>The work program: explore and examine</i>	74
2. <i>The outline of a Bill for a neutral and fair taxation of digital economy</i>	74
EXAMEN EN COMMISSION	77
LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES	93
ANNEXES	101
ANNEXE I - EXTRAIT DE LA SÉANCE DU 16 FÉVRIER 2010 LOI N° 2010-237 DU 9 MARS 2010 DE FINANCES RECTIFICATIVE POUR 2010	101
ANNEXE II - EXTRAIT DE LA SÉANCE DU 22 NOVEMBRE 2010 LOI N° 2010-1657 DU 29 DÉCEMBRE 2010 DE FINANCES POUR 2011	117
ANNEXE III - COMPTE RENDU DE LA TABLE RONDE SUR LA FISCALITÉ DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE (MERCREDI 18 MAI 2011)	145
ANNEXE IV - EXTRAIT DE LA SÉANCE DU 22 JUIN 2011 LOI N° 2011-900 DU 29 JUILLET 2011 DE FINANCES RECTIFICATIVE POUR 2011	163
ANNEXE V - LES ACTES DU FORUM DE FISCALITÉ NUMÉRIQUE DU 14 FÉVRIER 2012	175
ANNEXE VI - PROPOSITION DE LOI POUR UNE FISCALITÉ NUMÉRIQUE NEUTRE ET ÉQUITABLE	261

« Internet est un Nouveau Monde, dont l'émergence est encore plus importante que la découverte de l'Amérique. Un monde sans territoire, à côté, en plus. Une soudaine extension de l'existence, qui installe une manière différente de nous relier aux autres et d'inventer notre vie ; le bouleversement est considérable. Un Nouveau Monde qui n'a pas grand-chose de virtuel, contrairement à ce que nous disons trop souvent. »

Jean-Claude Kaufmann, sociologue¹

« L'industrie numérique menace la puissance publique de devenir incapable. N'ayant pas la capacité de percevoir l'impôt et de percevoir des taxes, elle est mise dans une situation d'incapacitation structurelle. »

Bernard Stiegler, philosophe²

Mesdames, Messieurs,

L'économie mue radicalement avec la globalisation de l'Internet et, dans ce contexte, **la fiscalité numérique apparaît comme la nouvelle fiscalité du 21^{ème} siècle : à nouvelles « assiettes », nouveaux impôts.** Une fiscalité moderne ne peut donc plus ignorer les formes sans cesse innovantes de création de valeur et de richesse apportées par la croissance de l'économie numérique. Celle-ci ne connaît pas de frontières et la crise de l'euro montre que la concurrence fiscale entre Etats partageant la même monnaie est une voie sans issue face à des grands acteurs de l'Internet – les fameux « GAFA » (Google, Apple, Facebook et Amazon) – dont les critères d'implantation au Luxembourg ou en Irlande reposent quasi-exclusivement sur un principe d'**optimisation fiscale.**

Voici maintenant plus de deux ans que, pour des raisons d'**équité fiscale** et pour faire face aux **phénomènes de distorsion de concurrence** et d'optimisation fiscale – dans les secteurs notamment de la publicité en ligne et du commerce électronique –, **un débat s'est ouvert sur la manière de faire contribuer aux finances de l'Etat des groupes qui, en parfaite conformité avec les règles fiscales françaises et européennes, sont établis fiscalement dans d'autres pays de l'Union européenne, et ne paient donc pas en France d'impôt sur les sociétés** alors même que ces groupes utilisent les infrastructures et les services publics situés sur le territoire national, et surtout font appel au pouvoir d'achat des consommateurs français.

¹ Source : <http://www.psychologies.com/Culture/Medias/Articles-et-Dossiers/Casseroles-numeriques>.

² Cf. les actes du forum de fiscalité numérique du 14 février 2012 (Annexe V).

Dès 2010, votre commission des finances s'était intéressée à la problématique de l'érosion des assiettes fiscales, mise en lumière dans un premier rapport sur **l'impact du développement du commerce électronique sur les finances de l'Etat**¹. C'est notamment ce débat sur la fiscalité numérique qui a conduit le Parlement, en loi de finances pour 2011, à instituer une **taxe sur les services de publicité en ligne** égale à 1 % du montant de la prestation. A l'époque, **cette première initiative improprement qualifiée de « taxe Google » avait recueilli, dans son principe, une large approbation du Sénat**. Mais comme on le verra plus loin, cette disposition a été supprimée sous la pression très forte et médiatique du secteur de l'Internet et l'argument, en partie fondé, que ne s'appliquant qu'aux annonceurs basés en France sans atteindre les acteurs établis à l'étranger, elle présentait le risque de voir les groupes délocaliser leurs activités d'annonceur et donc de ne faire peser cette taxe nouvelle que sur les PME françaises.

L'issue de cette première phase de travaux législatifs aura été positive au moins sur deux aspects :

- elle aura d'abord permis d'identifier et de poser les bases d'une **réflexion sur la neutralité et l'équité de la fiscalité applicable à l'économie numérique** ;

- elle aura, grâce à l'effet d'« aiguillon » de la discussion parlementaire, **définitivement installé cette problématique au cœur du débat public et institutionnel**. Une rapide recherche sur Internet des occurrences « *fiscalité numérique* » ou « *taxe sur la publicité en ligne* » témoigne de la vigueur du débat sur la « toile » et de l'importance des intérêts en jeu.

C'est la raison pour laquelle votre rapporteur a souhaité approfondir ce sujet et poursuivre un cycle d'auditions, de participations à de nombreux forums et de déplacements, notamment à Dublin, au siège de Google, ainsi qu'à Bruxelles auprès des services de la Commission européenne (*cf. infra* « chronologie des travaux »). Il a constaté que **les phénomènes de distorsion de concurrence et les stratégies d'optimisation fiscale employées par les grands groupes de l'Internet**, dans les secteurs de la publicité en ligne et du commerce électronique, **sont de plus en plus largement dénoncés parmi les acteurs et professionnels de l'économie numérique**. Il faut signaler le danger que représente la concurrence déloyale des grands acteurs de l'Internet basés dans les pays à fiscalité basse, ainsi que **l'érosion des recettes fiscales** issues de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), de l'impôt sur les sociétés et des divers prélèvements permettant de financer la culture.

Partant de ces constats et compte tenu des enjeux politiques majeurs (compétitivité, croissance des marchés, impact sur l'industrie européenne, équilibre des finances publiques), le présent rapport a pour objet de rendre compte de ces travaux et de **proposer une feuille de route, la plus**

¹ Rapport d'information n° 398 (2009-2010) du 7 avril 2010 présenté par Philippe Marini, alors rapporteur général.

opérationnelle possible, destinée à installer, aux niveaux national, européen et international, une fiscalité numérique neutre et équitable.

Cette feuille de route, qui sera développée dans le corps du rapport, comprend **trois objectifs** à atteindre à trois niveaux :

- **à court terme, le niveau national** au moyen d'une proposition de loi prévoyant un **dispositif de déclaration fiscale applicable aux acteurs étrangers** pour une série de taxations destinées à rétablir la neutralité et l'équité fiscale ;

- **à moyen terme, le niveau européen** avec le **raccourcissement du calendrier de mise en œuvre de la directive TVA relative aux services électroniques** (2008/8/CE du 12 février 2008) qui, en l'état, entre en vigueur le 1^{er} janvier 2015 mais reporte à 2019 la perception effective de la totalité de la TVA sur les services électroniques par l'Etat de résidence du consommateur final ;

- **à moyen et long terme, le niveau international** avec la **redéfinition des règles d'imposition des bénéfices** établies par l'OCDE, en prenant en compte la spécificité de l'économie numérique et de la dématérialisation des flux de richesses.

Le contexte européen semble maintenant se prêter à ce mouvement et les opinions publiques nationales commencent à prendre conscience du fait que les comportements d'optimisation fiscale nuisent aux finances publiques de leurs Etats. Ce sujet est donc devenu un enjeu de premier plan dans l'actualité économique et fiscale, tant d'un point de vue national qu'international car sont touchés par ces distorsions fiscales de concurrence tous les grands Etats de consommation. En effet, l'essor des transactions électroniques soulève le problème du recouvrement de l'impôt non seulement en Europe, mais aussi aux Etats-Unis. **La feuille de route proposée implique donc la recherche de synergies au niveau européen avec les parlementaires des Etats membres rencontrant les mêmes problématiques** (Grande-Bretagne, Allemagne, Italie, Espagne, etc.) en vue de l'élaboration d'une stratégie commune.

Aussi, pour joindre l'acte à la parole et **apporter une contribution concrète au débat**, votre rapporteur a-t-il déposé, dans la foulée de la communication effectuée le 27 juin dernier – qui a servi de base à la rédaction du présent rapport – devant votre commission des finances, **une proposition de loi intitulée « pour une fiscalité numérique neutre et équitable »**¹.

¹ Proposition de loi n° 682 (2011-2012) présentée par Philippe Marini, sénateur, le 19 juillet 2012, dont le dispositif figure en annexe VI.

CHRONOLOGIE DES TRAVAUX

- décembre 2008 : examen de l'article 30 du projet de loi de finances rectificative pour 2008 (article 55 de la loi définitive), relatif à la lutte contre la fraude via Internet ;
- avril 2009 : lancement d'un marché d'étude sur l'impact du développement de l'Internet sur les finances de l'Etat ;
- octobre 2009 : remise du rapport d'étude réalisé par le Cabinet Greenwich Consulting ;
- février 2010 : premiers débats relatifs à la taxe sur la publicité en ligne et à la taxe sur le commerce électronique (Tascoé) dans le cadre de l'examen du projet de loi n° 2010-237 du 9 mars 2010 de finances rectificative pour 2010 (cf. annexe I) ;
- avril 2010 : table ronde sur l'impact du développement du commerce électronique sur les finances de l'Etat¹ ;
- novembre 2010 : adoption de la taxe sur l'achat de services de publicité en ligne dans le cadre de la loi n° 2010-1657 du 29 décembre 2010 de finances pour 2011 instituant un article 302 *bis* KI du code général des impôts (cf. annexe II) ;
- mai 2011 : table ronde organisée par la commission des finances sur la fiscalité du commerce électronique (cf. annexe III) ;
- mai 2011 : déplacement à Dublin et visite du siège de Google Ireland ;
- juin 2011 : suppression de la taxe sur l'achat de services de publicité en ligne (article 302 *bis* KI) par la loi n° 2011-900 du 29 juillet 2011 de finances rectificative pour 2011 (cf. annexe IV) ;
- février 2012 : parrainage du premier forum de fiscalité numérique organisé par la Fédération française de télécoms au Palais du Luxembourg (cf. annexe V) ;
- février 2012 : déplacement à Bruxelles et séance de travail avec la direction générale de la fiscalité et de l'union douanière de la Commission européenne ;
- mai 2012 : participation au forum « Fiscal neutrality in the digital space » organisé à Bruxelles par Vivendi, Bertelsmann et NBC Universal et séance de travail avec la direction générale de la concurrence de la Commission européenne ;
- juin 2012 : participation au 11^{ème} forum annuel des Télécoms et du net 2012 organisé à Paris par le journal Les Echos ;
- juin 2012 : participation aux ateliers du numérique organisés à Paris par le groupe Pages jaunes ;
- juin 2012 : communication devant la commission des finances et présentation de la feuille de route pour une fiscalité numérique neutre et équitable ;
- juillet 2012 : déplacement à Rome à la rencontre du sous-secrétaire d'Etat au ministère de l'économie et des finances en charge des questions fiscales, de parlementaires ainsi que des deux présidents des commissions en charge des finances au Sénat et à la Chambre des députés ;
- juillet 2012 : dépôt de la proposition de loi pour une fiscalité numérique neutre et équitable² (cf. annexe VI).

¹ Cf. le rapport d'information n° 398 (2009-2010) du 7 avril 2012.

² Proposition de loi n° 682 (2011-2012) pour une fiscalité numérique neutre et équitable présentée par M. Philippe Marini.

UNE FEUILLE DE ROUTE POUR UNE FISCALITÉ NUMÉRIQUE NEUTRE ET ÉQUITABLE

Le présent rapport est le résultat du programme de travail pour l'élaboration de la **proposition de loi pour une fiscalité numérique neutre et équitable**¹ qui a fait l'objet d'une communication devant la commission des finances le 27 juin 2012.

Cette proposition de loi s'inscrit dans des enjeux politiques majeurs (compétitivité, croissance des marchés, impact sur l'industrie européenne) et constitue **l'une des composantes d'un plan d'action global** qui comprendrait trois objectifs correspondant à trois niveaux :

- le **niveau national** avec le rétablissement de l'équité fiscale via un dispositif de déclaration fiscale applicable aux acteurs étrangers ;
- le **niveau européen** avec le raccourcissement du délai de basculement de la TVA sur les services électroniques vers le pays de consommation ;
- le **niveau international** avec la redéfinition des règles d'imposition des bénéficiaires au niveau de l'OCDE et de la directive ACCIS au niveau européen.

* * *

Au titre du niveau national, **la proposition de loi comporte deux volets** :

- d'une part, **un volet procédural** mettant en œuvre une **obligation de déclaration d'activité, le cas échéant au moyen d'un référent fiscal, par les acteurs de services en ligne basés à l'étranger** à partir de certains seuils d'activités, sur le modèle procédural de l'agrément accordé aux sites de jeux en ligne mais en respectant les principes de non discrimination et de proportionnalité ;

- d'autre part, **un volet fiscal** comportant deux séries de taxation, la première destinée à **assurer la neutralité fiscale** en matière de taxation de la publicité en ligne et du commerce électronique (Tascoé) au dessus de certains seuils d'activité, la seconde visant à **établir l'équité fiscale** en étendant aux acteurs étrangers de l'internet certaines taxes existantes relatives aux services de télévision et à la fourniture de vidéogrammes à la demande.

* * *

En complément de la proposition de loi, le plan d'action proposé comporte, dans une perspective à moyen et long terme, deux propositions qui méritent un soutien spécifique et la recherche de synergies au niveau européen avec les parlementaires des Etats membres rencontrant les mêmes problématiques (Grande-Bretagne, Allemagne, Italie, Espagne, etc.) de distorsion de concurrence et d'optimisation fiscale des grands acteurs du net :

- au niveau européen, renégocier le calendrier de mise en œuvre de la directive TVA relative aux services électroniques (2008/8/CE du 12 février 2008) afin d'avancer son échéancier d'application ;

- au niveau international, sensibiliser et convaincre les parlementaires et les Gouvernements des Etats membres de l'Union d'initier un processus de renégociation des règles d'imposition des bénéficiaires établies par l'OCDE, en prenant en compte la spécificité de l'économie numérique et de la dématérialisation des flux de richesses.

¹ Ibid.

STEPPING STONES TO A NEUTRAL AND FAIR TAXATION OF DIGITAL ECONOMY

The mechanism outlined for the proposed Bill is part of a **global road map for a neutral and fair taxation of digital economy**. This report was presented by Mr. Philippe Marini in front of the finance committee and adopted on June 27th, 2012.

The road map includes three levels: national, European and international.

* * *

At the **national level**, the proposed Bill for a neutral and fair taxation of digital economy, filed on July 19th, 2012 (*cf.* annexe VI), includes two sections:

- firstly a **procedural section** with an **obligation for players based abroad to declare a tax from certain thresholds of business activity** which would target large groups (the “over the tops”¹ but also France established companies) based on the procedural model for approving online betting sites, but **respecting the principles of non-discrimination and proportionality** ;

- secondly a **taxation section** with two series of taxation, one intended to re-establish **taxation fairness** by taxing advertising and e-commerce services, and the second concerning on line taxation, regarding to net neutrality and financing the cinematographic industry, by extension to foreign players taxes video on demand services (VOD).

* * *

In a longer-term perspective, two other proposals deserve specific support and the search for synergies at the European level with MP’s from member states which are experiencing the same problems of distortion of competition at the European level (United Kingdom, Germany, Italy, Spain etc):

- at the **European level, renegotiate the schedule for implementing the VAT directive on electronic services** (2008/8/CE – February 12th, 2008) in order to bring its application deadline nearer than 2015 or 2019, the term of the transition phase;

- at the **international level**, convince and **make the MP’s in the Member states aware about initiating a process to renegotiate the OECD rules for taxing profits** by taking the specificity of the digital economy and the dematerialization of flows of wealth into account.

* * *

For more details, see the summary (page 65).

¹ Also named « GAFAs » which stands for Google, Apple, Facebook and Amazon.

I. L'ORIGINE PARLEMENTAIRE DU DÉBAT SUR LA FISCALITÉ NUMÉRIQUE

A. UN RAPPEL DES TRAVAUX DE LA COMMISSION DES FINANCES

1. 2008-2010 : lancement des travaux sur les phénomènes de distorsion de concurrence et d'optimisation fiscale des grands acteurs du numérique

Déjà, en 2008, à l'occasion de la loi n° 2008-1443 du 30 décembre 2008 de finances rectificative pour 2008, relative à la lutte contre la fraude via Internet, la question s'était posée de savoir s'il fallait fixer un seuil d'activité à partir duquel une pratique répétée, régulière et professionnelle de transactions électroniques ne constituerait pas, pour les particuliers qui s'y livrent, un moyen d'évasion fiscale. Il s'agissait de « *trouver des moyens innovants, mais équitables, transparents et justes, afin que le principe de neutralité s'applique à des transactions identiques, quels qu'en soient la forme, les modalités, le support, la technologie* ».

Puis en 2009, la commission des finances avait commandé une étude au cabinet Greenwich Consulting et organisé, le 7 avril 2010, une première table ronde sur l'impact du développement du commerce électronique sur les finances de l'Etat¹. Celle-ci avait mis en évidence que ce secteur constituait une « zone à risque fiscal » du fait de la rapidité et de la puissance avec lesquelles se créent ces nouveaux modes de création de valeur qui constituaient, selon la direction de la législation fiscale, « *les principales difficultés en matière de taxation de l'e-commerce* »².

Deux des sujets alors traités, **l'impôt sur les sociétés et la taxe sur la valeur ajoutée** (TVA), illustraient tout particulièrement les difficultés, toujours d'actualité, qu'éprouvent les Etats à établir et percevoir les taxes applicables aux ventes dématérialisées sur Internet :

- l'enjeu principal concernait **la fuite des recettes fiscales liées à l'impôt sur les sociétés** car les règles internationales en vigueur au sein de l'OCDE ne permettent pas de rattacher de manière satisfaisante les bénéfices des sociétés établies hors de nos frontières à raison du chiffre d'affaires qu'elles réalisent sur notre territoire ;

- par ailleurs, **la problématique du recouvrement de la TVA s'agissant de la vente de services électroniques** à destination de consommateurs sur le territoire français avait été soulevée. Cette question sera développée dans le corps du présent rapport.

¹ Cf. le rapport d'information n° 398 (2009-2010) précité.

² Marie-Christine Lepetit, directrice de la législation fiscale - Table ronde du 7 avril 2010.

Ce débat a été porté par la commission des finances tout au long de l'année 2010 et a donné lieu, le 18 mai 2011, à une seconde « table ronde sur la fiscalité du commerce électronique », précédant d'une semaine le « e-G8 » et mettait en exergue la conjonction d'intérêts du législateur, de l'exécutif et des professionnels pour l'économie numérique.

2. 2010 – 2011 : une première initiative législative

Les premiers débats relatifs à la taxe sur la publicité en ligne et à la taxe sur le commerce électronique (Tascoé) se sont tenus dans le cadre de l'examen de la loi n° 2010-237 du 9 mars 2010 de finances rectificative pour 2010 (*cf.* annexe I)¹ et ont trouvé une traduction, sur le plan législatif, en loi de finances pour 2011, sur le fondement des deux amendements adoptés au préalable par la commission des finances.

a) La taxe sur la publicité en ligne « première version » : votée puis supprimée

C'est dans ce contexte qu'à l'initiative de votre commission des finances, le Parlement avait institué en loi de finances pour 2011 une **taxe sur les services de publicité en ligne à 1 % du montant de la prestation**. Le rendement fiscal demeurerait très modeste, tout au plus 20 millions d'euros. Il s'agissait d'une première proposition destinée à répondre concrètement à l'une des recommandations du rapport « Création et Internet » – rendu le 6 janvier 2010 par MM. Patrick Zelnik, Jacques Toubon et Guillaume Cerutti – et au souhait du Président de la République de l'époque de lutter contre l'évasion fiscale engendrée par les grandes multinationales de l'Internet et du commerce électronique.

Le dispositif adopté visait à instituer, au profit du budget général de l'Etat, **une taxe sur l'achat de services de publicité en ligne par les entreprises établies en France**. Ainsi, l'article 27 de la loi n° 2010-1657 du 29 décembre 2010 de finances pour 2011 a-t-elle créé un article 302 *bis* KI du code général des impôts. Celui-ci instituait, à compter du 1^{er} juillet 2011, une **taxe sur les services de publicité en ligne** due par tout preneur professionnel assujéti à la taxe sur la valeur ajoutée et égale à 1 % du montant hors taxe de la prestation².

¹ A noter que l'amendement relatif à la publicité en ligne a été repris et déposé dans les mêmes termes par Jack Ralite et les membres du groupe communiste, républicain, citoyen et des sénateurs du parti de gauche. Par ailleurs, Nicole Bricq (Soc – Seine-et-Marne) déclarait : « Nous voterons ces amendements identiques, car, depuis la loi du 1^{er} août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information, dite « loi DADVSI », le groupe socialiste ne cesse de demander la taxation d'Internet. En vain. Nous souscrivons à un grand nombre des propos de M. le rapporteur général de la commission des finances ».

² L'application de cet article, originellement fixée au 1^{er} janvier 2011, a été reportée au 1^{er} juillet 2011 à la demande du Gouvernement lors de la discussion des conclusions de la CMP « afin de laisser le temps de prévoir les modalités de l'instruction fiscale et de prendre les contacts nécessaires avec les professionnels » (François Baroin, séance du 15 décembre 2010).

Cette nouvelle **taxe** devait être appliquée **uniquement aux transactions électroniques effectuées entre entreprises** dites *business to business (B to B)*, **les achats de services de publicité électronique effectués par les particuliers annonceurs étant exclus** de son champ.

Article 302 bis KI du code général des impôts (*abrogé*)

I. — Il est institué, à compter du 1^{er} juillet 2011, une taxe sur l'achat de services de publicité en ligne. Par services de publicité en ligne sont désignées les prestations de communication électronique autres que les services téléphoniques, de radiodiffusion et de télévision dont l'objet est de promouvoir l'image, les produits ou les services du preneur.

II. — Cette taxe est due par tout preneur, assujéti à la taxe sur la valeur ajoutée au sens de l'article 256 A et établi en France, de services de publicité en ligne et est assise sur le montant, hors taxe sur la valeur ajoutée, des sommes versées au titre des prestations mentionnées au I.

III. — Le taux de la taxe est de 1 %.

IV. — Cette taxe est liquidée et acquittée au titre de l'année civile précédente lors du dépôt de la déclaration, mentionnée au 1 de l'article 287, du mois de mars ou du premier trimestre de l'année civile.

V. — La taxe est 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.

Cette première initiative improprement qualifiée de « **taxe Google** » avait donc recueilli une large approbation du Sénat puis de l'Assemblée nationale. Les débats en séance publique ont souligné le fait que le Gouvernement partageait le « *souci d'assurer une neutralité fiscale entre les différents supports publicitaires* », mais également montré les limitations inhérentes à un dispositif applicable aux seuls acteurs établis en France (*cf.* annexe II).

En dépit de son **caractère indiscutablement opérationnel** (*cf.* encadré ci-après), cette disposition a été par la suite supprimée, avant son entrée en vigueur prévue pour le 1^{er} juillet 2011 par la loi n° 2011-900 du 29 juillet 2011 de finances rectificative pour 2011 (*cf.* annexe IV), sous la pression très forte et médiatique du secteur de l'Internet et l'argument que ne s'appliquant qu'aux annonceurs basés en France sans atteindre les acteurs établis à l'étranger, elle présentait le risque de voir les groupes délocaliser leurs activités d'annonceur et donc de ne faire peser cette taxe nouvelle que sur les PME françaises sans atteindre le principal intéressé : Google notamment, mais aussi Amazon et Apple¹.

¹ Ces deux opérateurs qui exercent leurs activités dans le domaine des ventes en ligne sont davantage concernés par la taxe sur le commerce électronique (*cf.* infra).

**Le caractère opérationnel de la première version de la taxe sur la publicité en ligne
(article 302 bis KI)**

Mme Maxime Gauthier, chef du service de la gestion fiscale à la direction générale des finances publiques (DGFIP). – La gestion de cette nouvelle taxe est plus simple qu'on se l'imagine... Rappelons d'abord le droit positif. La taxe sur les services de publicité en ligne, créée par la loi de finances pour 2011, figure à l'article 302 bis KI du code général des impôts. Nous avons à rédiger une instruction fiscale en sachant qu'Internet a un caractère différent, plus créatif et moins normé, que les médias traditionnels.

La taxe est due par l'annonceur, c'est-à-dire par les entreprises françaises qui annoncent sur Internet, quel que soit le lieu où se situent le serveur et son gestionnaire et, *a fortiori*, les lecteurs. Il s'agit des entreprises assujetties à la TVA et, parmi celles-ci, des plus grandes, celles qui relèvent du régime normal de la déclaration « au réel ». Le seuil de chiffre d'affaires à partir duquel une entreprise sera redevable de la taxe est de 777 000 euros pour les activités de vente et revente et de 234 000 euros pour les prestations de services. En dessous de ces montants, les plus petites entreprises relèvent du régime simplifié de déclaration et ne sont donc pas concernées.

Son entrée en vigueur est fixée au 1^{er} juillet de cette année. Elle sera payée pour la première fois en avril 2012, sur le chiffre d'affaires des entreprises pour la période de juillet à décembre 2011.

Le taux est de 1 % du montant hors taxe versé au diffuseur, tel qu'il apparaît sur la facture. Par souci de simplification, il n'y aura pas de déclaration spécifique : elle se fera sur une annexe de la déclaration de TVA, suivant une pratique familière des entreprises.

C'est un impôt autoliquidé : l'entreprise le déclare et fait le chèque à l'administration fiscale. Les grandes entreprises, qui déclarent mensuellement la TVA, le feront avec la déclaration de mars 2012, et les autres avec la déclaration trimestrielle de mars.

L'entrée en vigueur s'effectuant en deux temps, les comptables des entreprises concernées devront incrémenter ces sommes à compter du 1^{er} juillet, la déclaration et le paiement correspondant intervenant en avril 2012. Toutes ces entreprises télédéclarent ; elles ajouteront la taxe à leur télépaiement.

Comme à l'accoutumée, nous accompagnerons toute cette procédure de l'information nécessaire aux entreprises, que l'on pourra consulter sur le site impots.gouv.fr.

Source : table ronde sur la fiscalité du commerce électronique du 18 mai 2011 (cf. annexe III)

*b) La taxe sur l'achat de services de commerce électronique
(Tascoé) : retirée au bénéfice d'une réflexion à mener*

Le second amendement, visant à créer une **taxe sur l'achat de services de commerce électronique (Tascoé)**, également due par les professionnels, a été retiré suite à l'engagement du Gouvernement d'engager une « réflexion globale »¹. La portée de cette seconde initiative était considérable. Alors que le produit de la taxe sur la publicité en ligne, était

¹ *Georges Tron, secrétaire d'Etat chargé de la fonction publique* : « Puisque nous sommes tous d'accord pour reconnaître l'intérêt de ce sujet et des questions posées, notamment en termes de concurrence européenne, et pour constater qu'une réflexion globale doit être engagée sur la fiscalité, je peux prendre l'engagement, au nom du Gouvernement, de constituer un groupe de travail regroupant des parlementaires, des experts, des entrepreneurs, afin de nourrir une réflexion globale. [...] Monsieur le rapporteur général, si vous en êtes d'accord, je vous propose donc de constituer ce groupe de travail, afin de développer notre réflexion et de voir si, en fin de compte, nous devons reprendre votre amendement dans sa forme actuelle ou si nous devons intervenir sous une autre forme » (*Séance du 23 novembre 2010 – cf. annexe II*).

estimé, au plus, à 20 millions d'euros (1 % d'un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros), le rendement fiscal de la Tascoé pouvait atteindre 500 millions d'euros (0,5 % d'un chiffre d'affaires de 100 milliards d'euros dans le e-commerce *B to B*).

Cette initiative résultait du constat que le commerce électronique échappe à la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) qui s'applique au commerce traditionnel et, qu'en vertu du principe de neutralité fiscale, il apparaissait légitime d'étudier la création d'une imposition spécifique sur un marché en plein essor. Par analogie avec la Tascom, la création d'une taxe sur les achats de services de commerce électronique devait être mise à la charge de l'entreprise.

Le dispositif alors proposé était le suivant :

- cette taxe serait due par tout **preneur** – entreprises établie en France et soumise à la taxe sur la valeur ajoutée – de services de commerce électronique ;

- elle serait **assise sur le montant des dépenses** engagées pour l'achat de toute fourniture de biens ou services effectué au moyen d'une communication électronique dans des conditions définies par décret ;

- elle ne s'appliquerait pas lorsque le chiffre d'affaires annuel de l'établissement preneur de la prestation de commerce électronique serait inférieur à 460 000 euros (ce montant étant le même que celui qui déclenche l'exigibilité de la Tascom). Par conséquent, près des deux tiers des entreprises en seraient exonérées.

B. LA QUESTION DE LA FISCALITÉ NUMÉRIQUE EST ENTRÉE DANS LE DÉBAT PUBLIC NATIONAL ET INTERNATIONAL

L'issue de cette première phase de travaux législatifs, malgré l'absence d'évolution concrète du droit en vigueur, aura été positive au moins sur deux aspects :

- elle aura d'abord permis d'identifier et de poser les bases d'une **réflexion sur la neutralité et l'équité de la fiscalité applicable à l'économie numérique** ;

- elle aura, grâce à l'effet d'« aiguillon » de la discussion parlementaire, **définitivement installé cette problématique au cœur du débat public et institutionnel**. Une rapide recherche sur Internet des occurrences « *fiscalité numérique* » ou « *taxe sur la publicité en ligne* » témoigne de la vigueur du débat sur la « toile » et de l'importance des intérêts en jeu.

Aujourd'hui, tous les acteurs et professionnels du secteur s'accordent sur le danger que représente la concurrence déloyale des « GAFAs ». Aussi peut-on aujourd'hui se réjouir que ce **sujet transversal** fasse réellement l'objet d'une **prise de conscience citoyenne**.

1. Un sujet transversal...

a) *Le conseil national du numérique (CNNum)*

C'est à la demande de l'ancien ministre chargé de l'industrie, de l'énergie et de l'économie numérique, Eric Besson, que Pierre Kosciusko-Morizet, président-directeur général de Priceminister, a présenté, le 25 février 2011, un rapport relatif à la création du conseil national du numérique (CNNum). Cette commande répondait à un vœu du Président de la République de disposer d'une nouvelle instance consultative sur l'ensemble des textes législatifs et réglementaires, ainsi que sur l'ensemble des politiques publiques touchant à la société de l'information et à la révolution numérique

Ce rapport proposait notamment que le CNNum formule des recommandations annuelles afin d'accélérer le développement de l'économie numérique en France dans deux domaines de compétences :

- un rôle prospectif, se traduisant par la formulation de propositions au Gouvernement sur la politique à mener ;
- un rôle consultatif auprès du Gouvernement, du Parlement, des fédérations professionnelles et des autorités administratives indépendantes.

A ce titre, il précisait, dans le respect de la séparation des pouvoirs que « *le régulateur naturel du secteur Internet ou du numérique demeure[ait] le Parlement* ». De ce point de vue, il apparaît en effet judicieux que les parlementaires ne soient pas appelés à siéger dans cette instance.

Lors du conseil des ministres du 27 avril 2011, dix-huit membres ont été nommés, représentant notamment les secteurs du e-commerce, des opérateurs de télécom et des éditeurs de logiciels. Le CNNum était alors présidé par Gilles Babinet, entrepreneur et fondateur de Musiwave (leader de la sonnerie haute-définition sur téléphone portable) puis, depuis le 27 avril dernier par Patrick Bertrand, directeur général du groupe CEGID. La création du CNNum est donc intervenue avant la tenue du « e-G8 » qui a réuni à Paris les grands acteurs mondiaux de l'Internet les 24 et 25 mai 2011.

Dès sa création, le Conseil national du numérique s'est saisi de la question de la fiscalité applicable à l'économie numérique et s'est prononcé le 14 février dernier dans des **termes correspondant à la démarche de la commission des finances**: « *Comment faire contribuer aux finances de l'Etat des groupes qui, en parfaite conformité avec les règles fiscales françaises et européennes, sont établis fiscalement dans d'autres pays de l'Union européenne que la France, et ne paient donc pas en France d'impôt sur les sociétés alors même que ces groupes utilisent les infrastructures situées sur le territoire français, les services publics français, bénéficient d'avantages fiscaux et sociaux pour l'embauche d'ingénieurs formés par le système scolaire et universitaire français ?* »¹.

¹ Source : avis n° 8 du 14 février 2012 du Conseil national du numérique relatif à ses pistes de réflexion en matière de fiscalité du numérique. Cet avis a formulé plusieurs recommandations

b) De nombreux travaux sénatoriaux vont dans le sens d'une meilleure régulation fiscale des activités numériques

De **nombreux travaux parlementaires** montrent également que cette question peut être **un élément de consensus, au-delà des spécialisations techniques et des frontières partisans**. Des convergences de vues apparaissent parmi nos collègues pour appréhender les nouveaux acteurs de la chaîne de valeur numérique.

Ainsi, la table ronde organisée par Marie-Christine Blandin, présidente de la commission de la culture, sous l'intitulé « *Comment concilier liberté de l'Internet et rémunération des créateurs ?* »¹, a-t-elle été suivie d'une autre table ronde réunie par Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'études Médias et nouvelles technologies, sur le thème particulier de la fiscalité numérique². La commission de l'économie, a également eu à examiner une proposition de loi visant à assurer l'aménagement numérique du territoire, déposée par nos collègues Hervé Maurey et Philippe Leroy, laquelle comportait diverses taxations spécifiques destinées à abonder le fonds d'aménagement numérique des territoires (FANT)³. La recherche de ressources nécessaires à l'Europe plus orientées vers les flux et les nouvelles technologies figure également parmi les préoccupations exprimées par nos collègues de la commission des affaires européennes, Pierre Bernard-Reymond et André Gattolin⁴.

La délégation à la prospective s'est aussi emparée de la question à travers un rapport, présenté par Joël Bourdin, président, intitulé « *Commerce électronique : l'irrésistible expansion* »⁵, qui met en lumière les perspectives de développement de ce secteur à l'horizon 2020 et, corrélativement, les facteurs de risque qu'il fera peser sur le commerce traditionnel et les grandes surfaces de distribution.

Enfin, la commission d'enquête sur l'évasion fiscale et les actifs hors de France et ses incidences fiscales, qui a rendu ses conclusions le 24 juillet dernier, s'est penchée sur les mécanismes de fraude fiscale, mais aussi d'optimisation fiscale, en relevant que **quelques acteurs internationaux comme le G20 commencent à pointer du doigt le problème de l'évasion fiscale**. Elle a considéré que « *l'Europe reste trop en retrait sur le sujet* », ajoutant que « *c'est au cœur même de l'Europe que l'on compte les paradis*

tendant à l'assujettissement des acteurs étrangers de l'Internet à l'imposition sur les bénéficiaires : le cycle commercial complet et la notion d'établissement stable virtuel. Celles-ci sont présentées et commentées plus loin dans le présent rapport.

¹ Rapport d'information n° 478 (2011-2012) du 11 janvier 2012.

² Rapport d'information n° 571 (2011-2012) du 26 janvier 2012.

³ Proposition de loi n° 118 (2011-2012) visant à assurer l'aménagement numérique du territoire.

⁴ Rapport d'information n° 385 (2011-2012) « Les ressources propres : un nouveau test de la capacité de l'Union européenne à se réinventer » présenté par Pierre Bernard-Reymond le 21 février 2012.

⁵ Rapport d'information n° 272 (2011-2012) du 18 janvier 2012.

fiscaux parmi les plus prospères : Luxembourg, Jersey ou Monaco [et qu'il] faut un cadre transparent et équitable »¹.

Eu égard à l'importance économique croissante du secteur de l'économie numérique, la commission d'enquête a consacré une section de son rapport à l'examen de **l'optimisation fiscale internationale des entreprises du numérique**. Faisant référence aux études menées par la commission des finances et, notamment, aux initiatives de taxation de la publicité en ligne et du commerce électronique, la commission d'enquête a indiqué qu'elle soutenait « *les travaux tendant à fonder l'imposition des entreprises de l'économie numérique sur une composante de leur chiffre d'affaires plutôt que sur leurs bénéficiaires : il s'agit d'assurer des recettes fiscales aux États où réside la création de valeur et non à ceux où sont domiciliés les groupes multinationaux. Dans l'hypothèse où les négociations ne produiraient pas de résultats tangibles à brève échéance, votre commission préconise la mise au point de nouvelles formes de taxes sectorielles ayant une efficacité démontrable, et qui pourraient être instituées au moins à titre transitoire* »².

Le secteur du numérique : quelques ordres de grandeur.

Parmi les segments de l'industrie numérique :

- celui des télécommunications représente 2 000 milliards de dollars au niveau mondial, et affiche une rentabilité de l'ordre de 9 % ;

- les matériels électroniques grand public représentent 1 000 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 représentent globalement quelques dizaines de milliards de dollars.

Source : rapport n° 571 (2011-2012) présenté par Catherine Morin-Desailly, présidente du groupe d'étude « Médias et nouvelles technologies », « Actes de la table ronde du 26 janvier 2012 sur la fiscalité du numérique », cité également par le rapport de la commission d'enquête sur l'évasion fiscale précitée.

c) Les professionnels des médias et des télécoms appellent de leurs vœux l'équité fiscale entre acteurs nationaux et groupes basés à l'étranger

Par ailleurs, les opérateurs télécoms font état d'une préoccupation grandissante du fait de la multiplication des taxes affectées au cinéma, à l'audiovisuel public ou aux droits d'auteurs. Cette inquiétude est compréhensible car ils doivent faire face à un autre défi majeur qui est celui de l'équipement du territoire national en réseaux à haut et très haut débit.

D'un côté, ils estiment à 1,2 milliard d'euros par an le poids de la fiscalité s'appliquant spécifiquement à leur secteur au profit de l'Etat, des

¹ Rapport n° 673 (2011-2012) présenté par Eric Bocquet (CRC – Nord).

² Ibid.

collectivités locales, de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel public. De l'autre côté, ils considèrent que cette charge ne pèse pas sur les acteurs étrangers de l'Internet qui utilisent les réseaux et tendent à fournir des services similaires de téléphonie, de vidéo à la demande, de télévision connectée, etc.

Aussi, ont-ils estimé nécessaire, dans la continuité des travaux de la commission des finances, de « *demander aux pouvoirs publics de repenser complètement la fiscalité du numérique* » **pour qu'elle inclue les géants mondiaux de l'Internet afin de ne pas peser exclusivement sur les acteurs français**¹ et, ainsi, mettre un terme à une situation de distorsion fiscale de concurrence.

2. ... et une prise de conscience des pratiques d'optimisation fiscale des grands groupes de l'Internet

a) Les médias : un puissant relais d'information pour les problématiques qui touchent les principaux pays de consommation (Etats-Unis, Royaume-Uni, France, ...)

Il faut également relever qu'en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis, la presse s'est emparée du sujet, ce qui est nouveau, décrit et « décortiqué » dans le détail les stratégies d'optimisation fiscales². Il faut préciser que ni Apple, ni Google, ni Amazon ne contestent sur le fond les investigations menées par le Guardian et le New-York Times selon lesquels ces entreprises échappent également au fisc des Etats américains. A cet égard, nos collègues sénateurs outre-Atlantique commencent également à s'en émouvoir. L'un d'entre eux, Richard Blumenthal, s'est ainsi exprimé lors d'une audition d'Eric Schmidt, président de Google au sujet des pratiques de son entreprise en matière de moteurs de recherches : « *first you ran the racetrack, then you owned the racetrack. You own the horses now, and your horses are winning!* »³.

Sur le plan fiscal, le *New-York Times* a mis en évidence le fait que les 71 entreprises technologiques de l'index 500 de Standard & Poors, dont Apple, Google, Yahoo et Dell, s'acquittent d'un taux de prélèvements moyen moins élevé d'1/3 que celui des autres entreprises. Ainsi, il est estimé qu'**avec ces pratiques d'optimisation Apple aurait réduit de 2,4 milliards de dollars le montant de son impôt fédéral aux États-Unis**. Les analystes financiers prévoient également que la trésorerie d'Apple pourrait dépasser

¹ « L'Etat doit repenser la fiscalité du numérique », par Jean-Bernard Lévy, président de Vivendi, Xavier Niel, fondateur et vice-président d'Iliad, Stéphane Richard, PDG de France Télécom et Olivier Roussat, directeur général de Bouygues Telecom. (*Le Monde*, 16 Novembre 2001).

² « Google 2,4 % rate shows how \$60 billion lost to tax loopholes » (*Bloomberg* – par Jesse Drucker – 21 Octobre 2010) ; « Amazon: £7 billion sales, no UK corporation tax » (*The Guardian* – par Ian Griffiths – 4 avril 2012) ; « How Apple sidesteps billions in taxes » (*The New-York Times* – par Charles Duhigg et David Kocieniewski – 28 avril 2012); “Apple, sa montagne de cash et la peur de la banalisation” (*Les Echos* – par Romain Gueugneau – 2 avril 2012).

³ « Au début, vous participez à la course, ensuite vous achetez le champ de courses. Maintenant vous possédez tous les chevaux, donc vos chevaux gagnent toutes les courses ! », source : www.washingtonpost.com, 21 septembre 2009.

quelque 200 milliards de dollars d'ici trois ans, dont les 2/3 « bloqués » à l'étranger, dans l'attente de négociations fiscales avec le Congrès américain préalablement à tout rapatriement des fonds.

Ce sujet est donc devenu un enjeu de premier plan dans l'actualité économique et fiscale, tant d'un point de vue national qu'international car sont touchés par ces distorsions fiscales de concurrence tous les grands Etats de consommation. En effet, l'essor des transactions électroniques soulève le problème du recouvrement de l'impôt non seulement en Europe, mais aussi aux Etats-Unis.

b) Le lancement par le Gouvernement d'une mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique

En France, il n'est pas inutile de rappeler que le précédent Gouvernement s'était engagé à lancer un groupe de travail sur les distorsions de concurrence affectant la fiscalité des activités numériques¹, **mais force est de constater que depuis lors, il y a près de deux ans, la question n'avait que peu progressé sur le plan opérationnel.**

C'est pourquoi il convient de se féliciter de la toute récente décision du Gouvernement actuel, prise le 12 juillet dernier, de lancer une **mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique.**

Il faut aussi souligner que ce dernier s'est saisi de cet enjeu en le formulant dans des termes correspondant à la démarche de la commission des finances : « *notre système fiscal appréhende difficilement les nouvelles formes de transactions issues du développement de l'économie numérique. Il en résulte un manque à gagner pour les finances publiques et un désavantage compétitif pour les entreprises françaises, par rapport aux groupes internationaux qui s'organisent pour éluder ou minorer leur imposition* ». De plus, cette mission vient également conforter les travaux parlementaires menés par votre commission des finances en faveur d'assiettes d'impositions innovantes, l'un de ses objectifs étant de « *dégager des propositions en matière de localisation et d'imposition des bénéficiaires, du chiffre d'affaires, ou, éventuellement, sur d'autres assiettes taxables* »².

¹ Georges Tron, secrétaire d'Etat chargé de la fonction publique : intervention précitée du 23 novembre 2010.

² Source : communiqué de presse n° 029/032 du 12 juillet 2012 commun au ministre de l'économie et des finances, au ministre du redressement productif, au ministre délégué chargé du budget et à la ministre déléguée chargée des petites et moyennes entreprises, de l'innovation et de l'économie numérique. La mission a été confiée à MM. Pierre Collin, conseiller d'Etat, et Nicolas Colin, inspecteur des finances, pour une remise des conclusions à l'automne 2012.

II. LES EFFETS DES PRATIQUES D'OPTIMISATION FISCALE : UN CONSTAT LARGEMENT PARTAGÉ

A. LES DIFFICULTÉS D'APPRÉHENSION FISCALE DES TRANSACTIONS DÉMATÉRIALISÉES

Deux sujets, l'impôt sur les sociétés et la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), illustrent tout particulièrement les difficultés qu'éprouvent les Etats à établir et percevoir les taxes applicables aux ventes dématérialisées sur Internet.

En matière de TVA et d'impôt sur les sociétés, on assiste à un déplacement de la matière imposable des grands pays de consommation du e-commerce d'où proviennent les flux de richesses (Allemagne, Grande-Bretagne, France, Italie, Espagne) vers les pays d'établissement des « GAFA » : Luxembourg et Irlande. **L'enjeu pour les finances publiques est loin d'être négligeable :**

- s'agissant de la **TVA** sur les services électroniques, l'étude commandée en 2009 par la commission des finances au cabinet Greenwich consulting avait évalué à **300 millions d'euros la perte de recette fiscale engendrée en 2008 pour la France, et près de 600 millions d'euros pour 2014 ;**

- s'agissant de l'**impôt sur les sociétés**, le Conseil national du numérique (CNNum), créé le 27 avril 2011, estime que « les revenus générés par quatre de ces acteurs (Google, iTunes, Amazon et Facebook) oscilleraient entre 2,5 et 3 milliards d'euros en France », et que ceux-ci « acquittent en moyenne 4 millions d'euros par an au titre de l'impôt sur les sociétés alors qu'ils pourraient être, si on appliquait le régime français, redevables d'**environ 500 millions d'euros** ».

1. Un problème européen : l'exemple de la TVA sur les services électroniques

a) Le régime actuel de TVA sur les services fournis par voie électronique

Depuis le 1^{er} juillet 2003, le régime de TVA pour les services fournis par voie électronique obéit à la directive n° 2002/38/CE du 7 mai 2002.

Ce régime prévoit que, pour les services fournis par voie électronique, la TVA est due, dans la plupart des cas, dans le pays du preneur pour autant qu'il soit établi en dehors de la CE ou qu'il soit un professionnel établi dans la CE.

Avant 2003, le système commun de taxe sur la valeur ajoutée ne traitait pas de façon appropriée la question de la prestation de services fournis par voie électronique, car ce type de prestations n'avait pas été envisagé et l'application des anciennes règles à ce type de transactions conduisait à des

résultats discriminatoires et à des effets pervers. Les services originaires de l'Union européenne acheminés par voie électronique étaient, en règle générale, soumis à la TVA, indépendamment du lieu de consommation, alors que ceux en provenance de pays tiers, même fournis dans l'UE, ne l'étaient pas.

Aussi, la directive de 2002 a-t-elle constitué un progrès en éliminant les distorsions de concurrence dans le domaine des services de radiodiffusion et de télévision et des services fournis par voie électronique dans l'UE en introduisant de nouvelles règles harmonisées. Selon les termes mêmes de l'exposé des motifs de la directive, *« l'absence d'un régime de taxe juste et clair avait pour effet de décourager l'investissement et de placer les entreprises européennes dans une situation de désavantage concurrentiel »*.

Les modifications du système commun de taxe sur la valeur ajoutée en ce qui concerne l'assiette uniforme a concerné pour l'essentiel le lieu d'imposition des services fournis sous une forme électronique par le biais de réseaux électroniques.

Les services fournis sous une forme électronique incluent les services culturels, artistiques, sportifs, scientifiques, éducatifs, récréatifs et d'information, ou d'autres analogues, de même que les services informatiques en général, les logiciels et les jeux vidéo. Les règles mises en œuvre sont les suivantes :

- lorsque les services concernés, acheminés par voie électronique, sont fournis par un opérateur établi dans un pays tiers à un client résidant dans l'UE, le lieu d'imposition est réputé se trouver dans l'UE et ces services sont dès lors soumis à la TVA au taux de l'Etat de consommation du service ;

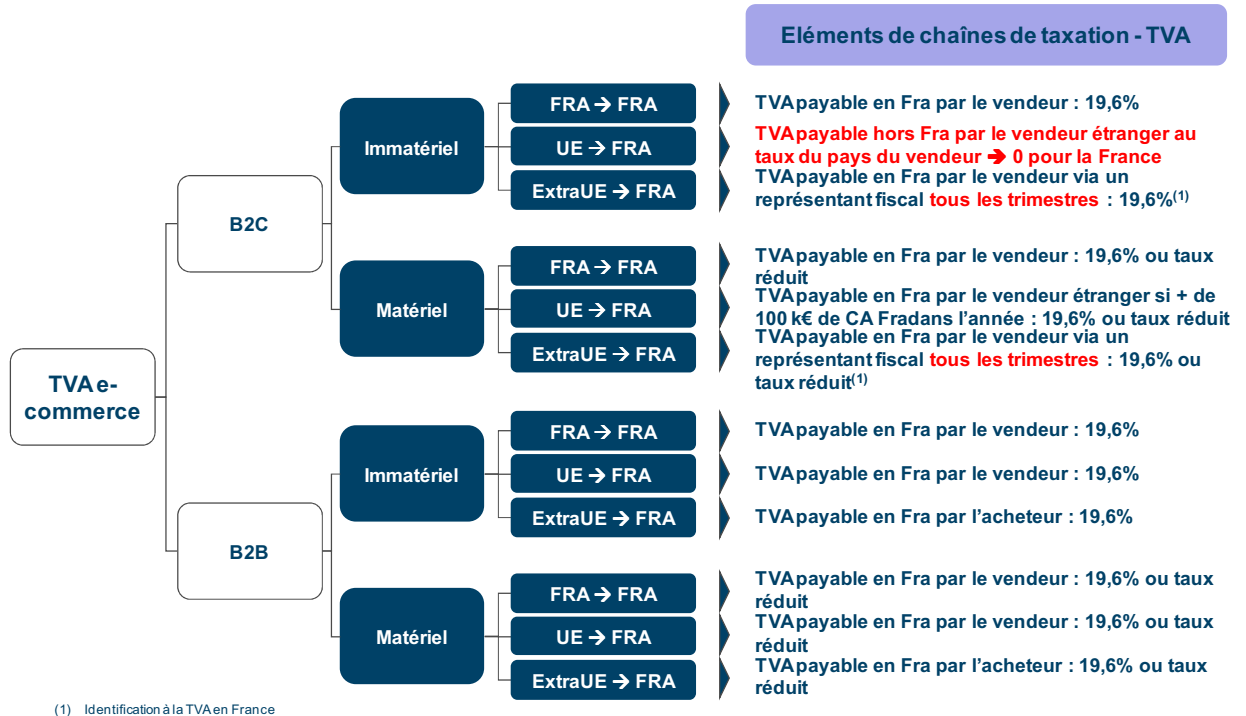
- lorsque ces services sont fournis par un opérateur de l'UE à un client résidant dans un pays tiers, le lieu d'imposition est celui où le client est établi et ces services ne sont pas soumis à une TVA communautaire ;

- lorsqu'un opérateur de l'UE fournit ce type de services à une entreprise établie dans un autre Etat membre, le lieu d'imposition est celui dans lequel l'entreprise cliente est établie ;

- lorsqu'un opérateur de l'UE fournit ce type de services à un particulier établi dans l'UE ou à un assujetti dans le même Etat membre, le lieu d'imposition continue d'être celui où le prestataire est établi.

C'est ce dernier point qui constitue aujourd'hui la source d'optimisation fiscale des grands groupes en faveur des pays membres à basse fiscalité. Le graphique ci-dessous illustre la singularité de ce régime car, parmi tous les cas de figure de la chaîne de paiement de la TVA, il demeure le seul où l'Etat de consommation ne perçoit pas la TVA.

Cas de taxation sur le e-commerce : TVA



Source: cabinet ReedSmith, Greenwich Consulting

b) *Le futur régime issu du « paquet TVA » applicable à partir de 2015 pour les services fournis par voie électronique (directive 2008/8/CE du 12 février 2008)*

Le conseil Ecofin du 4 décembre 2007 a changé la donne en matière de taxation des services fournis par voie électronique.

En effet, la règle qui visait à taxer dans le pays du prestataire de service e-commerce les services rendus à des particuliers établis dans l'UE sera remplacée, en application de la directive 2008/8/CE du 12 février 2008, par une règle qui permettra désormais de taxer les services rendus à ces personnes au taux du pays dans lequel elles sont établies. Les prestataires de commerce électronique seront donc obligés de collecter la TVA sur ces services au taux auquel est soumise la prestation dans le pays de consommation. Les prestataires devront collecter les diverses TVA et les reverser à travers un système de déclaration par Internet au niveau européen (similaire à celui qui existe aujourd'hui pour les assujettis non établis dans l'Union européenne).

Les nouvelles règles en matière de TVA visées par le conseil Ecofin sont applicables depuis le 1^{er} janvier 2010, mais celles qui concernent les services de télécommunication et les services e-commerce ne seront

applicables qu'à partir du 1^{er} janvier 2015 : la TVA due sera celle du pays du consommateur final (et non plus celui du prestataire).

C'est lors de ce conseil que la date d'application de la TVA sur les services électronique a été repoussée du 1^{er} janvier 2010 au 1^{er} janvier 2015 avec une période de transition jusqu'au 1^{er} janvier 2019, à la demande du Luxembourg. Les modalités précises de cette phase transitoire sont exposées dans l'encadré ci-dessous et illustrent les **conditions tout à fait particulières qui ont entouré cette prise de décision** dans le cadre du « paquet TVA ».

**Conseil des affaires économiques et financières « ECOFIN » du 4 décembre 2007
(extraits du communiqué de presse 15698/07)**

Le Conseil a dégagé un accord politique sur deux propositions de directives et une proposition de règlement visant à modifier le régime de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) afin de garantir que la TVA sur les services revienne au pays dans lequel la consommation a lieu et à éviter les distorsions de concurrence entre les États membres appliquant des taux de TVA différents.

(...)

Pour simplifier les obligations en matière de TVA rendues nécessaires par les nouvelles règles applicables aux services de télécommunications, de radiodiffusion et de télévision et les **services fournis par voie électronique**, un système de "guichet unique" sera introduit pour permettre aux prestataires de service de s'acquitter dans leur État membre d'origine d'un seul ensemble d'obligations en matière d'immatriculation, de déclaration et de paiement, y compris pour des services prestés dans d'autres États membres où ils ne sont pas établis. **Les recettes de TVA seront alors transmises du pays d'établissement du prestataire au pays où se trouve le consommateur, dont les taux et les contrôles en matière de TVA seront applicables.**

En règle générale, les mesures entreront en vigueur le 1^{er} janvier 2010.

L'accord politique dégagé par le Conseil a été rendu possible grâce à un compromis portant sur la modification de la règle relative au lieu d'imposition pour les services fournis par une entreprise à un consommateur en ce qui concerne les services de télécommunication, de radiodiffusion et de télévision et les **services fournis par voie électronique**.

Pour ce secteur:

- **l'application des nouvelles règles et du guichet unique sera reportée au 1^{er} janvier 2015 ;**
- **l'État membre d'établissement conservera, jusqu'au 1^{er} janvier 2019, une partie des recettes de TVA perçues au moyen du guichet unique. Cette part correspondra à 30 % des recettes du 1^{er} janvier 2015 au 31 décembre 2016, à 15 % du 1^{er} janvier 2017 au 31 décembre 2018, et à 0 % à partir du 1^{er} janvier 2019.**

La Commission sera chargée de présenter un rapport sur la faisabilité des nouvelles règles avant leur entrée en vigueur. Toutefois, ce rapport n'aura aucune incidence sur l'entrée en vigueur des nouvelles règles.

Cette décision du conseil Ecofin a donné lieu aux déclarations suivantes de Jean-Claude Juncker, Premier ministre et ministre des Finances du Luxembourg, se réjouissant que l'accord obtenu était à la fois « *bon pour le Luxembourg et bon pour l'Europe* » :

- « *Nous avons défendu nos intérêts que nous croyons être les intérêts de l'Europe également. Nous avons obtenu ce que nous voulions obtenir mais nous ne voulions pas bloquer l'Europe sur un plan important de sa politique fiscale. Nous avons dit oui à nos conditions, comme nous l'avions annoncé* » ;

- il a remercié la Présidence portugaise dont le comportement à l'égard du Luxembourg « *fut exemplaire* » en ce que la Présidence n'a pas

seulement repris les demandes luxembourgeoises dans ses propositions de compromis mais les a « *défendu bec et ongles jusqu'au dernier moment. Ce fut un bel exemple de l'amitié luso-luxembourgeoise* »¹.

Ces conditions très favorables au Luxembourg, et plus largement aux Etats d'établissement des « GAFA » (Google, Apple, Facebook et Amazon) sont remises en cause par un nombre croissant d'acteurs (Etats de consommation, professionnels du numérique et de la culture, parlementaires, etc.).

C'est pourquoi, il est proposé, au niveau européen, d'avancer le calendrier de mise en œuvre de la perception effective de la TVA sur les services électroniques par l'Etat de résidence du consommateur final :

- par l'anticipation, dès le 1^{er} janvier 2014, au lieu du 1^{er} janvier 2015, de la date d'entrée en vigueur du dispositif ;
- et le raccourcissement de la période de transition.

2. Un problème mondial : l'exemple de l'imposition des bénéfices

a) L'érosion de matière fiscale dans les États de consommation

L'impôt sur les sociétés est au cœur des difficultés soulevées par la localisation de la richesse créée par le commerce électronique. En effet, le système international en vigueur pose le principe selon lequel les revenus produits sur un territoire y sont taxés. Mais, la dématérialisation des services pose la question du lieu où sont créés les revenus, battant ainsi en brèche le principe fiscal français de territorialité de l'impôt.

Or les multinationales ont une approche globale du marché européen. Un siège social paneuropéen consolide la majorité du chiffre d'affaires et des bénéfices. Par exemple, eBay est implanté en Suisse, Amazon au Luxembourg, Expedia et Google en Irlande. Ces mécanismes ne sont pas propres au e-commerce mais leur ampleur est accrue par la grande mobilité des fonctions, des biens et des risques. Ainsi, en matière d'optimisation fiscale sur l'impôt sur les sociétés, selon un chiffrage réalisé en 2009 par le cabinet Greenwich Consulting, Amazon capterait un volume d'affaires de l'ordre de 930 millions d'euros en France, alors que la filiale française ne déclarerait qu'un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros, au titre de prestations de services logistiques, rémunérées par la holding luxembourgeoise. Cette estimation doit être considérée comme étant un ordre de grandeur illustratif.

Le tableau ci-après montre que ce constat n'épargne pas les autres pays européens, surtout les grands Etats de consommation que sont, avec la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne.

¹ Source : communiqué de presse du 4 décembre 2007 de Jean-Claude Juncker relatif à l'accord intervenu au Conseil « Affaires économiques et financières » sur le paquet TVA (http://www.gouvernement.lu/salle_presse/actualite/2007/12/04-ecofin/index.html).

**L'impôt sur les sociétés et le cas d'Amazon Europe :
la répartition du volume d'activité et du chiffre d'affaires déclaré par pays**

(en millions d'euros)

	Volume d'activité	CA déclaré	Emplois (ETP)
Luxembourg		3 801 M€	Non communiqué
France	930 M€	25 M€	318
Royaume-Uni	820 M€	105 M€	1 695
Allemagne	1 794 M€	67 M€	1 810
Irlande	90 M€	35 M€	50
Autres	-	3,5 M€	-
TOTAL	4 038 M€	4 038 M€	-

Source : étude réalisée par le cabinet Greenwich Consulting pour la commission des finances du Sénat (données 2009).

Ce phénomène s'explique par le fait que les mêmes règles internationales, qui ont abouti à la création de la notion d'établissement stable, rendent possible le rattachement des revenus dans un autre Etat que celui où le service est rendu, ce qui favorise l'installation du prestataire dans les Etats pratiquant des politiques de compétitivité fiscale.

b) Les circuits d'optimisation fiscale : « double Irish » et « Dutch sandwich »

Au-delà de la sphère française et européenne, il apparaît donc que l'optimisation fiscale des grands sites Internet touche toutes les régions du monde, y compris le pays dans lequel le e-commerce est né. En effet, il faut signaler que dans les circuits d'optimisation fiscale (« *double Irish* » et « *Dutch sandwich* ») les bénéfices de Google et d'Apple s'accumulent dans des paradis fiscaux et ne sont rapatriés aux Etats-Unis que sous couvert de négociation fiscale (*Cf.* encadré ci-après).

**Optimisation fiscale de Google,
dite du « Double Irish » et du « Dutch sandwich »**

Le « Double Irish » est un montage d'optimisation fiscale reposant sur une combinaison des règles de la propriété intellectuelle et du droit fiscal. De ce fait, il a surtout été adopté par des entreprises détentrices de brevets (industrie pharmaceutique, nouvelles technologies). Google, Facebook ou encore Microsoft y ont recours. Le « Dutch sandwich » est une composante de ce schéma. Le montage est le suivant :

1. Google US Inc. concède ses droits de propriété intellectuelle (brevets et marque) à une société irlandaise située aux Bermudes dénommée Google Ireland Holdings. En contrepartie, celle-ci paye une redevance à Google US Inc. dont le prix est fixé le plus bas possible pour limiter la charge fiscale aux États-Unis. Il convient cependant de noter que le fisc américain a approuvé ce prix de transfert en 2006.

2. Google Ireland Holdings est une société de droit irlandais mais, dès lors que son « centre de management effectif » est situé aux Bermudes, elle est exemptée d'impôt sur les bénéfices en Irlande.

En revanche, elle est la société-mère d'une filiale dénommée Google Ireland Limited, installée à Dublin, qui emploie près de 2 000 personnes. Celle-ci devient concessionnaire des droits de propriété intellectuelle détenus par sa mère en contrepartie du paiement d'une redevance très substantielle (environ 5,4 milliards de dollars).

Ainsi, Google Ireland Limited réalise l'ensemble du chiffre d'affaires de Google pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique ; soit près de 11 milliards de dollars (environ 88 % du CA non-américain de l'entreprise).

3. Le paiement de la redevance permet de « renvoyer » le bénéfice réalisé à la mère installée aux Bermudes. Comme il a été dit, Google Ireland Holdings échappe à l'impôt sur les bénéfices irlandais et le paiement de la redevance constitue une charge déductible pour Google Ireland Limited.

Selon le droit irlandais, les redevances liées à l'exploitation d'un droit de propriété intellectuelle ne font l'objet que d'une taxation minimale si elles sont transférées à l'extérieur du pays. Plus encore, elles sont totalement exemptées d'imposition si elles sont transférées à l'intérieur de l'Union européenne.

Entre les deux sociétés irlandaises s'interpose alors une société néerlandaise, Google Netherlands Holdings BV, simple coquille juridique, par laquelle transite le paiement des redevances – d'où le nom de « dutch sandwich ».

Au total, près de 99,8 % des bénéfices réalisés à Dublin sont perçus par Google Ireland Holdings sise aux Bermudes... où l'imposition sur les bénéfices n'existe pas.

4. Google est toutefois confronté à une ultime difficulté. Les bénéfices transférés aux Bermudes ne peuvent être rapatriés aux États-Unis sans faire l'objet d'une imposition à hauteur de 35 % (taux de l'imposition sur les bénéfices).

En 2005, l'Administration Bush avait établi une imposition exceptionnelle de 5 % pour les bénéfices rapatriés depuis l'étranger ; l'opération avait permis le retour de près de 300 milliards de dollars de bénéfices (environ 15 Mds \$ de recettes fiscales).

Google et d'autres entreprises américaines attendent aujourd'hui une mesure similaire pour effectuer un nouveau rapatriement. D'après Bloomberg, environ 2 000 milliards de dollars de bénéfices seraient à ce jour logés dans des paradis fiscaux. Néanmoins, les sociétés des Bermudes ne publient aucune comptabilité. La traçabilité des bénéfices est donc pour le moins incertaine.

c) Un travail de révision des normes existantes des conventions pour l'imposition des bénéfices à initier avec l'OCDE

L'OCDE a institué en janvier 1999 un groupe technique consultatif sur le suivi de l'application des normes existantes des conventions pour l'imposition des bénéfices des entreprises dans le contexte du commerce électronique. Celui-ci avait pour mission d'étudier les propositions en faveur de nouvelles règles.

Le **rapport final rendu en 2004** par ce groupe technique a présenté une série de modifications fondamentales des règles de taxation pour les adapter au contexte, alors naissant, du commerce électronique et répondre à la problématique d'érosion de la matière fiscale dans les États de consommation :

- l'adoption de règles analogues à celles qui régissent l'imposition des revenus passifs pour **taxer à la source les paiements relatifs à certaines formes de commerce électronique** (cette solution n'a pas été adoptée, de nombreux États membres ayant fait remarquer qu'un impôt sur la consommation ne pourrait s'appliquer aux seules importations résultant du commerce électronique car cela enfreindrait les règles de l'OMC et que, par ailleurs, elle ne serait pas applicable au consommateur privé (*B to C*), la limitant aux entreprises) ;

- une **retenue à la source par l'État de consommation sur les règlements érodant la matière imposable effectués à partir de son territoire au profit d'un vendeur non résident**, l'objet de cette option étant de s'assurer que le commerce électronique ne déplace pas indûment la matière imposable de l'État de consommation vers l'Etat de la résidence de l'établissement stable (non-conforme aux règles fiscales internationales en vigueur, elle obligerait à modifier radicalement toutes les conventions fiscales actuelles sur la double imposition) ;

- le remplacement de la comptabilisation des entités distinctes par la **répartition selon une formule préétablie des bénéfices d'un groupe commun**. Il s'agirait d'appliquer une nouvelle méthode internationale visant à ventiler les bénéfices que les pays auraient le droit de taxer. Il s'agit d'un concept proche de celui proposé dans le cadre du projet d'assiette commune consolidée pour l'impôt sur les sociétés (ACCIS)¹ dont l'application se limite à l'Union européenne (l'application au seul commerce électronique nécessiterait de définir le commerce électronique et introduirait une discrimination entre forme de commerce contraire aux conditions-cadre d'Ottawa (GATT) qui exigent la neutralité à l'égard des techniques commerciales) ;

- la création d'un **nouveau lien d'« établissement stable virtuel électronique »**. L'établissement stable virtuel a été proposé comme

¹ Cf. la proposition de résolution n° 580 (2010-2011) présentée le 7 juin 2011 par Pierre Bernard-Reymond et le rapport n° 711 (2010-2011) présenté par Philippe Marini sur la directive du Conseil concernant une assiette commune consolidée pour l'impôt sur les sociétés (ACCIS) (E6136).

substitution s'appliquant aux opérations de commerce électronique, mais obligerait à modifier la définition de l'établissement stable. Cette solution pourrait se présenter comme l'élargissement de l'ES aux « installations fixes d'affaires virtuelles », aux « agences virtuelles » (à savoir un équivalent électronique de l'établissement stable agent dépendant) ou à **la notion de « présence virtuelle »**. **Cette dernière solution se réfère à la présence économique d'une entreprise dans l'Etat où se trouve le client par une interaction électronique qui ne dépend pas d'une installation fixe**. Cette conception présente l'avantage de mieux s'adapter à l'évolution du commerce électronique et à l'essor des échanges de services et de biens immatériels (la mise en œuvre de l'une quelconque des trois options nécessiterait la modification des règles existantes).

Au final, et malgré un très important travail de proposition, **le groupe de travail avait toutefois conclu « qu'il ne serait pas opportun d'entreprendre pour le moment de telles réformes »** pour deux motifs :

- **le commerce électronique ne justifie pas de rompre en lui-même avec les règles existantes ;**

- **l'OCDE ne disposait pas de données tangibles prouvant que les gains d'efficience générés par les communications électroniques aient entraîné une baisse sensible des recettes fiscales des pays de consommation.**

Or il apparaît aujourd'hui que **le jugement alors émis par l'OCDE en 2004 doit être révisé à la lumière de l'essor des groupes internationaux de l'économie numérique** (Google, Apple, Facebook et Amazon – les « GAFA ») dont les modèles économiques semblent issus non seulement de leur avance technologique, mais aussi de leur stratégie d'optimisation fiscale. En effet, au début des années 2000, ces groupes ne dégagnaient que peu ou pas de bénéfices¹.

Pour ce faire, il est indispensable que les pays membres de l'OCDE, notamment dans une dimension Euro-Amérique, conviennent de l'opportunité

¹ « Le groupe du moteur de recherche Google a annoncé, jeudi 19 juillet, un bénéfice net en hausse de 11 % à 2,5 milliards de dollars (2 milliards d'euros) au deuxième trimestre, meilleur qu'attendu. Google, qui a récemment racheté Motorola Mobility, affiche un chiffre d'affaires global de 12,21 milliards de dollars (9,94 milliards d'euros) sur le trimestre, en hausse de 35 %. Les résultats de Google sont une nouvelle fois tirés par la publicité, qui représente 90 % des recettes du groupe. Le chiffre d'affaires provenant de l'international s'élevait à 5,96 milliards de dollars (4,9 milliards d'euros) pour le trimestre en revue » (www.lemonde.fr – 20 juillet 2012). *S'agissant de Facebook*, « le premier réseau social du monde a annoncé une perte nette de 157 millions de dollars pour le deuxième trimestre, déclenchant une nouvelle vague de vente du titre ». *Toutefois*, « la perte nette, alors qu'un an plus tôt Facebook était bénéficiaire à hauteur de 159 millions de dollars, est expliquée par le traitement comptable de stock options accordées aux employés et par des taxes liées à ces rémunérations, qui ont totalisé 1,3 milliard de dollars ». *Par ailleurs, la progression des recettes publicitaires se poursuit* : « le chiffre d'affaires affiche une hausse de 32 %, pour se situer juste au-dessus des attentes, à 1,18 milliard de dollars, contre 1,15 milliard attendu. Facebook a précisé que ses recettes publicitaires avaient progressé de 28 % sur un an, à 992 millions de dollars, et qu'elles représentaient désormais 84 % de ses recettes ». (www.lemonde.fr – 27 juillet 2012).

d'actualiser ces travaux. Dans cette optique, **il est demandé que les représentants du Gouvernement français auprès de l'OCDE formulent, à cet égard, une proposition d'inscription à l'ordre du jour des travaux de l'organisation.**

B. LE PHÉNOMÈNE DE CAPTATION DES RECETTES FISCALES ISSUES DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE CONCERNE TOUS LES ETATS DE CONSOMMATION

1. En Europe : le cas de l'Italie est illustratif de la nécessité pour les grands Etats de consommation de préserver et accroître leurs recettes fiscales

Pour 2011, les informations données par le pôle « NTIC » du bureau d'Ubifrance pour l'Italie font état de quelque 9 millions d'internautes achetant en ligne dont 5,4 millions d'habitues, soit 19 % des utilisateurs d'internet. 3 % des achats se font par téléphone mobile et 10 % des utilisateurs se disent prêt à acheter avec leur téléphone : c'est la demande la plus forte en Europe. Le marché du e-commerce atteindrait **8 milliards d'euros en 2011 avec une croissance forte de + 23 %**. Le secteur qui progresse le plus est le textile avec + 41 %. Les marchés en ligne italiens et espagnols sont tous les deux en forte croissance et l'Italie se situe au quatrième rang des marchés *online* en Europe.

Le marché italien est très concentré – les vingt premiers sites traitent 70 % du chiffre d'affaires du secteur – et s'est structuré depuis 2009 grâce à l'arrivée d'acteurs étrangers (notamment Amazon), mais connaît deux facteurs de rigidité : les coûts importants du transport et de la logistique d'une part, du marketing et de la communication d'autre part¹.

L'Italie présente donc sur ce secteur un taux de croissance similaire à celui rencontré en France, dont le marché a cru de 22 % entre 2010 et 2011 pour atteindre 37,7 milliards d'euros², mais aussi une particularité puisque **les deux tiers des ventes concernent des services**, et seulement un tiers des produits.

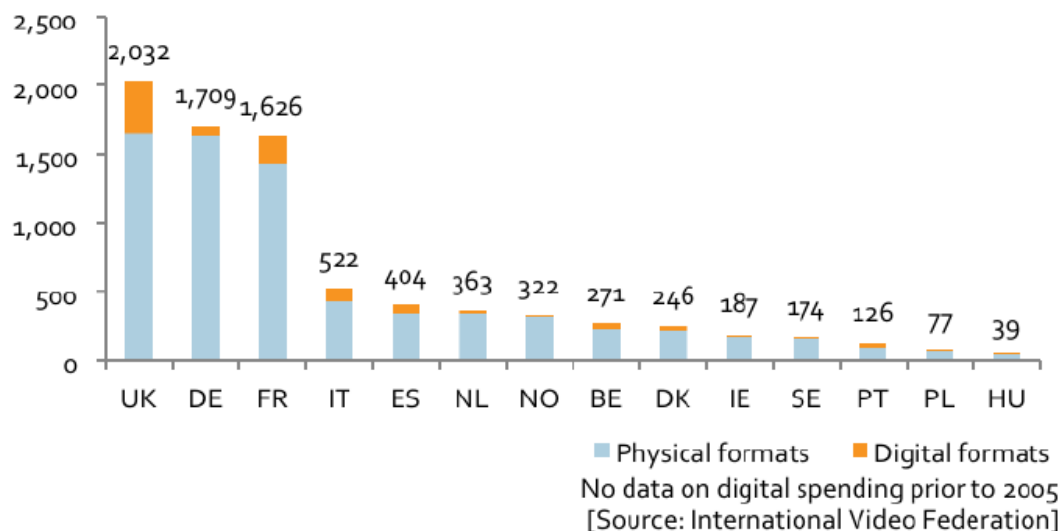
¹ En Italie, Bartolini domine le secteur des transports, ce qui entraîne des coûts logistiques deux fois supérieurs aux prix pratiqués en France. Par ailleurs, les investissements marketing afin d'asseoir une marque sont très importants et passent sur Internet par des campagnes de publicité « display » à grande échelle et du référencement payant sur des mots-clés très concurrentiels à forts volumes de trafic. Aussi, le succès du site italien lancé par Kiabi a reposé en grande partie sur la présence de magasins physiques et pas seulement sur sa présence sur le net.

² Source : Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD).

Il faut aussi noter que le l'Italie est, derrière le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France, le **quatrième marché de biens culturels**, notamment dans le secteur de la vidéo.

Dépenses de consommation de produits vidéo

(en millions d'euros)



Source : Enders Analysis « Let's go connected » (8 mai 2012)

Ces considérations montrent que **l'Italie est exposée aux mêmes problématiques fiscales en matière de TVA sur les services électronique et d'impôt sur les sociétés** que celles décrites précédemment pour la France :

- principe du non versement de la TVA au pays de consommation avant 2015, en réalité 2019 au terme de la période de transition ;
- érosion de l'assiette d'imposition sur les sociétés du fait de l'établissement hors d'Italie du principal acteur du e-commerce : Amazon.

Bien que la prise de conscience n'en soit qu'à ses prémices au niveau gouvernemental, et que la diffusion dans la presse de ce sujet soit loin d'avoir atteint la couverture médiatique constatée au Royaume-Uni et en France, certains parlementaires italiens se sont montrés convaincus de l'intérêt de développer une stratégie commune au niveau européen¹. Une telle démarche pour être efficace, devra trouver son prolongement dans la sensibilisation des gouvernements et des Parlements de tous les grands Etats de consommation².

¹ Lors du déplacement à Rome des 2 et 3 juillet derniers, ont été rencontrés MM. Vieri Ceriani, sous-secrétaire d'Etat au Ministère de l'économie et des finances en charge des questions fiscales, Mario Baldassarri, Président de la Commission des finances du Sénat, Giancarlo Giorgetti, Président de la Commission du budget à la Chambre des députés et Sandro Gozi, membre de la Commission de la politique de l'Union Européenne à la Chambre des députés.

² Dans cet esprit, votre rapporteur se rendra les 1^{er} et 2 octobre prochains à Londres.

2. Aux Etats-Unis : le problème du recouvrement de la « sales tax » par chacun des Etats fédérés

Aux Etats-Unis, la société Amazon est en conflit avec plusieurs Etats fédérés concernant le non recouvrement de la *sales tax* et son absence de reversement aux administrations fiscales compétentes. Il s'agit d'une taxe sur la vente appliquée dans la plupart des Etats américains et au Canada. Cet impôt indirect, qui n'est pas fédéral, est prélevé au point d'achat et reversé à l'Etat par le commerçant. Il s'agit d'un droit acquitté uniquement par le consommateur final. Or, l'application d'une telle taxe sur les ventes à distance pose, à l'échelle américaine, le problème de son recouvrement.

En l'espèce, le débat oppose les commerçants traditionnels américains, dits « *bricks and mortar* » – lesquels collectent la *sales tax* et la reversent à l'Etat – aux e-commerçants, au premier rang desquels figurent Amazon, qui, au motif qu'ils ne sont pas établis dans l'Etat de consommation ne collectent ni ne reversent aucune taxe. Corrélativement, s'agissant d'une taxe payée par le consommateur final, deux règles entrent en conflit et ont pour effet d'annuler tout prélèvement :

- le e-commerçant n'est pas tenu de collecter la *sales tax* à partir de l'Etat d'établissement de son siège ;

- le e-consommateur final doit alors auto-déclarer et liquider directement auprès de l'Etat de résidence la *sales tax* due au titre de ses achats. En pratique, cette règle est impraticable et donc totalement inusitée.

A ce titre, **les Etats concernés constatent une perte de recettes fiscales** et réclament à Amazon le paiement de la *sales tax*. Par ailleurs, **le commerce traditionnel dénonce une situation de concurrence déloyale créée par cette distorsion de charge fiscale.**

La tournure prise par les poursuites engagées par les Etats a contraint Amazon à entrer dans un cycle de négociation « Etat par Etat » pour fixer les conditions dans lesquelles la *sales tax* serait reversée même si l'entreprise n'y est pas établie. A ce jour, une dizaine d'Etats, dont la Californie, le Nevada (à partir de 2014), le Texas et la Virginie, ont conclu ou sont en cours de négociation pour conclure un accord de collecte et de reversement avec Amazon.

Il reste, comme l'illustre la carte ci-dessous, que **pour la majorité des Etats américains le commerce en ligne représente une fuite de matière fiscale.**

Etat de la collecte de la *sales tax* aux Etats-Unis par Amazon (janvier 2012)



L'enjeu est potentiellement considérable car cette société représente environ 20 % du commerce électronique aux Etats-Unis. Si l'on prend pour base de référence le chiffre d'affaires d'Amazon dans le e-commerce, 48,1 milliards de dollars en 2011, et un taux de *sales tax* compris entre 4 % et 7 % selon les Etats, on peut estimer que la perte globale de recettes s'inscrit dans une fourchette allant de 1,9 à 3,3 milliards de dollars. **Rapporté à l'ensemble du commerce électronique américain, le montant de la *sales tax* non collectée est compris entre 9,5 et 16,5 milliards de dollars¹.**

Enfin, plusieurs propositions de lois fédérales ont été déposées au Congrès américain tendant soit à supprimer toute collecte de *sales tax* par les e-commerçants, soit à l'inverse à imposer à l'échelon fédéral le droit pour tout Etat de consommation de lever lui-même cette imposition. Les partisans de la première solution considèrent qu'il s'agirait d'un nouvel impôt appliqué au commerce en ligne. Les seconds argumentent au contraire de la neutralité du dispositif, cette imposition n'étant que l'extension à l'économie numérique de la taxe existante².

Cette situation montre que, au-delà de la sphère française et européenne, il apparaît que l'optimisation fiscale des grands sites Internet touche toutes les régions du monde, y compris le pays dans lequel le e-commerce est né, et justifie donc la **recherche de solutions transatlantiques**.

¹ Estimation réalisée par la commission des finances.

² « Congress split over move to close online sales tax 'loophole' » (Financial Times – 26 juillet 2012).

C. UN ENJEU GLOBAL ET LÉGITIME DE FINANCEMENT DES RÉSEAUX, DE LA CULTURE, DES ÉTATS ET DE L'UNION EUROPÉENNE

L'enjeu du financement trouve un écho dans de nombreux domaines. Il concerne bien sûr celui de la culture – car l'érosion des assiettes met aussi en péril le rendement des taxes affectées au financement de l'audiovisuel public et des droits d'auteurs –, mais aussi, avec la croissance prodigieuse du commerce électronique et des flux à hauts débits, celui des services publics et des réseaux, dont la charge pèse sur les opérateurs, les collectivités locales, l'Etat et, dans le futur, l'Union européenne.

Les termes du débat fiscal actuel font intervenir trois approches différentes qui correspondent à trois parties prenantes distinctes : les opérateurs, le monde de la culture et l'Etat, dans sa composante budgétaire. Un quatrième acteur émerge dans la recherche de sources nouvelles de financement. Il s'agit de l'Union européenne. **La recherche de nouvelles recettes, s'appuyant sur l'économie numérique nous apparaît donc tout à fait légitime.**

1. Pour financer le déploiement des réseaux haut débit

Le financement des réseaux à très haut débit (THD) est assuré principalement par les opérateurs et par les autorités publiques – l'Etat via le Fonds pour la société numérique – et les collectivités territoriales.

Aussi, le modèle de déploiement des réseaux THD mis en œuvre par le programme d'investissement d'avenir articule-t-il initiative publique et privée au soutien desquelles :

- 900 millions d'euros de subventions sont destinés à abonder les ressources mobilisées par les collectivités territoriales pour des « réseaux d'initiative publique » ;

- un milliard d'euros sont consacrés à un volet de prêts, non bonifiés mais à « longue maturité », à l'intention des opérateurs pour le déploiement de la fibre optique.

Ce financement demeure toutefois très insuffisant pour faire face à un besoin estimé à quelque 25 milliards d'euros pour assurer la couverture du territoire en THD.

De leur côté, les opérateurs se sont engagés à déployer d'ici 2020 sept milliards d'euros d'investissements. Se pose la question de la capacité à tenir ces engagements et de leur coordination avec les collectivités.

Devant l'**insuffisance structurelle des moyens**, outre les initiatives parlementaires déjà citées, les opérateurs souhaiteraient y voir contribuer les « Géants de l'Internet ». En effet, ceux-ci utilisent les réseaux et sollicitent une bande passante toujours croissante à l'aune de l'évolution des

technologies, des services rendus et des flux vidéo, sans pour autant participer à l'effort fiscal, ni à l'effort de financement des réseaux.

Ce constat est un argument supplémentaire pour définir une nouvelle fiscalité du numérique qui inclue les géants mondiaux de l'Internet afin de ne pas peser exclusivement sur les acteurs français.

2. Pour développer les industries culturelles

Pour votre rapporteur, l'enjeu dépasse très largement celui du financement de la culture, car la croissance prodigieuse du commerce électronique et le phénomène d'évasion des assiettes fiscales mettent, par les volumes en jeu, principalement en danger les recettes de l'Etat. Il est toutefois indispensable d'associer les acteurs de la culture à la réflexion fiscale car l'érosion des assiettes met aussi en péril le rendement des taxes affectées au financement de l'audiovisuel public et des droits d'auteurs.

Ainsi, au cours des auditions, plusieurs voix concordantes ont-elles fait état :

- de la baisse à venir du chiffre d'affaires global des opérateurs de télécoms du fait de l'entrée sur le marché du 4^{ème} opérateur Free et de la compétition sur les prix engendrée à cette occasion. La ministre déléguée chargée des PME, de l'innovation et de l'économie numérique estime à 10 % le tassement de cette assiette sur laquelle est fondée la taxe sur les services de télévision et la taxe destinée à soutenir l'audiovisuel public ;

- des nouveaux usages de l'Internet, en matière audiovisuelle et d'accès aux œuvres culturelles, qui posent la question des supports contributifs. Sont évoqués l'extension aux ordinateurs et supports assimilés de la redevance pour l'audiovisuel public, mais aussi pour la redevance pour copie privée.

Par ailleurs, de nouveaux vecteurs d'œuvres audiovisuelles apparaissent sur le marché, ou apparaîtront à court et moyen terme, – tels que la vidéo à la demande, la télévision connectée, etc. – et sont fournis par des acteurs qui ne sont pas établis en France.

3. Pour contribuer au budget général de l'État

La **contribution au budget général de l'Etat**, et par extension à celui des collectivités locales, comme pour tout acteur produisant un revenu d'activité, est l'enjeu principal de nos travaux. En effet, les acteurs de l'Internet non domiciliés sur le territoire français sont susceptibles de créer de la valeur ajoutée ; or cette valeur ne fait pas l'objet d'une taxation par le Gouvernement français contrairement aux acteurs domiciliés fiscalement sur le territoire français. Les pistes pour poser les bases d'une fiscalité des

activités numérique, au même titre que celle des activités « traditionnelles », seront exposées dans les deux parties suivantes du rapport.

4. Voire, pour définir de nouvelles ressources pour le budget de l'Union européenne

Enfin, des voix émergent pour étudier la manière de **faire participer l'économie numérique au budget de l'Union européenne** et au financement des équipements et réseaux à haut débit.

L'agenda numérique européen envisage la mise à disposition d'ici à 2020 du très haut débit pour la moitié des ménages européens. Pour le seul volet du déploiement de la fibre optique, la Commission européenne estime que le coût attaché à une offre d'accès de 100 Mbps à 50 % des ménages européens coûterait entre 181 et 268 milliards d'euros.

Le débat initié par la commission des finances a donc pour but d'identifier les acteurs en présence et de structurer de nombreuses pistes de réflexion. Il reste à relever le défi consistant à définir des actions concrètes, et dès maintenant.

III. QUELLES PISTES CONCRÈTES POUR ÉTABLIR UNE FISCALITÉ NUMÉRIQUE NEUTRE ET ÉQUITABLE ?

A. « ONE LEVEL PLAYING FIELD » : AFFIRMER LE PRINCIPE DE NEUTRALITÉ ET D'ÉQUITÉ DE TRAITEMENT FISCAL DES FLUX DÉMATÉRIALISÉS DE VALEUR AJOUTÉE

Le constat, au terme d'un cycle d'auditions mené sur tout le premier semestre 2012, de la participation à de nombreux forums et de déplacements, notamment à Dublin, au siège de Google, et à Bruxelles auprès des services de la Commission européenne, est que, en l'état actuel du droit, **toute initiative tendant à relocaliser unilatéralement en France des revenus déclarés dans un autre Etat se heurterait à nos engagements internationaux.**

A défaut, il est proposé de **rétablir à court et moyen terme le principe d'équité de traitement fiscal sur les taxes existantes ainsi que sur les flux dématérialisés de valeur ajoutée, sans remettre en cause les services offerts gratuitement aux internautes et sans créer unilatéralement une pression fiscale supplémentaire sur les seules PME françaises.** Cette approche doit être très clairement exprimée afin d'éviter que les grands groupes de l'Internet et leurs très importants moyens de lobbying ne reproduisent leur message de victimisation médiatique. Il faut rappeler que la neutralité du net ne doit pas conduire à créer des zones franches d'évasion fiscale pour de grands groupes qui se parent de toutes les vertus – la croissance économique, les libertés individuelles – mais qui se livrent dans le

même temps à des comportements de pure optimisation fiscale et d'utilisation commerciale des données personnelles, en se gardant bien d'en assurer la totale transparence. **C'est pourquoi la neutralité du net doit s'accompagner de l'équité fiscale – « one level playing field » – et donc d'une véritable régulation fiscale.**

1. Une nécessité sur le plan économique car le e-commerce présente une assiette dynamique à long terme

a) Un gisement de croissance structurelle

Même si l'impact concret de l'économie numérique est discuté par les économistes sur la question précise du nombre d'emplois directs ou indirects engendrés, il apparaît que cette branche, en particulier le e-commerce, constitue une assiette fiscale dynamique et un gisement de croissance pour l'avenir, dont la majeure partie échappe à l'impôt sur les sociétés et à un certain nombre de taxes spécifiques (publicité, audiovisuel public). Selon le cabinet de conseil McKinsey, dans une étude commanditée par Google, Internet aurait contribué à un quart de la croissance de l'économie française et à la création de 700 000 emplois en quinze ans. En 2015, l'économie numérique représentera 5,5 % du PIB, soit 129 milliards d'euros, et aurait créé 450 000 nouveaux emplois.

Ces perspectives économiques expliquent certainement pourquoi la fiscalité numérique est devenue un sujet pleinement d'actualité, en phase avec les problématiques de croissance, d'emploi, de soutenabilité des finances publiques

b) La publicité en ligne : le développement durable d'un nouveau marché

L'émergence d'un nouveau modèle économique – le financement des services Internet par la publicité – s'inscrit dans un marché largement globalisé.

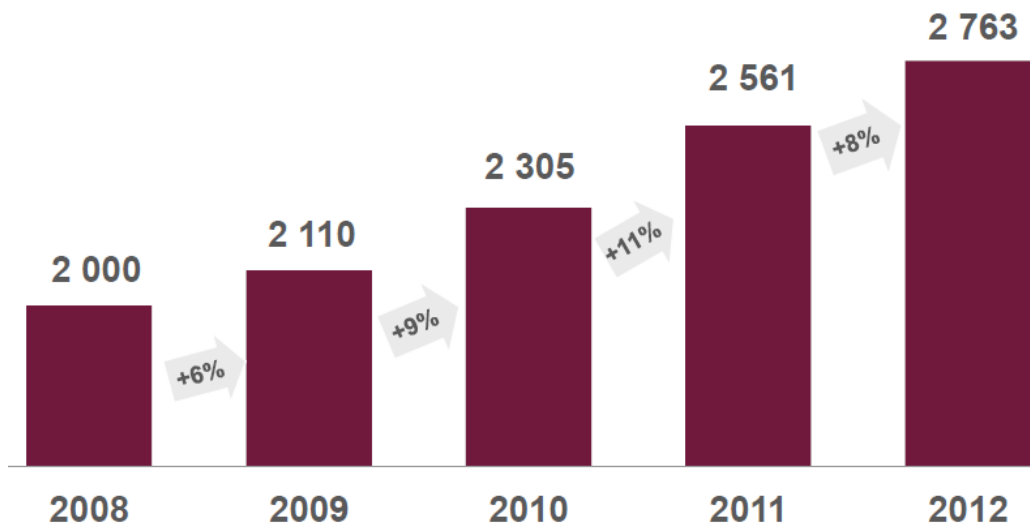
Cette nouvelle source de revenus, qui a tout particulièrement réussi au moteur de recherche Google dont les revenus ont plus que décuplé entre 2003 et 2007 pour s'établir à 16,6 milliards de dollars, tend à supplanter, en matière de services logiciels, la vente directe de licences. L'essentiel des revenus de ce groupe est d'origine publicitaire. La raison pour laquelle l'attention du secteur des médias et de la création, s'exprimant au travers du « rapport Zelnik », s'était tournée vers Google est que son siège social, en Europe, est situé à Dublin, « captant » ainsi une partie du marché publicitaire français sans contrepartie fiscale. Mais si Google est un acteur majeur de la publicité en ligne, il n'est pas le seul et le débat ne saurait se réduire à la mise en place d'un dispositif de taxation *intuitu personae*.

De fait, **ce modèle économique sous-tend l'ensemble des services en ligne mis à la disposition gratuite des internautes** qu'il s'agisse de

Google (recherche, géolocalisation, etc.), des réseaux sociaux (*Facebook* et *Twitter*), des plateformes de stockage vidéo (*YouTube* et *Dailymotion*) ou généralistes.

Selon le syndicat des régies Internet¹ (SRI), le marché français de la publicité en ligne est évalué à 2,5 milliards d'euros en 2011, dont 1,1 milliard pour la publicité sur les moteurs de recherches (essentiellement Google) et 600 millions d'euros pour la publicité graphique (bannières, messages, etc.), et à près de 2,8 milliards d'euros pour 2012.

Le chiffre d'affaires de la publicité en ligne



Source : syndicat des régies Internet, Capgemini Consulting

Il convient de préciser que l'e-publicité, sous toutes ses formes, fait appel à des canaux de communication très variés : liens sponsorisés, publicité graphique, annuaires, affiliation à des réseaux de sites, prospection (e-mailing), comparateurs de prix et, depuis peu, le développement de la publicité sur les applications Internet des téléphones mobiles. Ainsi, le baromètre du marché publicitaire² indique que si la télévision demeure en première position (34,8 % du marché publicitaire plurimédia), suivi de la presse (26,9 %) et de la radio (14,8 %), la part de marché d'Internet s'établit en moyenne à 12,2 %, devant la publicité extérieure (10,1 %) et le cinéma (1,2 %). On assiste à l'émergence d'un marché nouveau qui est structurellement croissant et qui représente une part de plus en plus importante du marché publicitaire tous médias confondus.

¹ Ce syndicat a été créé en juillet 2003 à l'initiative des principales régies publicitaires françaises afin de promouvoir et développer le média Internet en France. Il regroupe les principales régies publicitaires actives sur Internet (AOL, Lagardère, M6, TF1, Yahoo, Microsoft, Orange, etc.). En revanche, il faut noter que Google, bien qu'étant le principal acteur du marché, n'adhère pas à ce réseau.

² Source : Baromètre du marché publicitaire – juin 2012 – (Kantar Media et CNC).

L'e-publicité n'est donc plus un marché de niche et entre pour une part croissante dans le modèle économique de la publicité qui est, par ailleurs, étroitement encadré sur le plan juridique, notamment fiscal. **A l'inverse de la publicité télévisée, radiophonique ou par voie de presse et de la publicité extérieure, il faut donc observer qu'aucune taxe spécifique ne concerne la publicité sur Internet.**

Plus largement, la croissance de l'e-pub se vérifie également au niveau européen (+ 15,3 % en 2010) pour atteindre **17,7 milliards d'euros**, pour 25 pays, soit une valeur de marché approchant celle des Etats-Unis (19,6 milliards d'euros).

La **marge de progression demeure importante pour le marché français de la publicité en ligne** – celui-ci s'établit à 15,6 % du budget global de publicité¹ – dont la part rapportée au budget global plurimédia se situe en 10^{ème} position européenne, derrière le Royaume-Uni, lequel figure en tête du classement avec une part de publicité Internet de 28,7 % dans son marché publicitaire plurimédia².

c) Le commerce électronique : l'irrésistible expansion

Les chiffreages de la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance (Fevad) font état d'un chiffre d'affaires de vente en ligne de 37 milliards d'euros en 2011. Les projections pour 2012 font état d'une croissance de 20 % et d'un chiffre d'affaires de l'e-commerce qui avoisine 45 milliards d'euros, pour ensuite dépasser les 70 milliards d'euros en 2015.

Le chiffre d'affaires du commerce électronique



Source : Fédération e-commerce et vente à distance

¹ Ce taux diffère de celui établi par le « baromètre du marché publicitaire » car il est le fruit d'un agrégat différent de données, effectué au niveau européen et pour des années de références différentes.

² Source : IAB Europe

A l'horizon 2020, le rapport précité de notre collègue Joël Bourdin, président de la délégation sénatoriale à la prospective, considère que le commerce électronique connaîtra une « irrésistible expansion ». Deux phénomènes corrélatifs y sont exposés :

- « l'envol du commerce électronique » dans la mesure où les acteurs de la distribution prévoient une expansion rapide de la part de l'e-commerce dans le commerce de détail : de moins de 5 % en 2010 à 24 % en 2020 ;
- et l'érosion des parts de la grande distribution.

Extrait du rapport n° 272 (2011-2012)
« Commerce électronique : l'irrésistible expansion »

La résilience du commerce de proximité se confirme. Son rebond est attendu. En contrepoint, la part de marché des grandes surfaces d'alimentation générale (GSA) décroît depuis 2004. Celle des hypermarchés a reculé de 35 % à 32 %, de 1999 et 2009. Le chiffre d'affaires des grandes surfaces spécialisées (« high tech », électroménager, vêtements, bricolage...), après avoir rogné celui des GSA, est maintenant aspiré par l'e-commerce qui devrait bientôt, avec le succès prévisible des « drives », mordre significativement sur l'activité de ces mêmes GSA.

Toutes ces évolutions sont cohérentes avec le rejet d'une consommation chronophage et énergivore ainsi qu'un besoin prosaïque d'économies. Déjà, les grandes enseignes adoptent des stratégies « multi-canal » de distribution, physique et électronique, et diversifient leurs gammes et leurs surfaces de vente afin de s'adresser, partout, à tous les consommateurs. La coordination de ces canaux de vente implique une « électronisation » du commerce.

2. Les facteurs de distorsion de concurrence sont multiples

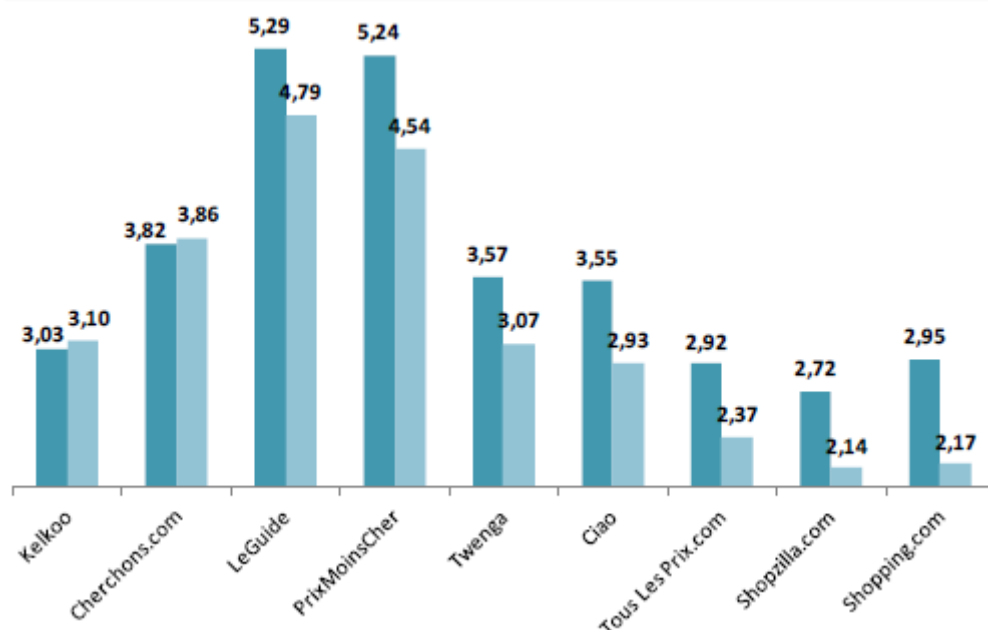
a) Exemples de distorsion technologique entre opérateurs

Hors du champ fiscal, il faut également souligner que les modèles économiques mis en place par certains acteurs allient très intimement optimisation fiscale et distorsion de concurrence. C'est notamment le cas de Google qui fait l'objet d'une procédure en cours de la direction générale de la concurrence de la Commission européenne sur ses pratiques déloyales en matière de publicité et de moteur de recherches.

Ainsi, il lui a été reproché le 21 mai dernier par M. Joaquin Almunia, commissaire européen chargé de la concurrence, de discriminer les moteurs de recherches concurrents dans les résultats de recherches et sur sa plateforme de régie publicitaire AdWords¹. Le graphique ci-dessous illustre la perte moyenne d'audience de 13 % des autres moteurs de recherches après le déploiement du nouvel algorithme de Google en août 2011. Il s'agit d'un effet concret de cette position dominante sur laquelle il appartient à une autorité de régulation d'intervenir.

¹ Source : déclaration 12/372 du 21 mai 2012 sur l'enquête antitrust concernant Google.

Chute moyenne de 13 % de l'audience des moteurs de recherches concurrents due au déploiement du nouvel algorithme de Google en septembre 2011



Source : syndicat des régies Internet

L'ensemble de ces constats justifie que la régulation de l'économie numérique ne se cantonne pas aux seules questions de concurrence et de droits d'auteurs, mais fasse aussi l'objet d'une régulation sur le plan fiscal.

b) Exemples de distorsion fiscale entre publicité classique et publicité en ligne

La taxation de la publicité est une pratique de droit commun en matière fiscale. Ainsi, depuis 1982, ont été mises en place des taxes sur les recettes de publicité audiovisuelles (articles 302 *bis* KA à KD du Code général des impôts), sur les services fournis par les opérateurs de communications électroniques (article 302 *bis* KH) et sur certaines dépenses de publicité (article 302 *bis* MA).

Les procédures de recouvrement sont variées et correspondent aux caractéristiques de chaque secteur. Ainsi, la taxe sur la publicité télévisée s'applique aux régies publicitaires sur les sommes versées par les annonceurs. Le produit de ce prélèvement s'élève à 70 millions d'euros. Quant à elle, la publicité réalisée au moyen d'imprimés et d'insertion dans les journaux gratuits fait l'objet d'une taxe de 1 % due directement par l'annonceur (le produit de cette taxe s'établit à 30 millions d'euros).

Par ailleurs, les enseignes publicitaires sont assujetties à la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) depuis le 1^{er} janvier 2009 par l'article 171 de

la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (dite « LME »)¹. Son rendement fiscal est de l'ordre de 100 millions d'euros.

Le principe de taxation des revenus publicitaires sur Internet est donc juridiquement possible et économiquement justifié. La création d'une telle imposition contribuerait à rétablir une forme de neutralité, donc d'équité, dans la taxation des revenus publicitaires. En effet, **rien ne justifie, a priori, que la publicité sur l'Internet échappe par nature à un prélèvement supporté par la publicité dans les médias traditionnels.**

c) Exemples de distorsion de charges entre commerce physique « bricks and mortar » et commerce électronique : le cas de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom)

Si le commerce électronique présente certaines disparités fiscales avec le commerce traditionnel, il est une particularité à souligner : **les services de commerce en ligne échappent à la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom)**, applicable aux surfaces de vente au détail supérieures à 400 m² dont le chiffre d'affaires hors taxes est supérieur ou égal à 460 000 euros. Le rendement annuel de la Tascom est évalué à environ 600 millions d'euros².

Dans la mesure où commerce électronique et commerce traditionnel revêtent des réalités différentes, il ne semble pas anormal que chaque type de commerce possède des avantages et inconvénients propres. Pourtant les sites de commerce électronique ne paient pas de loyer sur des surfaces importantes, leur besoin d'espace celles-ci se limitant à l'hébergement des serveurs. Par ailleurs, les entrepôts présentent certes des coûts, mais ils ne sont pas soumis à la Tascom puisque celle-ci est assise sur la surface de vente des magasins de commerce de détail.

Pour certains acteurs du commerce électronique, la vente en ligne a été développée à partir d'une activité de distribution préexistante et constitue donc une extension de leur activité de vente en magasins.

En vertu du **principe de neutralité fiscale**, pourquoi une même activité de commerce serait-elle taxée selon qu'elle relève d'une vente traditionnelle ou d'une vente en ligne ? Si la surface de vente en magasin constitue une assiette fiscale communément admise, ne pourrait-on pas y associer, par analogie, une notion de services de commerce électronique, lesquels constitueraient une nouvelle base d'imposition.

Aussi, dans la mesure où la Tascom n'a pas d'équivalent en commerce électronique, la **création d'une Tascoé** (taxe sur les services de commerce électronique) serait une **transposition adaptée au modèle spécifique des transactions effectuées en ligne.**

¹ L'auteur du présent rapport est à l'origine de ce régime qui s'est substitué à un grand nombre de dispositifs antérieurs devenus totalement archaïques et appliqués de manière très inégale sur le territoire.

² Source : fascicule « Voies et moyens », tome I, annexé au projet de loi de finances pour 2012.

3. La compétition fiscale entre États européens : une voie sans issue

a) Le cas de la TVA sur le livre numérique

L'article 13 de la loi n° 2011-1778 du 28 décembre 2011 de finances rectificative pour 2011 a eu une double conséquence sur la fiscalité du livre. D'une part, elle a relevé le taux réduit de la TVA de 5,5 % à 7 % pour les opérations portant sur le livre physique. D'autre part, elle a ramené le taux de TVA applicable au livre numérique de 19,6 % à 7 %¹.

Puis, tout dernièrement, la deuxième loi de finances rectificative pour 2012, en cours d'adoption par le Parlement, a procédé à une seconde réduction de ce taux, le ramenant à 5,5 %².

Au total, le livre, quel que soit son support, est désormais soumis à une TVA dont le taux sera de 5,5 % à compter du 1^{er} janvier 2013.

Dans la foulée de la première réduction du taux français de TVA, le Luxembourg a décidé d'abaisser de 15 % à 3 % le taux de TVA applicable aux ventes de livres numériques³. La profession du livre se trouve aujourd'hui confrontée au développement d'une offre numérique, notamment hébergée au Luxembourg, qui applique un taux de TVA de 3 % pour le livre numérique. A titre d'exemple, on peut en particulier citer le cas de la société Amazon.

Cette situation de compétition fiscale met en lumière l'absence d'approche européenne cohérente et concertée sur ce sujet, au seul bénéfice de l'acteur principal du marché, Amazon, et de l'Etat d'établissement de son siège, le Luxembourg.

Ainsi, sur le plan strictement économique, la Commission européenne « a reçu des plaintes de plusieurs ministres des Finances, notamment du Royaume-Uni, de Pologne et des Pays-Bas, qui ont déjà relevé l'effet négatif sur les ventes de livres sur leur marché domestique ». Le taux appliqué par le Luxembourg serait directement à l'origine d'une « chute des ventes de 4,5 millions d'unités au seul Royaume-Uni en janvier et février, soit 30 millions de livres sterling (37,3 millions d'euros) ». De plus, toujours selon la Commission « le taux hyper-réduit aurait transféré plus de 90 % du business de l'UE au Luxembourg, où le géant de la vente en ligne Amazon a son siège européen et provoqué des emplois perdus partout ailleurs »⁴.

¹ Ce taux de 7 % s'applique au secteur du livre physique depuis le 1^{er} avril 2012 et pour le livre numérique depuis le 1^{er} janvier 2012. Le report de trois mois de l'entrée en vigueur de la mesure pour le livre physique a été décidé en raison de la complexité de l'adaptation des relations entre les éditeurs et les libraires.

² Article 24 du projet de loi de finances rectificative pour 2012.

³ Depuis le 12 décembre 2011, le Luxembourg applique le même taux de TVA au livre numérique qu'au livre papier, soit 3 %. Auparavant le livre numérique était soumis à un taux de 15 %.

⁴ Source : « Livre numérique : l'UE somme Paris et Luxembourg de renoncer à la TVA réduite » (AFP – 3 juillet 2012).

Ceci n'est pas sans présenter de risque sur le plan juridique puisque la Commission européenne a ouvert, le 3 juillet dernier, une procédure d'infraction contre la France et le Luxembourg « *qui appliquent aux livres numériques des taux de TVA potentiellement incompatibles avec le droit de l'Union* ».

**Extrait du communiqué de presse de la Commission européenne
n° IP/12/740 du 3 juillet 2012**

La législation de l'Union européenne permet aux Etats membres d'appliquer des taux réduits de TVA à une liste limitative de biens et de services énoncée à l'annexe III de la Directive TVA. Le téléchargement de livres numériques est considéré comme un service fourni par voie électronique qui n'est pas inclus dans cette liste et ne peut donc bénéficier du taux réduit.

Dans sa communication de décembre 2011 sur le futur de la TVA, la Commission a entamé une réflexion sur la possibilité de faire converger les taux de TVA applicables respectivement aux livres traditionnels et aux livres numériques. La Commission fera des propositions d'ici la fin 2013. Toutefois, une convergence vers le taux réduit actuellement applicable aux livres traditionnels ne peut être envisagée sans modification de la Directive TVA.

La France et le Luxembourg ont néanmoins décidé d'appliquer, à compter du 1^{er} janvier 2012, des taux réduits aux livres numériques, en violation de la législation de l'Union. Ces taux sont respectivement de 7 % [5,5 % à compter du 1^{er} janvier 2013] pour la France et 3 % pour le Luxembourg.

Cette situation crée de graves distorsions de concurrence au détriment des opérateurs des 25 autres Etats membres de l'Union dans la mesure où les achats de livres numériques se font aisément dans un autre Etat membre que celui de résidence du consommateur et que les règles actuelles prévoient l'application du taux de TVA de l'Etat membre du prestataire, et non de celui du client. Des acteurs locaux du marché du livre électronique se sont plaints de ce que certains acteurs dominants de ce marché aient réorganisé leur circuits commerciaux pour bénéficier de ces taux réduits, ce qui aurait eu des effets notables sur les ventes de livres (électroniques ou non) dans les autres Etats membres au premier trimestre 2012.

La Commission estime que ces dispositions pourraient ne pas être conformes au droit européen et a décidé d'envoyer aux deux Etats membres des lettres de mise en demeure. Cette première étape vise à permettre aux deux pays d'expliquer leur position. La France et le Luxembourg disposent d'un mois pour soumettre leurs observations. Si ces éléments ne sont pas jugés suffisants, la Commission pourrait formellement constater l'infraction et demander aux deux pays de changer leur législation via un avis motivé, deuxième étape de la procédure d'infraction.

Aussi, l'abaissement à 5,5 % du taux de TVA sur le livre électronique place-t-il la France dans une position encore plus en contradiction avec le droit communautaire. En effet, la Commission européenne estime que l'application d'un taux réduit au livre numérique, considéré comme une prestation électronique, serait incompatible avec la directive n° 2006/112 CE du 28 novembre 2006.

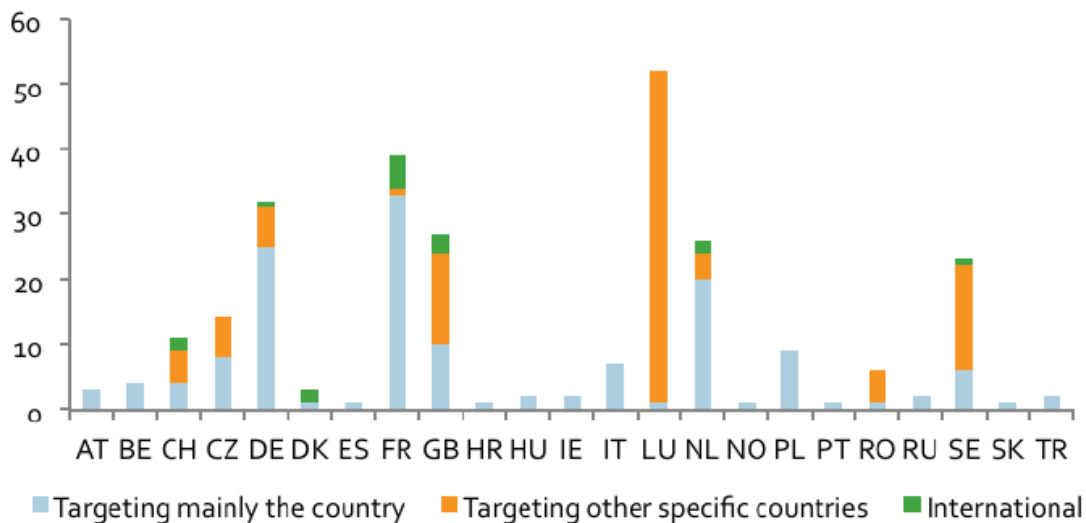
Néanmoins, au-delà de l'objet de la mesure d'encouragement à la consommation de livres, la décision de la France sur ce sujet est fondée sur la **neutralité du traitement fiscal du livre**, quel que soit le support retenu pour

sa commercialisation. Elle appelle ainsi une clarification de la position de la Commission européenne, laquelle avait estimé, le 6 décembre 2001, que « des biens et des services similaires devraient être soumis au même taux de TVA et le progrès technologique devrait être pris en considération de façon à ce que l'on puisse répondre au défi consistant à assurer la convergence entre les supports physiques et électroniques »¹. Ce qui supposerait une modification de la directive du 28 novembre 2006 précitée².

b) Le cas de la vidéo à la demande

Cette distorsion est très nette entre les pays d'établissement des « GAFA » (Luxembourg et Irlande) et les grands pays de consommation du e-commerce d'où proviennent les flux de richesses (Allemagne, Grande-Bretagne, France, Italie, Espagne) dans le cas des services de vidéo à la demande (VOD). Selon une étude réalisée par le cabinet Enders Analysis en mai 2012, il apparaît très clairement que **le Luxembourg est le premier pays d'établissement des sites fournisseurs de VOD à destination quasi exclusivement de pays tiers** (cf. tableau ci-après). La France arrive en seconde position du fait d'une demande intérieure importante – la première en Europe – devant l'Allemagne, le Royaume-Uni et les Pays-Bas.

Nombre de services de VOD offerts par pays d'établissement



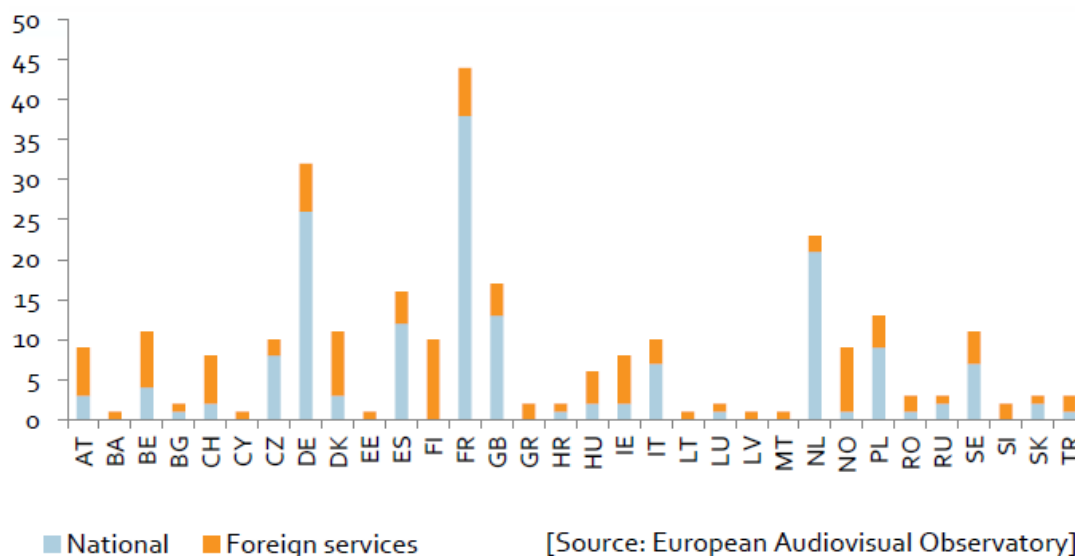
Source : European audiovisual observatory, Enders Analysis « Digital Europe: Diversity and Opportunity » (8 mai 2012)

¹ Communication au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen sur l'avenir de la TVA – COM (2011) 851 final.

² Une mission a été confiée sur ce sujet, il y a 18 mois, à Jacques Toubon, délégué de la France pour la fiscalité des biens et des services culturels.

En revanche, il apparaît tout aussi nettement que les principaux pays de consommation de ces services sont la France et l'Allemagne, devant les Pays-Bas et le Royaume-Uni (*cf.* graphique ci-dessous).

Nombre de services de VOD accessibles par pays de consommation



[Source: European Audiovisual Observatory]

B. NOUVELLES TAXES ET PROCÉDURES DE RECouvreMENT : UNE BOÎTE À IDÉES ISSUES DES PROPOSITIONS DES PROFESSIONNELS ET ACTEURS DU NUMÉRIQUE

Il apparaît qu'avant l'organisation du forum de fiscalité numérique du 14 février 2012, en marge des initiatives de votre commission des finances en faveur de la taxe sur la publicité en ligne et la Tascoé, aucune proposition véritablement opérationnelle n'a été proposée, ni par le Gouvernement, ni par les professionnels. On peut toutefois citer deux initiatives :

- **l'Institut Montaigne** a proposé de taxer les entreprises étrangères à l'IS sur les ventes qu'elles réalisent en France à partir de leurs serveurs basés en France sans tenir compte de la présence ou non de personnel sur place¹. Mais compte tenu de la localisation des serveurs sur toute la planète, cette proposition semblait **déjà obsolète** ;

- le CNNum proposait quant à lui la création d'un **statut d'établissement stable virtuel** en Europe. Un débat mérite d'être ouvert à l'échelle européenne, mais il s'inscrit dans une perspective beaucoup trop longue, même s'il ne faut pas la négliger².

¹ « Le défi numérique : comment renforcer la compétitivité de la France ? » (rapport mai 2011).

² Cf. les développements ci-dessus sur la nécessité de relancer les travaux de l'OCDE en la matière.

De leur côté, certains professionnels du numérique ont formulé de nombreuses propositions, dont quelques pistes concrètes sont ci-après décrites et analysées.

1. La représentation fiscale des acteurs Internet non-résidents en France à partir de certains seuils d'activité

Cette procédure de recouvrement a pour but l'identification des redevables, soit par immatriculation auprès du centre des impôts des non-résidents, soit par le recours à un représentant fiscal sur le modèle de la procédure applicable en matière de TVA (procédure classique tant pour les entreprises établies dans l'UE qu'à l'extérieur).

Le cadre juridique de l'agrément des sites de jeux en ligne opérant en France constitue un précédent en matière d'encadrement de l'activité des sites Internet et en démontre le caractère opérationnel. Toutefois, à la différence de la procédure d'agrément préalable propre aux jeux en ligne pour des motifs d'ordre public et qui ne concerne qu'un nombre limité de sites, les acteurs Internet de la publicité en ligne, du commerce électronique ou de certains services sont potentiellement très nombreux et ne se verraient donc appliquer qu'une obligation déclarative, soumise a posteriori à contrôle fiscal. Conformément à la jurisprudence de la CJUE qui prohibe le caractère général d'une obligation de représentation fiscale (5 mai 2011 C-267/09 Commission / Portugal) – « *l'obligation de désigner un représentant fiscal est, selon la Commission, contraire à la libre circulation des personnes et des capitaux dans la mesure où elle s'avère à la fois discriminatoire et disproportionnée au regard de l'objectif tendant à assurer l'efficacité du contrôle fiscal et à lutter contre l'évasion fiscale* » – il convient de **proposer la mise en œuvre d'un dispositif déclaratif qui ne serait ni discriminatoire, ni disproportionné et donc compatible avec le droit communautaire.**

La voie est donc étroite et plusieurs questions techniques se posent. D'abord, celle de l'assiette (le montant total des dépenses de publicité en ligne ou le montant de la commission de la régie publicitaire) pour laquelle, par analogie à la taxation des jeux en ligne (taxation des mises et non des commissions) et pour des raisons de compatibilité avec les normes OCDE, il conviendrait *a priori* de retenir la taxation du montant total de la dépense de publicité. Ensuite, celle du seuil d'assujettissement à l'imposition qui doit être fixé pour n'impacter en priorité que les grands acteurs (nationaux et internationaux) et non les PME ou les particuliers. Ces mêmes questions se posent pour chaque catégorie de taxation soumise à la procédure de recouvrement.

2. L'extension aux acteurs Internet étrangers de taxes applicables aux acteurs français (taxes sur les services de télévision, sur les opérateurs de télécom, sur les vidéogrammes, sur la copie privée,...)

Certains opérateurs de télécoms ont proposé l'**extension aux acteurs Internet étrangers de taxes applicables aux acteurs français** telles que la **taxe COSIP** versée par les opérateurs télécoms au compte de soutien aux industries de programmes (soutien à l'audiovisuel public qui représente plus de 200 millions d'euros par an) et la **redevance sur la copie privée versée aux ayants droit** (actuellement acquittée par les acheteurs de CD, DVD et disques durs, et par les opérateurs) dont le montant dépasse 180 millions d'euros par an. Toutefois, cette proposition soulève plusieurs problèmes car il faudrait précisément identifier les acteurs étrangers concernés, définir les activités taxables, les assiettes, seuils et taux d'imposition, se demander s'il faut appliquer cette taxe aux activités de stockage de données et de *cloud computing* (question sur laquelle les opérateurs sont en désaccord et ne proposent pas de solutions concrètes). Au final, l'élargissement des assiettes taxables pourrait, sous réserve de simulations de rendement, permettre une diminution des taux. Mais **ne faudrait-il pas s'interroger simultanément sur une réforme plus globale du dispositif existant** (clarifier le mode de rémunération des auteurs, clarifier le rôle des sociétés de collecte, étendre le périmètre des services de télévision aux nouvelles technologies de vidéo sur Internet) ?

3. Les taxes sur la publicité et sur le commerce électronique, le retour

La proposition d'une taxe sur la publicité en ligne deuxième mouture – sorte de « taxe Google 2.0 » –, par analogie avec la taxe sur la publicité audiovisuelle acquittée par les régies, permettrait de faire en sorte que le redevable ne soit plus l'annonceur mais la régie publicitaire quel que soit son pays d'établissement. L'assiette serait le montant des dépenses totales de publicité payée au support (et non le montant de la commission de la régie) et un taux de 1 % sur 2,6 milliards d'euros de dépenses de publicité en ligne représenterait 26 millions d'euros. Certains professionnels ont exprimé l'idée de fixer un seuil d'assujettissement pour imposer en priorité les grands acteurs du marché et non les PME ou les particuliers et, enfin, un barème pourrait être introduit en fonction des activités concernées (le search sur lequel Google représente 90 % du marché ou le display qui est partagé entre plus d'une centaine d'acteurs). **Plus qu'une mesure de rendement, il s'agit d'un signal d'équité fiscale.**

Les diverses propositions suivantes visent à mettre en place des taxations sur la création de valeur dont bénéficient notamment certains groupes étrangers en opérant sur le marché français en matière de commerce

électronique (Amazon, Apple) ou d'activités de réseaux (Youtube, Facebook, Twitter, etc.).

L'idée s'impose de la taxe sur les services de commerce électronique (Tascoé), par analogie avec la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) due par certains commerces physiques. Le redevable serait le site de commerce électronique basé en France ou à l'étranger et pour un taux de 0,1 % à 0,5 % du montant des transactions *B to B* évaluées à 100 milliards d'euros, le rendement fiscal serait de l'ordre de 100 à 500 millions d'euros (un seuil d'assujettissement permettant de cibler les grands acteurs et non les PME et les particuliers).

4. Une contribution sur la valeur ajoutée numérique (CVAN), par analogie avec la contribution sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE)

Un opérateur a formulé une proposition qui s'apparenterait à une **contribution sur la valeur ajoutée numérique (CVAN)**, par analogie avec la contribution sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) due par les personnes physiques et sociétés qui exercent en France. Ainsi, le site basé à l'étranger qui n'est pas redevable de la CVAE mais qui réalise un chiffre d'affaires sur le marché français serait visé, mais il faudrait définir les activités assujetties ainsi que le mode de calcul de la valeur ajoutée (débat difficile car quels supports permettent de mesurer la création de richesse ? Flux ? Clic ? Adresses IP ?) et appliquer une procédure déclarative de chiffre d'affaires sur laquelle surgiraient des problématiques de déductibilité des charges et de prix de transferts. **Cette orientation présente toutefois le mérite de ne pas stigmatiser une activité particulière mais de développer un discours de principe sur l'équité fiscale quel que soit le vecteur technologique de richesses.** En l'état, cette piste, intéressante et prometteuse, doit être explorée et expertisée. Il s'agirait d'un impôt affecté aux collectivités territoriales et susceptible d'amplifier les moyens de péréquation de leurs ressources.

5. Un octroi numérique sous la forme d'un droit d'accès aux infrastructures de réseaux ou une taxation des adresses IP, etc...

Enfin, une dernière proposition, l'« octroi numérique » sous la forme d'un droit d'accès aux infrastructures de réseaux, peut sembler d'emblée à exclure (les redevables étant les acteurs étrangers de l'Internet qui opèrent sur le territoire pour la fourniture de services concurrents de ceux déjà proposés par les opérateurs de télécoms basés en France tels que messagerie, VOD, téléphonie, accès aux contenus, etc.) car le paiement d'une taxe ouvrant un droit d'accès à un réseau national serait une atteinte à la libre circulation des services au sein de l'Union européenne.

Toutefois, cette proposition, qui semble faire l'objet d'études plus approfondies par le Gouvernement et les opérateurs, présenterait l'avantage d'une assiette fiscale très large à condition de réunir toutes les conditions de faisabilité technique et de sécurité juridique au niveau européen.

C. DES SOLUTIONS JURISPRUDENTIELLES OU DE RENÉGOCIATION INTERNATIONALE DU DROIT EN VIGUEUR PROPOSÉES PAR LE CONSEIL NATIONAL DU NUMÉRIQUE

Des solutions jurisprudentielles ou de renégociation internationale du droit en vigueur ont également été proposées.

Le Conseil national du numérique recommande en particulier deux approches :

- taxer les bénéficiaires des acteurs étrangers du numérique sur la base du « cycle commercial complet » qui est une notion jurisprudentielle et qui nécessite l'aboutissement d'une procédure juridictionnelle (la jurisprudence du Conseil d'État permettant de rattacher à la France certains bénéficiaires alors même qu'il n'y a ni établissement autonome, ni représentants qualifiés, doit en l'espèce être expertisée en matière de services numériques) ;

- travailler au plan communautaire à l'adoption d'un statut créant un établissement stable virtuel en matière d'impôt sur les sociétés.

Bien qu'il ne faille pas, par principe, rejeter ces propositions, il convient de souligner qu'elles ne relèvent pas du domaine législatif, à court ou moyen terme, et qu'elles nécessitent certainement de nombreuses années de renégociation des règles OCDE et des conventions fiscales.

1. Le cycle commercial complet

Le concept jurisprudentiel de « cycle commercial complet » trouve son origine dans une décision du Conseil d'État du 14 février 1944 qui, dans une interprétation *a contrario* de ses motifs, écarte l'imposition en France des profits réalisés par une société d'expédition de fruits à l'occasion d'actes de commerce faits exclusivement à l'étranger, sans aucune installation fixe¹.

Il s'agirait ainsi de reterritorialiser l'impôt sur les bénéficiaires des entreprises s'il est démontré qu'un cycle complet d'activité a lieu en France.

Pour la commission d'enquête sur l'évasion fiscale précitée, « *dans l'immédiat, le bien-fondé du raisonnement qui consiste à invoquer l'existence d'un cycle complet d'activité ne semble pouvoir être validé que par le juge administratif, en l'état actuel de la législation et des conventions internationales* ». Aussi, le projet de taxer les bénéficiaires des acteurs étrangers du numérique sur la base du « cycle commercial complet » nécessiterait-il non

¹ Source : CE, arrêt du 14 février 1944, req. n° 67442, RO, p.38.

seulement l'aboutissement d'une procédure juridictionnelle mais aussi, selon plusieurs avocats intervenant lors de la table ronde du 14 février 2012, la renégociation des conventions fiscales entre Etats¹.

2. La notion d'établissement stable virtuel

Comme nous l'avons vu plus haut, la création d'une notion d'établissement stable virtuel nécessite l'engagement d'un cycle de négociation des normes internationales élaborées au sein de l'OCDE.

¹ *Au surplus, il convient également de souligner que, même si cette jurisprudence du Conseil d'Etat a été confirmée à plusieurs reprises en 1989 et 1991, elle concernait des situations où des entreprises françaises ont fait valoir à bon droit qu'elles échappaient à l'impôt sur les sociétés à raison des opérations qu'elles effectuent à l'étranger, même en l'absence de tout établissement hors de France ou de représentant qualifié à l'étranger, dès lors que celles-ci forment un cycle commercial complet et se détachent, par leur nature ou leur mode d'exécution, des opérations faites en France. Selon cette jurisprudence, les opérations qu'une société française réalise à l'étranger dans le cadre d'un cycle commercial complet sont imposables à l'impôt sur les sociétés si elles n'apparaissent pas détachables de celles effectuées en France (source : www.doc.impots.gouv.fr). A ce jour, aucune décision ne s'est appliquée au cas de sociétés étrangères pour lesquelles la notion de cycle commercial complet aurait été admis à raison d'opérations effectuées en France.*

IV. UNE FEUILLE DE ROUTE OPÉRATIONNELLE AUX NIVEAUX NATIONAL, EUROPÉEN ET INTERNATIONAL

A. LA NÉCESSAIRE RÉGULATION FISCALE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

1. Définir une véritable stratégie européenne du numérique

Il appartient aux Etats, aux autorités de régulation et au législateur d'intervenir. En effet, il ne s'agit nullement de faire porter un quelconque anathème sur des pratiques d'optimisation qui, du point de vue des sociétés concernées, sont tout à fait compréhensibles, mais de créer les conditions juridiques d'y mettre fin. Ainsi, **n'est-il pas paradoxal qu'un Etat soit dans l'incapacité d'appréhender le montant du chiffre d'affaires engendré par son territoire de consommation alors que, sur le plan purement conventionnel, les grands acteurs du numérique acceptent de collaborer avec les sociétés de gestion des droits d'auteurs afin d'accéder à de nouveaux marchés ?**

Les pistes d'évolution relèvent autant, sinon plus, de la négociation internationale que de la législation interne. Aussi, en faisant le parallèle avec la démarche adoptée par la France pour la création de la taxe sur les transactions financières, l'idée de jeter les bases de la fiscalité numérique d'abord sur le plan national peut-elle être défendue. Car, même incomplète, elle préfigurerait l'adoption d'une taxation plus globale au niveau européen. Une telle initiative donnerait un support juridique solide permettant aux acteurs de l'Internet et aux responsables politiques de s'impliquer plus fortement en vue de la création d'un projet européen de fiscalité numérique. Il en est allé de même pour l'instauration du taux réduit de TVA pour le livre numérique. Même si elle peut rencontrer, en l'état, l'opposition de la Commission européenne, elle ouvre un débat et révèle la carence d'une **véritable stratégie numérique au plan européen.**

Le contexte européen semble maintenant se prêter à ce mouvement et les opinions publiques nationales commencent à prendre conscience du fait que les comportements d'optimisation fiscale nuisent aux finances publiques de leurs Etats. Ce sujet est donc devenu un enjeu de premier plan dans l'actualité économique et fiscale, tant d'un point de vue national qu'international car sont touchés par ces distorsions fiscales de concurrence tous les grands Etats de consommation. En effet, l'essor des transactions électroniques soulève le problème du recouvrement de l'impôt non seulement en Europe, mais aussi aux Etats-Unis. **La feuille de route proposée implique donc la recherche de synergies au niveau européen avec les parlementaires des Etats membres rencontrant les mêmes problématiques** (Grande-Bretagne, Allemagne, Italie, Espagne, etc.) en vue de l'élaboration d'une stratégie commune.

2. Les grandes lignes de la feuille de route pour une fiscalité numérique neutre et équitable

Partant de ces constats et compte tenu des enjeux politiques majeurs (compétitivité, croissance des marchés, impact sur l'industrie européenne, équilibre des finances publiques), il paraît important qu'une impulsion concrète puisse être donnée, notamment par le biais d'**une proposition de loi au niveau national combinée à une feuille de route opérationnelle au niveau européen et international.**

Cette feuille de route opérationnelle comprendrait **trois objectifs à atteindre pour chacun des trois niveaux, national, européen et international :**

- **à court terme, le niveau national** au moyen d'une proposition de loi prévoyant un **dispositif de déclaration fiscale applicable aux acteurs étrangers** pour une série de taxations destinées à rétablir la neutralité et l'équité fiscale ;

- **à moyen terme, le niveau européen** avec le **raccourcissement du calendrier de mise en œuvre de la directive TVA relative aux services électroniques** (2008/8/CE du 12 février 2008) qui, en l'état, entre en vigueur le 1^{er} janvier 2015 mais reporté à 2019 la perception effective de la totalité de la TVA sur les services électroniques par l'Etat de résidence du consommateur final ;

- **à moyen et long terme, le niveau international** avec la **redéfinition des règles d'imposition des bénéficiaires** établies par l'OCDE, en prenant en compte la spécificité de l'économie numérique et de la dématérialisation des flux de richesses.

Ainsi, en complément de la proposition de loi, la feuille de route proposée suppose un soutien spécifique et la recherche de synergies au niveau européen avec les parlementaires des Etats membres rencontrant les mêmes problématiques (Grande-Bretagne, Allemagne, Italie, Espagne, etc.) de distorsion de concurrence et d'optimisation fiscale des grands acteurs du net.

B. UNE PROPOSITION DE LOI POUR INITIER LE MOUVEMENT : DESCRIPTION DU DISPOSITIF

L'économie générale de la proposition de loi déposée par votre rapporteur prévoit l'insertion d'**un nouveau chapitre dans le code général des impôts, intitulé « Fiscalité numérique »**, et comporte **deux volets** (*cf.* le texte du dispositif en annexe VI) :

- d'une part, **un volet procédural** mettant en œuvre une **obligation de déclaration d'activité par les acteurs de services en ligne basés à l'étranger à partir de certains seuils d'activités** et selon deux variantes ; l'entreprise assujettie opterait, soit pour la désignation d'un représentant fiscal

sur le modèle procédural de l'agrément accordé aux sites de jeux en ligne, soit pour le régime spécial de déclaration des services fournis par voie électronique qui est une procédure simplifiée et dématérialisée permettant de respecter les principes du droit européen de non discrimination et de proportionnalité ;

- d'autre part, **un volet fiscal** comportant une série de taxations. Elle est destinée à assurer la **neutralité fiscale** en matière de **taxation** sur la **publicité en ligne** et sur les **services de commerce électronique** (Tascoé) au dessus de certains seuils d'activité. De manière complémentaire, une seconde catégorie de taxation, ayant pour objet d'établir l'équité fiscale en étendant aux acteurs étrangers de l'Internet les dispositifs existant au profit de la culture, est proposée au titre de la fourniture de vidéogrammes à la demande (**article 2**).

1. Le volet procédural : instaurer une obligation déclarative pour les redevables non établis en France

L'**article premier** de la proposition de loi insère un **nouveau chapitre**, intitulé « **Fiscalité numérique** », au sein du code général des impôts. La **section I** relative au « **Régime d'imposition de certains services fournis par voie électronique** » instaure une **obligation déclarative pour les redevables non établis en France**.

a) S'inspirer de l'expérience réussie du cadre juridique de l'agrément des sites de jeux en ligne...

Le cadre juridique de l'agrément des sites de jeux en ligne opérant en France constitue un précédent en matière d'encadrement de l'activité des sites Internet et en démontre le caractère opérationnel¹.

Depuis 2010, 59 agréments ont été délivrés, permettant à de nombreux opérateurs étrangers d'opérer sur le territoire français en toute légalité et à l'Etat d'enregistrer 629 millions d'euros de recettes fiscales² entre juin 2010 et juin 2012, dont 307 millions d'euros en année pleine pour 2011.

¹ Le cadre de la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne repose sur le principe de la délivrance d'un agrément et impose une série de conditions aux opérateurs afin de rendre possible la collecte des prélèvements obligatoires.

² Source : Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL).

L'encadrement fiscal des opérateurs de jeux en ligne agréés et le bilan chiffré des recettes enregistrées par l'Arjel

Le cadre de la régulation des jeux en ligne instauré par la loi du 12 mai 2010 repose sur le principe de la délivrance d'agrément, imposant une série de contraintes aux opérateurs et rendant ainsi possible la collecte de l'impôt, il s'agit notamment de :

- L'obligation d'établissement dans un état de l'UE ou ayant signé un accord de coopération fiscal avec la France

- La nomination d'un représentant fiscal en France, qui s'assure du paiement de l'ensemble des prélèvements obligatoires

- La possibilité de contrôler l'assiette et les déclarations fiscales des opérateurs par un système informatique, situé en France, de captage et d'archivage des données entre les joueurs et l'opérateur. Ce mécanisme lourd et contraignant répond également à d'autres objectifs de régulation, puisqu'il assure la transparence des opérations de jeux et des processus d'enregistrement des joueurs. Il permet donc de contrôler, sans manipulation possible des opérateurs, le respect par ces derniers des dispositifs de lutte contre le jeu excessif, le jeu des mineurs, le blanchiment et la fraude. Enfin, en assurant la traçabilité des opérations de jeu, ce dispositif d'archivage permet d'analyser plus facilement les paris anormaux ou suspicieux ayant pu être pris, notamment en paris sportifs.

Enfin, le modèle fiscal adopté à l'occasion de l'ouverture des jeux d'argent et de hasard en ligne repose sur une fiscalité assise sur les mises. En effet, en application de la norme OCDE relative à l'imposition des bénéficiaires, et en l'absence d'obligation d'établissement stable en France des opérateurs de jeux en ligne, le gouvernement a choisi d'asseoir la fiscalité sur les mises plutôt que sur le Produit Brut des Jeux (PBJ) bien que ce PBJ, correspondant aux mises diminuées des gains reversés aux joueurs, s'apparente au prix réel dont s'acquittent les joueurs pour disposer d'un service de jeux en ligne organisé par l'opérateur.

Il doit également être noté que la loi du 12 mai 2010 prévoit des dispositifs de financement des filières, directement concernées par les jeux en ligne ouverts à la concurrence. Ainsi, le Centre National pour le Développement du Sport (CNDS) et les communes abritant un ou plusieurs casinos et/ou hippodromes, perçoivent un prélèvement sur les mises enregistrées par les opérateurs de jeux en ligne agréés.

Depuis l'ouverture du marché en juin 2010 et jusqu'à fin juin 2012, les opérateurs agréés ont généré près de 629 millions d'euros de recettes fiscales dont :

- 467 M€ ont été reversés au budget de l'Etat
- 79 M€ ont été reversés à l'assurance maladie
- 24 M€ ont été reversés aux communes abritant un casino
- 22 M€ ont été reversés au Centre des musées nationaux
- 21 M€ ont été reversés au Centre National de Développement du Sport (CNDS)
- 12 M€ ont été reversés aux communes abritant un hippodrome
- 4 M€ ont été reversés à l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé

(INPES)

Pour le seul exercice 2011, les recettes fiscales du secteur se sont élevées à 307 millions d'euros, dont :

- 53 M€ pour les paris sportifs
- 149 M€ pour les paris hippiques
- 105 M€ pour le poker

Source : ARJEL - Direction des Agréments et de la Supervision (2 juillet 2012)

b) ...et veiller à l'euro compatibilité du dispositif déclaratoire

Toutefois, à la différence de la procédure d'agrément préalable propre aux jeux en ligne, rendue possible pour des motifs d'ordre public et qui ne concerne qu'un nombre limité de sites, les acteurs Internet de la publicité en ligne, du commerce électronique ou de certains services connectés sont potentiellement très nombreux. Par ailleurs, comme la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne prohibe le caractère général d'une obligation de représentation fiscale¹, il convient de proposer la mise en œuvre d'un dispositif déclaratif, compatible avec le droit communautaire, qui ne serait ni discriminatoire, ni disproportionné.

Aussi, afin d'assurer l'euro compatibilité du dispositif, est-il ici proposé plusieurs options : celle du représentant fiscal (procédure lourde) ou celle du régime spécial de déclaration des services fournis par voie électronique (procédure simplifiée et dématérialisée) prévue à l'article 298 *sexdecies* F du code général des impôts. **Il convient de souligner que ce régime spécial résulte de la transposition en droit français de la directive n° 2002/38/CE du 7 mai 2002 relative à la TVA et est d'ores et déjà applicable aux redevables de la TVA établis hors de l'Union européenne.** Le dispositif proposé par la proposition de loi n'a d'autre but que d'en élargir le champ d'application aux personnes établies dans un pays de l'Union. Cette obligation déclarative, soumise *a posteriori* à contrôle fiscal, constituerait par ailleurs un bon test de l'effectivité des conventions bilatérales en vigueur en matière de coopération fiscale.

Pour éloigner tout soupçon de procédure discriminatoire, **les prélèvements applicables aux personnes non établies en France le seraient au même titre que pour celles qui y sont établies**, et ne seraient donc pas des prélèvements appliqués aux seules entreprises étrangères.

Enfin, il est proposé de ne retenir qu'un nombre limité de taxations au titre de cette nouvelle procédure. Ainsi, les prélèvements soumis à l'obligation de déclaration concerneraient la **taxe sur la publicité en ligne**, la **taxe sur les services de commerce électronique (Tascoé)**, et la **taxe sur les ventes et les locations de vidéogrammes** destinés à l'usage privé du public².

¹ « L'obligation de désigner un représentant fiscal est, selon la Commission, contraire à la libre circulation des personnes et des capitaux dans la mesure où elle s'avère à la fois discriminatoire et disproportionnée au regard de l'objectif tendant à assurer l'efficacité du contrôle fiscal et à lutter contre l'évasion fiscale » (CJUE - 5 mai 2011 - C 267/09 Commission / Portugal).

² *A ce stade, il n'a pas été jugé opportun de proposer d'élargir l'assiette des taxes sur les services de télévision (art. L. 115-6 et suivants du code du cinéma et de l'image animée) et sur les services fournis par les opérateurs de communication électronique (art. 302 bis KH du CGI) car celles-ci font l'objet de procédures en cours devant la commission européenne et la CJUE. La taxe actuelle sur les services de télévision est loin d'être négligeable, et représente 558 millions d'euros pour 2012.*

2. Le volet fiscal

L'article premier de la proposition de loi insère également **une section II relative aux « Prélèvements sur certains services fournis par voie électronique »**.

a) Une nouvelle version de la taxe sur la publicité en ligne

En application du principe de la neutralité technologique, **la taxe sur la publicité en ligne a pour objet de transposer au média Internet l'actuelle taxe sur la publicité diffusée par voie de radiodiffusion sonore et de télévision due par les régies publicitaires**. Il faut aussi rappeler que la « publicité physique » fait également l'objet d'une taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) recouvrée par les communes. Cette taxe serait assise sur les sommes, hors commission d'agence et hors taxe sur la valeur ajoutée, payées par les annonceurs aux régies pour les services de publicité dont l'audience est obtenue en France. **Cette nouvelle version de la taxe sur la publicité en ligne diffère radicalement de la précédente car elle s'appliquerait dorénavant aux régies, où qu'elles se situent, et non aux annonceurs**, et serait calculée en appliquant un taux de 0,5 % à la fraction de l'assiette comprise entre 20 et 250 millions d'euros et de 1 % au-delà, ce qui produirait un gain fiscal de moins de 20 millions d'euros¹. **Il ne s'agit donc pas d'une mesure de rendement mais de neutralité fiscale**.

Pour répondre par avance aux critiques formulées à l'encontre de cette initiative, il faut rappeler que si la publicité en ligne est un marché encore limité, il connaît une très forte progression. Il est évalué par le syndicat des régies Internet à 2,5 milliards d'euros en 2011, dont 1,1 milliard pour la seule publicité sur les moteurs de recherches (dont 90 % à 95 % de part de marché pour Google) et 600 millions d'euros pour la publicité graphique (bannières, messages, etc.). En 2012, le marché publicitaire en ligne devrait atteindre 2,8 milliards d'euros. **La configuration de cette nouvelle taxe écarte donc le risque de délocalisation, car elle s'applique à toutes les régies, qu'elles soient basées en France ou à l'étranger**, et prend en considération la masse critique de leur activité en mettant en place un mode de calcul progressif, par tranches de chiffre d'affaires, des taux applicables.

De ce fait, Google Ireland sera redevable de la taxe au regard du milliard, et plus, d'euros de chiffre d'affaires réalisé au titre de son audience sur le marché français en qualité de régie publicitaire. Naturellement, le débat qui aura lieu le moment venu contribuera à affiner la définition de ces seuils².

¹ Ce rendement peut être comparé au montant de la taxe sur la publicité télévisée qui est évalué à 54 millions d'euros pour 2012 (fascicule « Voies et moyens » annexé au PLF 2012).

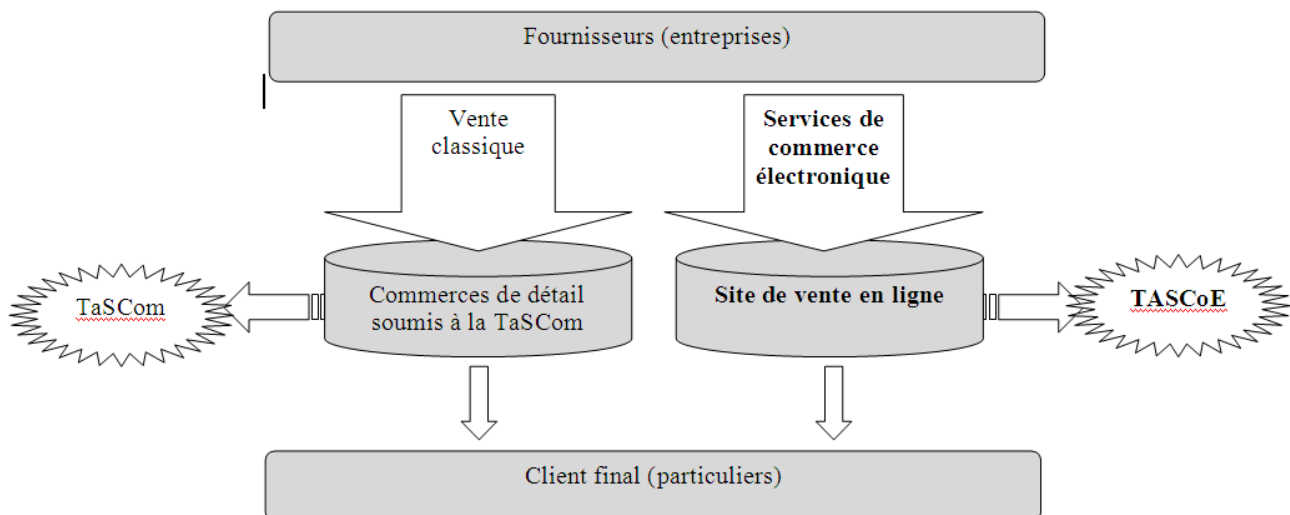
² Il convient de préciser que le seuil de 20 millions d'euros d'entrée dans le champ d'application de la taxe correspond au chiffre d'affaires moyen des régies Internet mentionné par Luc Tran Thang, président du syndicat des régies Internet, lors du forum de fiscalité numérique du 14 février 2012. Par ailleurs, bien que le SRI soit tenu par le secret des affaires de ne pas divulguer le chiffre d'affaires de ses membres en matière de publicité en ligne, il peut être

b) *La taxe sur les services de commerce électronique « Tascoé », une extension de la Tascom*

Sur le même principe, **la taxe sur les services de commerce électronique (Tascoé) vise à transposer au commerce électronique la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom)**¹ tout en intégrant un dispositif de déductibilité pour les commerçants utilisant les deux canaux de commercialisation. Son produit aurait vocation à être affecté aux collectivités locales qui bénéficient de versements du Fonds national de péréquation des ressources intercommunales et communales (FPIC).

Cette nouvelle version de la taxe sur les services de commerce électronique (Tascoé) diffère très sensiblement de la taxe initialement proposée en loi de finances pour 2011 qui était due par le preneur établi en France et assise sur les activités de commerce électronique entre professionnels. Le rendement fiscal de cette Tascoé, première formule, pouvait atteindre 500 millions d'euros (0,5 % d'un chiffre d'affaires de 100 milliards d'euros dans le e-commerce *B to B*) et sa portée dépassait très largement la seule transposition de la Tascom, sans pour autant impacter les principaux sites visés, notamment Amazon et Apple.

Aussi, la Tascoé ici présentée prévoit-elle, dans le même esprit que la Tascom, **une taxation du vendeur professionnel au consommateur final (*B to C*) par parallélisme entre commerce de détail physique assujéti à la Tascom et commerce de détail électronique soumis à la Tascoé**. La Tascoé serait soumise à l'obligation de déclaration d'activité pour les redevables non établis en France, ce qui permettrait d'assujettir les grands groupes de vente en ligne à cette taxe (*cf.* schéma ci-après).



considéré qu'entrent dans le taux de 0,5 % les grandes régies françaises (Orange, Lagardère, TF1 ou Amaury Média) et dans le taux de 1 % Google et le groupe PagesJaunes. (Source : www.latribune.fr, 19 juillet 2012, « La nouvelle taxe Google toucherait-elle Google ? »).

¹ Pour mémoire, le rendement fiscal de la Tascom s'établit à 600 millions d'euros au bénéfice des collectivités locales et est applicable aux surfaces de vente au détail supérieures à 400 m² dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égal à 460 000 euros.

Concernant l'assiette de la Tascoé, les estimations de la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance (Fevad) font état d'un chiffre d'affaires de vente en ligne de 37 milliards d'euros en 2011. Toutefois, les projections pour 2012 tablent sur une croissance de 20% et un chiffre d'affaires de l'e-commerce avoisinant 45 milliards d'euros, pour dépasser les 70 milliards d'euros en 2015. **A cette échéance, le rendement d'une taxe de 0,25 % pourrait atteindre environ 100 millions d'euros dès 2013 et 175 millions d'euros en 2015.** Ces estimations devront être ajustées à la baisse pour tenir compte de l'exonération des entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 460 000 euros (ce montant étant le même que celui qui déclenche l'exigibilité de la Tascom) et de la déductibilité de la Tascom, dans la limite de 50 % du montant de la Tascoé, pour les entreprises qui pratiquent à la fois le commerce physique et le commerce électronique.

Le rendement d'une telle taxe présente, d'ores et déjà, un intérêt à ne pas négliger et **l'avantage de pouvoir être envisagée très rapidement, dès 2013, sans attendre les négociations à moyen et long terme nécessaires en matière de TVA et d'imposition sur les sociétés.**

Par ailleurs, l'affectation, au même titre que la Tascom, au « bloc communal », comme ressource du FPIC, serait **en cohérence avec la perspective d'érosion du commerce physique au profit du e-commerce** et donc de la compensation du préjudice ainsi causé aux territoires. Or, sans financement spécifique, les progrès dans la péréquation des ressources commerciales et intercommunales seront difficiles, comme le montrent les débats préparatoires de la loi de finances pour 2012.

c) Étendre aux acteurs de l'Internet certaines taxes existantes au profit de la culture

L'**article 2** de la proposition de loi étend aux acteurs étrangers de l'Internet établis en France et à l'étranger la taxe actuelle sur la fourniture de vidéogrammes à la demande (VOD) pour rétablir une forme d'équité fiscale et trouver une convergence d'approche avec nos collègues de la commission de la culture. Ces prélèvements étant effectués au bénéfice du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), l'élargissement de l'assiette proposé pourrait alimenter une réflexion plus globale sur la réduction des taux actuels¹.

A ce stade, il n'a pas été jugé opportun de proposer d'élargir les assiettes de la taxe sur les services de télévision² et de la taxe sur les services fournis par les opérateurs de communication électronique (art. 302 *bis* KH du

¹ Le rendement de la taxe sur la vente et la location de vidéogramme représente 32 millions d'euros.

² Le rendement de l'extension de la taxe sur les services de télévision aux services en ligne est difficilement chiffrable dans la mesure où les principaux acteurs du marché n'ont pas encore déployé leurs services ou ne publient pas de chiffre d'affaires pour la part de leur audience française. A titre d'ordre de grandeur, le rendement de la taxe actuelle sur les services de télévision est évalué à 558 millions d'euros pour 2012 (fascicule voies et moyens annexé au projet de loi de finances pour 2012).

code général des impôts) car celle-ci fait l'objet d'une procédure devant la Commission européenne et la CJUE. En effet, en 2009, pour compenser partiellement la suppression de la publicité à la télévision publique, la France a introduit une taxe spécifique sur le chiffre d'affaires des opérateurs de télécommunications au titre de leur autorisation à fournir des services de télécommunications (y compris l'Internet et la téléphonie mobile). Or, selon la Commission, une telle taxe constitue en réalité une charge administrative incompatible avec le droit européen.

3. Engager le Gouvernement dans la voie de la fiscalité numérique

Enfin, la proposition de loi déposée par votre rapporteur n'a vocation ni à l'exhaustivité, ni à l'épuisement du sujet. Aussi, l'**article 3** du dispositif proposé prévoit-il la remise par le Gouvernement d'un **rapport au Parlement sur l'impact sur les finances publiques des pratiques d'optimisation fiscale mises en œuvre par certains acteurs de l'économie numérique**. Dans un esprit que semble partager le Gouvernement, à la lumière de la mission qu'il a lancée (*cf. supra*), il est demandé que la faisabilité et l'impact de nouvelles taxations soient analysés et chiffrés en ce qui concerne de nouvelles assiettes basées sur les flux numériques, le concept de « contribution sur la valeur ajoutée numérique » (CVAN) – par analogie avec la contribution sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) –, ou encore l'extension aux nouveaux acteurs de la télévision connectée des prélèvements en faveur de la culture et de l'audiovisuel.

Il prévoit également que le Gouvernement expose son analyse sur les voies et moyens qui permettraient :

- l'anticipation au 1^{er} janvier 2014, au lieu du 1^{er} janvier 2015, de la date d'entrée en vigueur de la taxe sur la valeur ajoutée du pays de consommation applicable aux services électroniques, au sens de la directive 2008/8/CE du 12 février 2008, et la réduction de la durée de la période transitoire ;

- et la redéfinition, au niveau européen et international, des règles d'imposition des bénéfices des entreprises dans le contexte du commerce électronique.

*

* *

Au terme du présent rapport, il faut souhaiter que les travaux menés par votre commission des finances trouvent une issue opérationnelle et législative qui puisse servir à la définition d'une position commune européenne. Aussi, ce message mérite-t-il d'être porté largement au-delà de nos frontières.

Il y a urgence à ce que les gouvernements incitent l'Union européenne et l'OCDE à inscrire le thème de la fiscalité numérique dans leurs agendas de travail. Cela apparaît indispensable pour **assurer des recettes fiscales aux Etats où réside la création de valeur et non à ceux où sont domiciliés les groupes.**

Dans ce contexte, la proposition de loi pour une fiscalité neutre et équitable doit être considérée comme une des composantes d'un plan d'action global et une contribution au débat pour « faire bouger les lignes ». Ainsi, il ne s'agit pas ici de proposer un dispositif législatif « clé en main » – ce qui serait illusoire au vu de l'évolution incessante des nouvelles technologies – mais de **fournir le socle d'une fiscalité numérique nouvelle, évolutive et adaptable aux usages à venir de l'Internet.** C'est pourquoi, par souci d'efficacité, **les dispositions proposées se limitent-elles à quelques mesures d'ordre procédural et fiscal qui se veulent les plus simples et opérationnelles possibles.** Elles ont vocation à être adoptées – et certainement améliorées – mais aussi à accueillir, autour d'un principe simple de déclaration d'activité quel que soit le lieu d'établissement de la société, toute initiative complémentaire.

SUMMARY IN ENGLISH: STEPPING STONES TO A NEUTRAL AND FAIR TAXATION OF DIGITAL ECONOMY

I. THE ORIGINS OF THE DEBATE ON DIGITAL ECONOMY TAXATION

A. CHRONOLOGY OF THE FINANCE COMMITTEE'S WORKS

Mr. Philippe Marini, chairman of the Senate's Finance Committee originally raised the issue of the taxation of Internet players without their tax domicile in France.

The issue of **taxation fairness** and the need to confront **distorted competition** and **tax avoidance** in particular in the online advertising and e-commerce sectors, has created a debate in France on how to make groups which are fiscally established in other countries of the European union – in complete compliance with French and European taxation rules – and which do not pay corporation tax in France although they use French public infrastructures and services, contribute to the State's finances.

Therefore, the Finance Committee ordered a study from **Greenwich Consulting** firm in 2009 and **held a first roundtable meeting on the impact of the growth of e-commerce on the State's finances on April 7, 2010**, on the flight of taxable revenue from online advertising as well as e-commerce¹. The finding was unequivocal. Irrespective of the taxation concerned (corporation tax, VAT, advertising tax), the worldwide e-commerce players have built their economic model and established their head offices in states with low taxation: mainly Ireland and Luxembourg.

This debate was on the Finance Committee's agenda throughout 2010 and resulted in a "**second Roundtable meeting on e-taxation**" on Wednesday, May 18, 2011, a week before the "e-G8" emphasizing **the conjunction of the legislator's, executive's and businesses' interests in the digital economy**.

These works had an impact on the **2011 Finance Act**, because two amendments proposed by Philippe Marini, who was then the "Rapporteur général" were adopted to create an online advertising tax and an e-commerce services tax (Tascoé).

¹ *Report n° 398 (2009-2010), « Le développement du commerce électronique: quel impact sur les finances publiques? », April 7th, 2012, by Philippe Marini.*

B. CHANGES IN THE LEGISLATIVE AND REGULATORY CONTEXT ON THE TAXATION OF E-COMMERCE SINCE THE INITIAL 2011 FINANCE ACT WAS PASSED.

1. The “first version” of the online advertising tax: passed and then rejected

Parliament incorporated **an online advertising services tax of 1% of the amount of the service when the 2011 Finance Bill was being debated.** Even though the fiscal revenue was very small, €20 million at most, and this measure was rejected last June before it came into force on July 1, 2011, the principal merit of this initiative is that it put the issue of digital taxation firmly in the public arena. This first proposal was intended to provide a concrete answer to the President of the Republic’s desire to combat tax evasion by the large multinationals in the Internet and e-commerce sectors.

At the time this measure, improperly called the “Google Tax” was broadly approved by the Senate but was removed from the 2011 amended Finance Act, due to very strong pressure in the media by the Internet sector and the partially founded argument that as it only applied to advertisers based in France there was a risk that these groups would relocate their advertising businesses and this new tax would only be by French SMEs alone. This danger must be avoided by proposing **a measure which will not target net surfers and will not weigh on French SMEs alone.**

2. The tax on the purchase of e-commerce services (Tascoé): withdrawn for further review

The second amendment, aiming to create a tax on the purchase of e-commerce services (Tascoé) on Internet professionals was withdrawn following the Government’s commitment to undertake a “global review”¹. This second measure has a considerable range.

Although the highest estimate of the revenue from the online advertising tax is €20 million (1% of a turnover of €2 billion), the tax revenue from the Tascoé could be as much as €500 million (0.5% of a turnover of € 100 billion from *B to B* e-commerce).

Although all sectors, such as the information, communications and culture sectors are now aware of the issue, little progress has been made on the operational front. This is why Mr. Philippe Marini agreed to sponsor the first

¹ *Georges Tron, Secretary of State for the Civil Service: « Since we are all agreed on the interest of this subject and the questions asked, notably in terms of European competition, and that there must be global review of taxation, I can make the commitment, on behalf of the Government, to establish a working group of MP’s, experts, entrepreneurs, response for a global review. [...] Reporter General, if you agree, I propose setting up this working group, for our review, and to see whether we should take your amendment in its current form, or whether we should be involved in a different form » (Meeting of November 23rd 2010).*

Digital Taxation Forum held by the French Telecom Federation (FFT) (*Fédération française des télécoms*) on February 14, 2012 to revive the debate.

C. THE QUESTION OF DIGITAL TAXATION HAS ENTERED THE PUBLIC ARENA

1. The creation of the National Digital Council (Conseil national du numérique – CNNum)

As soon as it was created by the Council of Ministers on April 27, 2011 the CNNum defined the challenge in similar terms to the Finance Committee: *“How to make groups contribute to the State’s finances which, in complete compliance with French and European taxation rules have fiscally established themselves in other countries of the European Union and therefore do not pay corporation tax in France although they use the infrastructures in France, French public services, and benefit from tax and social security relief in order to recruit engineers trained in French schools and universities?”*

2. Media and telecom professionals are calling for taxation fairness between national players and the groups based abroad

What is at stake very largely exceeds the challenge of financing the cultural sector. The tremendous growth of e-commerce and the evasion of taxable income pose a real threat to the State’s revenue due to the sums involved. It is therefore essential that all the players in the culture sector are associated with this fiscal review because the erosion of taxable income is threatening the revenue from taxes which are used to finance the public audiovisual and copyright sectors.

Today all the professions in the sector, whether telecom operators or the National Digital Council agree on the threat from this unfair competition from the large foreign based Internet players: the famous “over the top”: Google, Apple, Yahoo, Microsoft, etc. The operators have published several columns¹ by the operators and the media groups (VIVENDI, Canal +).

The concerns of the telecom operators appear justified as they pay the bill for setting up the fast and very fast broadband networks in France. They are worried about the proliferation of taxes in the cinema, public audiovisual, or copyright sectors and have reached the same conclusion as the Finance Committee: **a new digital taxation framework must be developed which includes the world’s Internet giants** so that the weight of taxation is not borne exclusively by French players.

¹ « L’Etat doit repenser la fiscalité du numérique », by Jean-Bernard Lévy, president of Vivendi, Xavier Niel, founder and vice-president of Iliad, Stéphane Richard, chairman and CEO of France Télécom and Olivier Roussat, CEO of Bouygues Telecom. (*Le Monde*, November 16, 2001).

3. A tax debate on four levels: an equation with Networks, Culture, State and European Union

The debate on taxation involves three different approaches for the three different stakeholders: the telecom operators, the world of culture and the State's budget. The CNNum reaches a similar conclusion "*there are three objectives behind the taxation of digital players*":

- **Finance the deployment of networks** (the networks and in particular the high-speed networks are mainly financed by the Telecom operators or the public authorities – the State via the Fund for the Digital Society (*le Fonds pour la société numérique*), local authorities. Some players want the "Internet giants" to contribute);

- **Finance the development of the cultural industries** (today, cultural industries are financed by several taxes -advertising tax, television services tax, COSIP tax - which are not directly paid by Internet players. The digital industry is therefore being repeatedly asked to make a bigger contribution to support the culture sector);

- **Contribute to the State's overall budget** like any player which generates revenue from a business activity (the Internet players which are not domiciled in France create added value which is not taxed by the French government, contrary to players with their tax domiciles in France).

A fourth issue is also merging from the MP's discussions concerning **a tribute to the European budget**, as new taxes on networks or digital flows.

The debate started by the Finance Committee has enabled the players involved to be identified and the aspects for review to be structured. The challenge of deciding the concrete aspects remains.

II. WHAT ARE THE CONCRETE ASPECTS FOR A NEUTRAL AND FAIR DIGITAL ECONOMY TAXATION?

As the law currently stands, any measure to try to unilaterally relocate the revenues declared in another State in France would go against international undertakings.

Failing this, **we must re-establish the principle in the short and medium term of the fairness of taxation treatment** for existing taxes as well as for the dematerialized flows of added value without threatening the free services offered to net surfers and without unilaterally creating additional taxation pressure exclusively on French SMEs. This new approach must be very clearly expressed to prevent the large Internet groups using their considerable lobbying resources to repeat their victimization message which was very successful in the media. It must be reiterated that the neutrality of the net should not result in creating tax evasion zones for the large groups who

claim all the virtues (economic growth, freedom of expression etc) but at the same time whose behavior is purely intended for tax avoidance purposes. This is the reason why **the neutrality of the net implies taxation fairness.**

A. FACTOR IN FAVOR OF THE LEGISLATOR'S WORK: E-TAXATION IS PART OF THE CURRENT ECONOMIC, FISCAL AND POLITICAL CLIMATE

1. Economically: e-commerce is a dynamic taxable income base

Since the Finance Committee's roundtable meeting on April 7, 2010 on the impact of the growth of e-commerce on the State's finances, all recent studies confirm the very fast growth in this sector which is creating new and dynamic taxable income base.

The main points of the Google report ordered from McKinsey and the impact of Internet on the French economy highlighted that:

- The Internet has contributed to a quarter of French economic growth and the creation of 700,000 jobs in 15 years,

- In 2015 the Digital economy will account for 5.5% of GDP i.e. €129 billion and will have created 450,000 new jobs in five years.

In addition the eBay, Amazon and latterly the Facebook groups point to their beneficial impact on jobs and the economy.

However even though the concrete impact of the digital economy remains a moot point for economists on the precise issue of the number of direct or indirect jobs created by the digital economy, the digital economy in particular e-commerce, now already constitutes a dynamic taxable base and a pool for future growth, with the major part escaping corporation tax.

The CNNum considers that *“the revenues generated by four of these players (Google, iTunes, Amazon, and Facebook) vary between €2.5 and 3 billion euros in France, paying on average €4 million per year corporation tax, although if the French tax regime were applied they could owe around €500 million”*.

2. Taxation: how to tax dematerialized e-commerce?

There are two topics which illustrate the difficulties States encounter in applying and collecting the tax of dematerialized sales over the Internet.

- **In Europe**, the main challenge concerns the flight of taxable income linked to **corporation tax**. The international taxation rules do not enable the revenues from turnover realized in France to be satisfactorily collected. In addition the part connected to the **VAT** on the sale of dematerialized property or services to consumers in France (e.g. iTunes, Skype) must not be

considered solved. In effect, up until 2015, the company invoices the end consumer VAT from the head office. After 2015, the company must invoice the VAT for the place of consumption and it is only after a transition phase i.e. from 2019 that the company will repay it directly to the State where the consumer lives. **This date is far too far away and requires renegotiation at the European level.**

- **In the United States**, Amazon is in conflict with several states about the non-collection of “*sales tax*” and the failure to repay it to the competent tax authorities. This is a tax on sales applied in the majority of American States and Canada. This indirect taxation is levied at the point-of-sale and paid to the state by the trader. It is a tax which is only paid by the consumer. However the application of this tax on distance sales poses the problem of its collection. Outside France and Europe, tax avoidance by the large Internet sites is affecting all the world’s regions including the countries where e-commerce originated. It should be remembered that in the tax avoidance circuits (“double Irish” and “Dutch sandwich”) Google’s and Apple’s profits are piling up in tax havens and can only be repatriated to the United States under the cover of taxation amnesties¹.

3. Politically: the taxation of Internet giants has become an item in French political programs

The political programs of Nicolas Sarkozy (tax on online advertising and changing the rules for taxing profits) and François Hollande (reviving international negotiations on the taxation base for corporation tax), both tackle the problem of the taxation of international Internet groups in order to optimize taxation revenue.

B. THE DIGITAL TAXATION FORUM OF FEBRUARY 14, 2012: “A SUGGESTION BOX” AND PROPOSALS TO BE EXAMINED

Prior to February 14, 2012 no really operational proposal had been made either by the Government or by professionals, apart from Mr. Philippe Marini’s proposals (online advertising tax and Tascoé). However two initiatives can be cited:

The Institut Montaigne proposed taxing foreign companies for corporation tax on sales realized in France from their servers based in France

¹ “Google 2,4 % rate shows how \$60 billion lost to tax loopholes” (*Bloomberg* – by Jesse Drucker – October 21, 2010);

“Amazon: £7 billion sales, no UK corporation tax” (*The Guardian* – by Ian Griffiths – April 4, 2012);

“How Apple sidesteps billions in taxes” (*The New-York Times* – by Charles Duhigg and David Kocieniewski – April 28, 2012);

“Apple, sa montagne de cash et la peur de la banalisation” (*Les Echos* – by Romain Gueugneau – April 2, 2012).

without the presence of personnel in France being a factor for consideration. However, as servers are located worldwide, this proposal is **already obsolete**.

The CNNum proposed creating the status of a **stable virtual site** in Europe. This deserves a Europe-wide debate but its timeframe is far too long, even though it should not be neglected.

Thus, on Mr. Philippe Marini's request, the attendees at the Digital Taxation Forum on February 14 2012 presented a set of proposals which firstly call for new taxation and collection procedures and secondly, **case law solutions or the international renegotiation of the law in force**.

1. Proposals for new taxes and collection procedures

The attendees presented numerous proposals, each non-exclusive of the others, which could be incorporated into a new bill.

The taxation representation of non-resident Internet players in France above certain business revenue thresholds. The purpose of this collection procedure is to identify taxpayers, either from their registration at the tax office for non-residents or by the use of a taxation representative based on the procedure used for VAT (a standard procedure for companies established in and outside the EU). The legal framework to approve online betting sites operating in France is a precedent for managing the activity of other websites, and demonstrates the operational nature of this. However differently from the preliminary approval procedure which is specific to online betting sites for reasons of public policy, which only concerns a small number of websites, there are potentially a very large number of players in online advertising, e-commerce and other services, which would only be covered by a declarative obligation, and a subsequent tax control. In the light of the case law of the ECJ which prohibits the general nature of a tax representation obligation (May 5 2011 – C – 267/09 Commission v. Portugal) *“in the Commission's view the obligation to appoint a taxation representative is contrary to the free circulation of persons and capital because it is both discriminatory and disproportionate with regards to the purpose of ensuring the effectiveness of the tax control and combating tax evasion”*, **a declarative procedure must be proposed which is neither discriminatory nor disproportional and therefore compatible with community law**. The pathway is therefore narrow, with several other technical issues along it. Firstly the taxation base (the total amount of online advertising expenditure or the advertising agency's commission); by analogy with the taxation of online betting (tax on the bets and not commission) and in order to be compatible with the OECD's standards, all advertising expenditure should be taxed. Secondly, setting the threshold of liability for taxation to only impact the large national and international players and not SMEs or private individuals. The same questions will be repeated for each category of taxation subject to the collection procedure.

a) Certain telecom operators have proposed extending taxes paid by French players to foreign Internet players

For instance, this applies to the COSIP¹ tax which is paid by telecom operators to support the programme industries (support for the public audiovisual industry of over €200 million) and **the private copy royalty paid to beneficiaries** (currently paid by purchasers of CDs, DVDs and hard disks and by the operators) of over €180 million per year. However this proposal raises more problems than it solves because taxable activities, taxable thresholds and rates of taxation must be decided in detail as well as whether this tax should apply to data storage and cloud computing activities (a question on which the operators are in disagreement and on which no concrete solutions have been proposed). Finally, the enlargement of the taxable bases could permit a reduction in rates, subject to revenue simulations. **However, shouldn't a more indepth reform of the existing framework be under consideration** (clarify the method of paying writers, and the role of collecting societies, extending the perimeter of television services to new video on Internet technologies) ?

b) The return of the online advertising tax "second version"

The return of the **online advertising tax "second version"** is by analogy with the audiovisual advertising tax paid by the advertising sales agencies, where the **tax payer would no longer be the advertiser but the advertising agency irrespective of the country where it is based**. The taxable base would be the total advertising expenditure paid to the support (and not the amount of the advertising agency's commission) and at a rate of 1% of €2.6 billion of online advertising would represent 26 million euros. The threshold would have to be fixed to give priority to taxing the market's large players and not SMEs or private individuals, and a scale could be introduced depending on the activities concerned (the search where Google represents 90% of the market or display which is shared between more than 100 players). More than a revenue measure, **this is symbolic measure of taxation fairness**.

The following proposals are aimed at taxing the creation of value which certain foreign groups derive from operating on the French e-commerce market (Amazon Apple) or from network activities (YouTube, Facebook, Twitter etc)

c) The e-commerce services tax (Tascoé)

The e-commerce services tax (Tascoé) by analogy with the tax on selling surface areas (Tascom), owed by physical stores. The taxpayer would be the e-commerce site based in France or abroad and at a rate of 0.1% to 0.5% of the amount of B to B transactions valued at €100 billion, the tax revenue would be between €100 to €500 million (a taxation threshold would enable the large players and not SMEs and private individuals be targeted).

¹ *Compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels (audiovisual industry fund).*

d) A levy on the digital added value

Another proposal would be similar to a **levy on the digital added value** (Contribution sur la valeur ajoutée numérique - CVAN) by analogy to the levy on the added value of companies (Contribution sur la valeur ajoutée des entreprises - CVAE) levied on the physical persons and companies who operate in France. Thus, a site based abroad which is not liable for CVAE but which realizes turnover on the French market would be targeted. However, the taxable activities, and the method of calculating the added value would have to be defined (a difficult debate because which supports will enable wealth creation to be measured? Flows? Click? IP addresses?) and apply a declarative procedure for turnover where problems of deductibility of charges and transfer pricing would arise. **However this does have the merit of not stigmatizing a specific activity but developing a discourse on the principle of taxation fairness irrespective of the technological wealth vector.**

e) A digital grant in the form of an access right to network infrastructures

Finally a last proposal, a **digital grant in the form of an access right to network infrastructures** appears to be an attractive procedure but needs to be examined more precisely (taxpayers being foreign Internet players who operate on the territory to supply services which compete with services which are already offered by the telecom operators based in France such as e-mail, VOD, telephoning, access to content etc) because **the payment of a tax giving the right to access the national network would be an infringement of the free circulation** of services inside the European Union.

2. Solutions in case law or the international renegotiation of the law in force

Two approaches are suggested by the National Digital Council:

- In the short term, the profits of foreign digital players should be taxed on the “**complete commercial cycle**” basis, a notion derived from case law **which requires a judgment** (the case law of the EC allowing certain profits to be connected to France although there is no independent site or representatives must be scrutinized with respect to digital services).

- In the long term this would involve working at the community level to adopt a rule creating a **virtual stable site** assessable for corporation tax

Although these proposals should be supported it must be stressed that they do not figure in the legislative domain in the short or medium term.

C. STEPPING STONES TO A DIGITAL ECONOMY TAXATION BILL

1. The work program: explore and examine

All these proposals made by Internet professionals must be explored and examined, in addition to the work programme for a Digital Taxation Bill which was filed by Mr. Philippe Marini, chair of the Senate Finance Committee last July 19. This involves:

- Technical hearings with professionals and the government are in progress (last July 2, the French government has introduced a technical mission upon the digital economy taxation);

- Questions put to the European Commission's departments on the admissibility of certain proposals under Community Law (DG taxation, DG competition);

- Mr. Philippe Marini has also been attending several events organized by the professionals of the sector on the digital taxation theme. He made a statement, adopted by the Senate's finance committee (june 27, 2012), on a road map for a neutral and fair digital taxation, then proposed a bill (July 19, 2012).

2. The outline of a Bill for a neutral and fair taxation of digital economy

The mechanism outlined for the proposed Bill is part of a global scheme which includes three levels: national, European and international.

At the **national level**, the Bill for a neutral and fair taxation of digital economy includes two sections:

- Firstly a **procedural section** with an **obligation for players based abroad to declare a tax from certain thresholds of business activity** which would target large groups (the "over the tops" but also companies established in France) based on the procedural model for approving online betting sites, but **respecting the principles of non-discrimination and proportionality**;

- Secondly a **taxation section** with two series of taxation, one intended to re-establish **taxation fairness** by taxing foreign players the taxes for supporting public audiovisual and the private copy royalty paid to the beneficiaries, and the second concerning on line taxation, regarding to net neutrality, for advertising and e-commerce services.

Finally, in a longer-term perspective, two other proposals deserve specific support and the search for synergies at the European level with MP's from member states which are experiencing the same problems of distortion of competition at the European level (Italy, Germany, Great Britain, Spain etc).

At the **European level: renegotiate the schedule for implementing the VAT directive on electronic services** in order to bring its application deadline nearer,

At the **international level: convince and make the MP's in the member states aware about initiating a process to renegotiate the OECD rules for taxing profits** by taking the specificity of the digital economy and the dematerialization of flows of wealth into account. This issue deserves to be filed on the OECD schedule.

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours d'une réunion, tenue le mercredi 27 juin 2012, la commission a entendu une communication de M. Philippe Marini, président, sur la fiscalité numérique.

M. Philippe Marini, président. – L'intérêt de notre commission pour le sujet de la fiscalité numérique est ancien et je souhaite aujourd'hui vous présenter un état des lieux et un plan d'action permettant de trouver des moyens innovants, équitables, transparents et justes, afin que le principe de neutralité s'applique à des transactions identiques, quels qu'en soient la forme, les modalités, le support, la technologie.

J'ai recueilli de nombreuses propositions et contributions au cours des nombreux forums, auditions et déplacements que j'ai effectués ces derniers mois, notamment à Dublin, au siège de Google, et à Bruxelles auprès des services de la commission européenne et de différents Etats.

L'idée sous-jacente qui s'est dégagée de ces travaux est que la fiscalité doit s'adapter aux technologies et évolutions de l'économie. Celle-ci mue radicalement avec la globalisation de l'Internet et, dans ce contexte, la fiscalité numérique apparaît comme la nouvelle fiscalité du 21^{ème} siècle : à nouvelles assiettes, nouveaux impôts. Une fiscalité moderne ne peut donc plus ignorer les nouvelles formes de création de valeur et de richesse apportées par la croissance de l'économie numérique. La crise de l'euro montre que la concurrence fiscale entre Etats partageant la même monnaie est une voie sans issue face à des groupes dont les critères d'implantation au Luxembourg ou en Irlande reposent quasi-exclusivement sur un principe d'optimisation fiscale.

L'idée d'équité fiscale est à la base de notre démarche. Cet enjeu est vital. Le développement du commerce électronique est un thème transversal qui doit transcender les clivages nationaux. Il faut définir une nouvelle fiscalité du numérique qui inclue les géants mondiaux de l'Internet afin de restaurer les recettes fiscales des Etats. Or cette responsabilité nous incombe au premier chef, au législateur et aux Etats.

Comment le débat sur la fiscalité numérique est-il apparu en France ?

Pour des raisons d'équité fiscale et pour faire face aux phénomènes de distorsion de concurrence et d'optimisation fiscale, dans les secteurs notamment de la publicité en ligne et du commerce électronique, un débat s'est ouvert en France sur la manière de faire contribuer aux finances de l'Etat des groupes qui, en parfaite conformité avec les règles fiscales françaises et européennes, sont établis fiscalement dans d'autres pays de l'Union européenne que la France, et ne paient donc pas ici d'impôt sur les sociétés

alors même que ces groupes utilisent les infrastructures et les services publics situés sur le territoire national.

La nouveauté est que ces débats s'amplifient dans les grands Etats de consommation : la France mais aussi la Grande-Bretagne, l'Allemagne, l'Italie, sans oublier le premier marché qui est celui des Etats-Unis. C'est pourquoi, il y a déjà trois ans, la commission des finances avait commandé en 2009 une étude au cabinet Greenwich Consulting et organisé, le 7 avril 2010, une première table ronde sur l'impact du développement du commerce électronique sur les finances de l'Etat. Le constat était sans appel. Quelles que soient les impositions considérées (impôt sur les sociétés, TVA, taxe sur la publicité), les grands acteurs mondiaux du commerce électronique ont bâti leur modèle économique et établi leurs sièges sociaux dans les États à « fiscalité basse » : Irlande et Luxembourg principalement.

Ensuite, la commission des finances a donné une première traduction sur le plan législatif à la première version de la taxe sur la publicité en ligne dont l'idée avait été lancée par le rapport « Zelnik ». C'est sur ma proposition, d'abord dans le premier collectif de 2010, puis en loi de finances pour 2011, que le Parlement a institué une taxe sur les services de publicité en ligne égale à 1 % du montant de la prestation. A l'époque, cette initiative improprement qualifiée de « taxe Google » avait recueilli, dans son principe, une large approbation du Sénat. Mais par la suite, cette disposition a été supprimée en loi de finances rectificative pour 2011, avant la date d'entrée en vigueur de la taxe, sous la pression très forte et médiatique du secteur de l'Internet et avec comme argument, en partie fondé, que ne s'appliquant qu'aux annonceurs basés en France, elle présentait le risque de voir les groupes délocaliser leurs activités d'annonceur et donc de ne faire peser cette taxe nouvelle que sur les PME françaises. Certes, le dispositif proposé, alors réalisé dans l'urgence, comportait des imperfections, mais il a eu le mérite d'installer le sujet dans le débat public.

Aujourd'hui, tous les acteurs et professionnels du secteur s'accordent sur le danger que représente la concurrence déloyale des grands acteurs de l'Internet basés dans les pays à fiscalité basse : les fameux « GAFA » (Google, Apple, Facebook et Amazon).

Nos collègues de la commission de la culture, dont Catherine Morin-Desailly, que je remercie de sa présence, et de la délégation à la prospective se sont également emparés de la question. Je signale à cet égard que Joël Bourdin a publié un rapport intitulé « Commerce électronique : l'irrésistible expansion ».

Par ailleurs, le Conseil national du numérique (CNNum), créé le 27 avril 2011, s'est prononcé, le 14 février dernier, dans des termes qui coïncident très largement avec notre démarche : « Comment faire contribuer aux finances de l'Etat des groupes qui, en parfaite conformité avec les règles fiscales françaises et européennes, sont établis fiscalement dans d'autres pays de l'Union européenne que la France, et ne paient donc pas en France d'impôt

sur les sociétés alors même que ces groupes utilisent les infrastructures situées sur le territoire français, les services publics français, bénéficient d'avantages fiscaux et sociaux pour l'embauche d'ingénieurs formés par le système scolaire et universitaire français ? »

En ce sens, plusieurs tribunes ont été publiées par les opérateurs de télécoms et les groupes de médias, notamment Vivendi et sa filiale Canal +. Je note également qu'en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis, les journalistes ont également décrit et « décortiqué » dans le détail les stratégies d'optimisation fiscales. Je saisis cette occasion pour préciser que ni Apple, ni Google, ni Amazon ne contestent sur le fond les investigations menées par le Guardian et le New-York Times selon lesquels ces entreprises échappent également au fisc des Etats américains. Il faut noter que nos collègues sénateurs d'outre-Atlantique commencent également à s'en émouvoir. Le sujet n'est plus tabou et est devenu un enjeu de premier plan dans l'actualité économique et fiscale car sont touchés par ces distorsions fiscales de concurrence tous les grands Etats de consommation.

Deux sujets illustrent les difficultés qu'éprouvent les Etats à appliquer et percevoir les taxes applicables aux ventes dématérialisées sur Internet.

Au niveau européen, l'enjeu principal concerne la fuite des recettes fiscales liées à l'impôt sur les sociétés. De ce point de vue, les règles internationales existantes ne permettent pas de rattacher de manière satisfaisante les revenus liés à un chiffre d'affaires développé en France. L'évolution de ces concepts nécessitera un consensus euro-américain qui n'est pas impossible mais qui demandera du temps. Par ailleurs, le volet relatif à la TVA ne doit pas être considéré comme résolu s'agissant de la vente de biens ou de services dématérialisés à destination de consommateurs sur le territoire français. En effet, jusqu'en 2015, l'entreprise facture au consommateur final la TVA du siège social, puis à compter de 2015, l'entreprise devra facturer la TVA du lieu de consommation mais, au terme d'une phase de transition, ce ne sera qu'à partir de 2019 que l'entreprise la reversera directement à l'Etat du lieu de résidence du consommateur. Je vous expliquerai plus loin pourquoi cette échéance est trop lointaine et nécessite une renégociation européenne.

Pour l'heure, nous constatons une distorsion très nette entre les pays d'établissement des « GAFA » (Luxembourg et Irlande) et les grands pays de consommation du e-commerce d'où proviennent les flux de richesses (Allemagne, Grande-Bretagne, France, Italie, Espagne). Dans le cas des services de vidéo à la demande (video on demand – VOD), il apparaît très clairement que le Luxembourg est le premier pays d'établissement des sites fournisseurs de VOD alors que les principaux pays de consommation de ces services sont la France et l'Allemagne. Cette situation est également vraie dans le domaine du commerce électronique (Amazon et Apple étant implantés au Luxembourg) et dans le domaine de la publicité en ligne (la régie publicitaire de Google étant basée à Dublin).

En matière de TVA et d'IS, nous assistons à un déplacement de la matière imposable de l'État de consommation vers l'Etat de la résidence de l'établissement stable. C'est pourquoi nous devrions avoir une position commune pour solliciter une renégociation d'ensemble car lorsque l'Europe et l'OCDE ont eu à décider de ces sujets au début des années 2000, le commerce électronique était loin de bénéficier de l'essor et de la prospérité qu'il connaît maintenant.

De plus, il faut également souligner que les modèles économiques mis en place par certains acteurs allient très intimement optimisation fiscale et distorsion de concurrence. C'est notamment le cas de Google qui fait l'objet d'une procédure en cours de la « DG concurrence » sur ses pratiques déloyales en matière de publicité et de moteur de recherches. Ainsi, il lui a été reproché le 21 mai dernier de discriminer les moteurs de recherche concurrents dans les résultats de recherches et sur sa plateforme de régie publicitaire AdWords. La perte d'audience de 13 % des moteurs de recherches concurrents après le déploiement du nouvel algorithme de Google à l'été 2011 constitue un effet concret de cette position dominante.

L'ensemble de ces constats justifie que la régulation de l'économie numérique ne doive pas se cantonner aux seules questions de concurrence et de droits d'auteurs, mais doive aussi s'élargir à la régulation sur le plan fiscal.

Le problème majeur est que l'Europe offre l'image d'un marché presque totalement capté par un seul acteur sur chaque segment, alors qu'aux Etats-Unis, une situation de concurrence perdure dans le domaine, notamment, des moteurs de recherches.

Les termes de ce débat fiscal font intervenir des parties prenantes et des intérêts différents : les opérateurs, le monde de la culture, l'Etat, dans sa composante budgétaire, et à l'avenir, le financement du budget de l'Union européenne.

Le financement des réseaux haut-débit est assuré principalement par les opérateurs et par les autorités publiques – l'Etat, via le Fonds pour la société numérique, les collectivités territoriales. Certains acteurs souhaiteraient y voir contribuer les « Géants de l'Internet ». Or, l'inquiétude des opérateurs télécoms apparaît légitime car ils doivent faire face à des investissements considérables et sont préoccupés par la multiplication des taxes affectées au cinéma, à l'audiovisuel public ou aux droits d'auteurs. Ils en sont donc arrivés, dans la continuité des travaux de la commission des finances, à la même conclusion : il faut définir une nouvelle fiscalité du numérique qui inclue les géants mondiaux de l'Internet afin de ne pas peser exclusivement sur les acteurs français. Ils sont en quelle que sorte devenus des alliés objectifs de notre démarche.

De mon point de vue, l'enjeu dépasse très largement celui du financement de la culture, car la croissance prodigieuse du commerce électronique et le phénomène d'évasion des assiettes fiscale mettent, par les volumes en jeu, principalement en danger les recettes de l'Etat. Il est toutefois

indispensable d'associer les acteurs de la culture à la réflexion fiscale car l'érosion des assiettes met aussi en péril le rendement des taxes affectées au financement de l'audiovisuel public et des droits d'auteurs.

L'enjeu principal reste la contribution au budget général de l'Etat que tout acteur produisant un revenu d'activité sur le territoire français devrait apporter, même s'il n'est pas établi en France. Sur ce point, il faut signaler que le CNNum estime que les revenus générés par Google, iTunes, Amazon et Facebook oscilleraient entre 2,5 et 3 milliards d'euros en France. En revanche, ces quatre acteurs n'acquitteraient en moyenne que 4 millions d'euros par an au titre de l'impôt sur les sociétés alors qu'ils pourraient être, si on appliquait le régime français, redevables d'environ 500 millions d'euros.

Enfin, des voix émergent pour étudier la manière de faire participer l'économie numérique au budget de l'Union européenne et au financement des équipements et réseaux à haut débit.

Le débat initié par la commission des finances a donc permis d'identifier les acteurs en présence et de structurer les pistes de réflexion. Il reste maintenant à relever le défi de définir des pistes concrètes.

Aussi, je souhaite placer le débat sur le terrain de la neutralité et de l'équité fiscale : la neutralité est la taxation, quelle que soit la technologie employée pour une même fonction et l'équité est le traitement selon des règles du jeu « one level playing field » des agents économiques lorsqu'ils interviennent sur un même secteur.

En l'état actuel du droit, toute initiative tendant à relocaliser unilatéralement en France des revenus déclarés dans un autre Etat se heurterait à nos engagements internationaux. A défaut, nous devons rétablir à court et moyen terme le principe d'équité de traitement fiscal sur les taxes existantes ainsi que sur les flux dématérialisés de valeur ajoutée, sans remettre en cause les services offerts gratuitement aux internautes et sans créer unilatéralement une pression fiscale supplémentaire sur les seules PME françaises ou nationales. Cette approche doit être très clairement exprimée afin d'éviter que les grands groupes de l'Internet et leurs très importants moyens de lobbying ne reproduisent leur message de victimisation médiatique. Il faut rappeler que la neutralité du net ne doit pas conduire à créer des zones franches d'évasion fiscale pour de grands groupes qui se parent de toutes les vertus, telles que la croissance économique ou la liberté d'opinion, mais qui se livrent dans le même temps à des comportements de pure optimisation fiscale. C'est pourquoi la neutralité du net doit s'accompagner de l'équité fiscale et donc d'une véritable régulation fiscale. Les entreprises ont su utiliser en toute légalité les incohérences des législations nationales. Ces comportements sont légitimes mais c'est la légalité qui n'a pas su évoluer en temps utile.

Il appartient aux États, aux autorités de régulation et au législateur d'intervenir. En effet, même si l'effet concret de l'économie numérique est discuté par les économistes sur la question précise du nombre d'emplois directs ou indirects engendrés par la nouvelle économie, il apparaît que

l'économie numérique, en particulier le e-commerce, constitue une assiette fiscale dynamique et un gisement de croissance pour l'avenir, dont la majeure partie échappe à l'impôt sur les sociétés et à un certain nombre de taxes spécifiques (publicité, audiovisuel publique). Selon le cabinet de conseil McKinsey, commandité par Google, Internet aurait contribué à un quart de la croissance de l'économie française et à la création de 700 000 emplois en quinze ans et, en 2015, l'économie numérique représentera 5,5 % du PIB, soit 129 milliards d'euros, et aura créé 450 000 nouveaux emplois.

Ces perspectives économiques expliquent certainement pourquoi la fiscalité numérique est devenue un sujet pleinement d'actualité, en phase avec les problématiques de croissance, d'emploi, de soutenabilité des finances publiques et a figuré à ce titre dans les thèmes de la campagne présidentielle. Les deux candidats finalistes ont souligné l'acuité du problème et évoqué la relance des négociations internationales sur l'assiette de l'IS.

Quelles pistes concrètes pouvons-nous suivre ?

Ces deux dernières années, en marge des travaux du Sénat, aucune proposition véritablement opérationnelle n'a été proposée par le Gouvernement. De leur côté, les professionnels du numérique ont formulé de nombreuses propositions, dont quelques pistes concrètes, peuvent être citées :

- la représentation fiscale des acteurs Internet non-résidents en France à partir de certains seuils d'activité. Cette procédure de recouvrement a pour but l'identification des redevables quel que soit le lieu d'établissement, j'y reviendrai plus loin ;

- certains opérateurs de télécoms ont proposé l'extension aux acteurs de l'Internet étrangers de taxes applicables aux acteurs français telles que la taxe versée par les opérateurs télécoms au compte de soutien aux industries de programmes, la taxe sur les services de télévision et une réforme de la redevance sur la copie privée ;

- outre les taxes sur la publicité en ligne et le commerce électronique, une proposition intéressante concerne une contribution sur la valeur ajoutée numérique (CVAN), par analogie avec la contribution sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) due par les personnes physiques et sociétés qui exercent en France. Ainsi, le site basé à l'étranger qui n'est pas redevable de la CVAE mais qui réalise un chiffre d'affaires sur le marché français serait visé, mais il faudrait définir les activités assujetties, définir le mode de calcul de la valeur ajoutée et appliquer une procédure déclarative de chiffre d'affaires sur laquelle surgirait des problématiques de déductibilité des charges et de prix de transferts. Cette orientation est intéressante et présente le mérite de ne pas stigmatiser une activité particulière et de développer un discours de principe sur l'équité fiscale quel que soit le vecteur technologique de richesses. Toutefois, elle reste à explorer et expertiser avant de savoir si elle s'imposera dans les années à venir ;

- une dernière proposition, l'octroi numérique sous la forme d'un droit d'accès aux infrastructures de réseaux, semble à exclure car le paiement d'une telle taxe, si elle conditionne l'utilisation d'un réseau national, risquerait de porter atteinte à la libre circulation des services au sein de l'Union européenne.

Des solutions jurisprudentielles ou de renégociation internationale du droit en vigueur ont également été proposées autour de deux notions :

- taxer les bénéficiaires des acteurs étrangers du numérique sur la base du « cycle commercial complet » qui est une notion jurisprudentielle et qui nécessite l'aboutissement d'une procédure juridictionnelle mais aussi la renégociation des conventions fiscales entre Etats ;

- travailler au plan communautaire à l'adoption d'un statut créant un établissement stable virtuel en matière d'impôt sur les sociétés.

Toutefois, ces deux dernières pistes, que je soutiens également, nécessitent certainement de nombreuses années de renégociation des règles de l'OCDE et des conventions fiscales.

En conclusion de cette première phase de recueils d'information, très riches d'enseignements, il apparaît que la première tentative de « taxe Google » aura atteint son objectif principal qui est de faire entrer la question de la fiscalité numérique dans le débat public européen. La presse mondiale s'est emparée du sujet et il appartient aussi aux professionnels de saisir l'opportunité d'être une force de proposition au niveau européen et international.

Il reste maintenant à faire en sorte que les opinions publiques se mobilisent et, sur ce point, nos débats parlementaires ont un rôle à jouer pour « faire bouger les lignes » et porter ce débat au niveau des Etats. L'économie numérique ne doit plus s'apparenter à une « économie de traite » au détriment des Etats de consommation.

Aussi vais-je, pour ma part, vous présenter mes propositions issues de l'ensemble de ces contributions. Il me paraît important qu'une suite concrète y soit donnée, notamment par le biais d'une proposition de loi au niveau national combinée à une feuille de route opérationnelle au niveau européen et international.

Les pistes d'évolution relèvent autant, sinon plus, de la négociation internationale que de la législation interne. Aussi, en faisant le parallèle avec la démarche adoptée par la France pour la création de la taxe sur les transactions financières, je défends l'idée de jeter les bases de la fiscalité numérique d'abord sur le plan national car, même incomplète, elle préfigurerait l'adoption d'une taxation plus globale au niveau européen. Une telle initiative donnerait un support juridique solide permettant aux acteurs de l'Internet et aux responsables politiques de s'impliquer plus fortement en vue de la création d'un projet européen de fiscalité numérique.

Cette proposition de loi s'inscrit dans des enjeux politiques majeurs - compétitivité, croissance des marchés, impact sur l'industrie européenne - et constitue l'une des composantes d'un plan d'action global qui comprendrait trois objectifs : tout d'abord, le niveau national ne doit pas être négligé car c'est à ce niveau que le débat peut se développer. Ensuite, il faut le diffuser au niveau européen, mais seulement grâce aux opinions publiques nationales car il faut bien se rendre à l'évidence qu'une telle conscience n'existe pas à l'échelle communautaire. Il n'y a pas d'opinion publique européenne à part entière, si ce n'est la somme des opinions publiques nationales.

En complément de la proposition de loi comme première étape d'une feuille de route globale, je vous propose, dans une perspective à moyen et long termes, deux actions qui méritent un soutien spécifique et la recherche de synergies au niveau européen avec les parlementaires des Etats membres rencontrant les mêmes problématiques (Grande-Bretagne, Allemagne, Italie, Espagne, etc.) de distorsion de concurrence et d'optimisation fiscale des grands acteurs du net. En premier lieu, il faut, au niveau européen, renégocier le calendrier de mise en œuvre de la directive TVA relative aux services électroniques afin d'avancer son échéancier d'application. Ensuite, il convient, au niveau international, notamment euro-américain, de sensibiliser et convaincre les Gouvernements des Etats membres de l'Union d'initier un processus d'adaptation des règles d'imposition des bénéficiaires établies par l'OCDE, en prenant en compte la spécificité de l'économie numérique et de la dématérialisation des flux de richesses.

Pour donner une traduction opérationnelle à l'établissement de la neutralité et de l'équité fiscales, j'ai entrepris un travail d'élaboration d'une proposition de loi relative à la fiscalité numérique dont le dispositif pourrait comporter deux volets au sein d'un nouveau chapitre intitulé « fiscalité numérique » qui serait inséré dans le code général des impôts :

- d'une part, un volet procédural mettant en œuvre une obligation de déclaration d'activité, le cas échéant au moyen d'un référent fiscal, par les acteurs de services en ligne basés à l'étranger à partir de certains seuils d'activités, sur le modèle procédural de l'agrément accordé aux sites de jeux en ligne mais en respectant les principes de non discrimination et de proportionnalité et donc en veillant à rester eurocompatible ;

- d'autre part, un volet fiscal comportant deux séries de taxation, la première destinée à assurer la neutralité fiscale en matière de taxation de la publicité en ligne et du commerce électronique (Tascoé) au dessus de certains seuils d'activité, la seconde visant à établir l'équité fiscale en étendant aux acteurs étrangers de l'Internet certaines taxes existantes relatives aux services de télévision et à la fourniture de vidéogrammes à la demande. Cette extension d'assiette contribuerait à pérenniser le financement de la culture et à ouvrir un débat sur une révision des taux.

Le cadre juridique de l'agrément des sites de jeux en ligne opérant en France constitue un précédent en matière d'encadrement de l'activité des sites

Internet et en démontre le caractère opérationnel puisqu'il a déjà permis de collecter plus de 600 millions d'euros. Toutefois, à la différence de la procédure d'agrément préalable propre aux jeux en ligne pour des motifs d'ordre public qui ne concerne qu'un nombre limité de sites, les acteurs Internet de la publicité en ligne, du commerce électronique ou de certains services sont potentiellement très nombreux et, conformément à la jurisprudence de la CJUE qui prohibe le caractère général d'une obligation de représentation fiscale, il convient de proposer la mise en œuvre d'un dispositif déclaratif qui ne serait ni discriminatoire, ni disproportionné. C'est pourquoi il est ici proposé plusieurs options : celle du représentant fiscal (procédure lourde) ou celle du régime spécial de déclaration des services fournis par voie électronique (procédure simplifiée et dématérialisée). De la même manière, afin d'écartier tout soupçon de procédure discriminatoire, les prélèvements applicables aux personnes non établies en France le seraient au même titre que pour celles qui y sont établies, et ne seraient donc pas des prélèvements appliqués aux seules entreprises étrangères.

S'agissant du volet fiscal, par souci d'efficacité, je propose de ne retenir qu'un nombre limité de taxations. Ainsi, les prélèvements soumis à l'obligation de déclaration pourraient concerner la taxe sur la publicité en ligne, la taxe sur les services de commerce électronique (Tascoé), la taxe sur les services de télévision et la taxe sur les ventes et les locations de vidéogrammes destinés à l'usage privé du public.

En proposant une nouvelle version de la taxe sur la publicité en ligne, la « taxe Google 2.0 », il s'agit ici de transposer au média Internet la taxe sur la publicité diffusée par voie de radiodiffusion sonore et de télévision due par les régies publicitaires en application du principe de la neutralité technologique fiscale.

La publicité en ligne est un marché encore limité, mais en forte progression. Il est évalué par le syndicat des régies Internet à 2,5 milliards d'euros en 2011, dont 1,1 milliard pour la seule publicité sur les moteurs de recherches et 600 millions d'euros pour la publicité graphique (bannières, messages, etc.). En 2012, le marché publicitaire en ligne devrait atteindre 2,8 milliards d'euros.

La première version de la taxe sur la publicité en ligne votée en loi de finances pour 2011 (ancien article 302 *bis* KI) n'était applicable qu'aux annonceurs établis en France, sans seuil d'activité, et ne permettait pas en conséquence d'appréhender l'activité des sites basés à l'étranger, notamment Google. La seconde version ici présentée diffère radicalement et peut être qualifiée de « taxe Google 2.0 » car elle s'applique dorénavant aux régies, où qu'elles se situent, et non aux annonceurs.

De ce fait, Google Ireland sera redevable de la taxe au regard du milliard d'euros de chiffre d'affaires au titre de son audience sur le marché français en qualité de régie publicitaire. Cette taxe sera également due par tout acteur français ou étranger en fonction de seuils d'activités minimales. Assise

sur les sommes, hors commission d'agence et hors taxe sur la valeur ajoutée payées par les annonceurs aux régies pour les services de publicité dont l'audience est obtenue en France, cette taxe serait calculée en appliquant un taux de 0,5 % à la fraction comprise entre 20 millions d'euros et 250 millions d'euros et de 1 % au-delà.

Il ne s'agit pas d'une mesure de rendement car le gain fiscal escompté se situerait en l'état du marché à un niveau inférieur ou égal à 20 millions d'euros, dont la moitié acquitté par le principal acteur : Google. Cela reste une piqûre d'épingle, mais il est important d'initier un mouvement. Ce rendement peut être comparé au montant de la taxe sur la publicité télévisée qui est évalué à 54 millions d'euros pour 2012.

La taxe sur les services de commerce électronique (Tascoé) est moins consensuelle, j'en conviens. Elle a pour objectif de transposer au commerce électronique la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) dont le rendement fiscal s'établit à 600 millions d'euros au bénéfice des collectivités locales. Pour mémoire, la Tascom est applicable aux surfaces de vente au détail supérieures à 400 m² dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égal à 460 000 euros.

Cette nouvelle version de la Tascoé diffère très sensiblement de la taxe initialement proposée en loi de finances 2011, qui était due par le preneur établi en France et assise sur les activités de commerce électronique entre professionnels. Le rendement fiscal de la Tascoé pouvait atteindre 500 millions d'euros (0,5 % d'un chiffre d'affaires de 100 milliards d'euros dans le e-commerce B to B) et sa portée dépassait très largement la seule transposition de la Tascom, sans pour autant impacter les principaux sites visés, notamment Amazon et Apple. Aussi, la Tascoé ici présentée prévoit, dans le même esprit que la Tascom, une taxation du vendeur professionnel au consommateur final (B to C) par parallélisme entre commerce de détail physique assujetti à la Tascom et commerce de détail électronique soumis à la Tascoé. Les redevables de cette taxe, qu'ils soient établis en France ou à l'étranger, seraient soumis à la même obligation de déclaration d'activité que celle prévue pour la taxe sur la publicité en ligne, ce qui permettrait d'assujettir les grands groupes de vente en ligne.

J'ai conscience que de fortes résistances vont « se faire jour » mais j'ai la conviction que la loi doit être faite parce qu'on l'estime juste et équitable pour les finances publiques et non pour tel ou tel secteur économique.

Concernant l'assiette de la Tascoé, les prévisions de la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance (Fevad) font état d'un chiffre d'affaires de vente en ligne de 37 milliards d'euros en 2011. Les projections pour 2012 font état d'une croissance de 20 % et d'un chiffre d'affaires de l'e-commerce qui avoisine 45 milliards d'euros, pour ensuite dépasser les 70 milliards d'euros en 2015. A cette échéance, le rendement d'une taxe de 0,5 % pourrait atteindre plus de 225 millions d'euros en 2013 et 330 millions d'euros en

2015. Le rendement d'une telle taxe apparaît d'ores et déjà important. Son application pourrait être envisagée dès 2013, sans attendre les négociations à moyen et long termes nécessaires en matière de TVA et d'IS (notion d'établissement stable virtuel).

Par ailleurs, il pourrait être intéressant de territorialiser cette ressource vers les collectivités et de s'en servir pour faciliter la péréquation. Cette idée serait en cohérence avec la perspective d'érosion du commerce physique au profit du e-commerce et donc de la compensation du préjudice ainsi causé aux territoires.

Ces estimations devront être ajustées à la baisse pour tenir compte de l'exonération des entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 460 000 euros (ce montant étant le même que celui qui déclenche l'exigibilité de la Tascom) et de la déductibilité de la Tascom, dans la limite de 50 % du montant de la Tascomé, pour les entreprises assujetties à la Tascom qui pratiquent à la fois le commerce physique et le commerce électronique.

Enfin, pour conclure ce volet fiscal, je propose d'étendre aux acteurs de l'Internet établis en France et à l'étranger certaines taxes existantes relatives aux services de télévision et à la fourniture de vidéogrammes à la demande (VOD) pour rétablir une forme d'équité fiscale et trouver une convergence d'approche avec nos collègues de la commission de la culture. Ces prélèvements étant effectués au bénéfice du centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), l'élargissement de l'assiette proposé pourrait entrer dans une réflexion plus globale sur la réduction des taux actuels.

Aussi, l'extension de l'assiette de la taxe aux fournisseurs de services de télévision en ligne permettrait d'assujettir les nouveaux services numériques tels que Google TV, YouTube, Dailymotion, Apple TV, qu'ils soient établis en France ou à l'étranger.

A titre d'ordre de grandeur, le rendement de la taxe actuelle sur les services de télévision est loin d'être négligeable, et représente 558 millions d'euros pour 2012 et celui de la taxe sur la vente et la location de vidéogramme 32 millions d'euros.

Il reste que l'essentiel de l'enjeu fiscal se situe sur le terrain de la TVA et de l'imposition des bénéficiaires.

S'agissant de la TVA, les règles issues de la directive 2008/8/CE du 12 février 2008 qui concernent les services de télécommunication et les services e-commerce ne seront applicables qu'à partir du 1^{er} janvier 2015 : la TVA due sera celle du pays du consommateur final (et non plus du pays du prestataire). Mais entre 2015 et 2019, il subsistera un régime transitoire durant lequel la TVA continuera à être perçue par le prestataire au taux, par exemple, de 15 %. Le Luxembourg reversera une partie de la TVA ainsi perçue au pays dans lequel est établi le consommateur. Ce n'est qu'à partir de 2019 que la TVA sera due par chaque prestataire au taux du pays de résidence du consommateur final. Cette échéance est trop lointaine. Elle favorise les

groupes internationaux et les Etats à fiscalité basse au détriment des entreprises et des finances publiques des Etats de consommation.

S'agissant de l'IS, il faut rappeler que les normes d'imposition des bénéfices obéissent à un corpus de normes conventionnelles élaborées au niveau international au sein de l'OCDE qui sert de cadre à l'ensemble des conventions fiscales bilatérales. La question de la redéfinition de ces normes a toutefois été abordée au début des années 2000. L'OCDE a institué en janvier 1999 un groupe technique consultatif sur le suivi de l'application des normes existantes des conventions pour l'imposition des bénéfices des entreprises dans le contexte du commerce électronique. Malgré un très important travail de proposition, notamment sur la notion d'établissement stable virtuel, le groupe de travail avait conclu, en 2004, *«qu'il ne serait pas opportun d'entreprendre pour le moment de telles réformes»* pour deux motifs : le commerce électronique ne justifie pas de rompre en lui même avec les règles existantes et l'OCDE ne disposait pas de données tangibles prouvant que les gains d'efficacité générés par les communications électroniques aient entraîné une baisse sensible des recettes fiscales des pays de consommation. Il apparaît aujourd'hui que ce jugement de 2004 est obsolète. L'évolution du contexte justifie la réouverture du dossier à la lumière de l'essor des groupes internationaux de l'économie numérique (Google, Apple, Facebook et Amazon – les « GAFA ») dont les modèles économiques semblent issus non seulement de leur avance technologique, mais aussi de leur stratégie d'optimisation fiscale. En effet, au début des années 2000, ces groupes ne dégageaient que peu ou pas de bénéfices.

Au terme de cette communication, je souhaite que ces travaux trouvent une issue opérationnelle et législative qui puisse servir à la définition d'une position commune européenne. Aussi, vais-je continuer à porter ce message en me rendant à Rome la semaine prochaine, puis à Londres à la rentrée.

Ensuite, il faudrait que les parlementaires et les Gouvernements incitent l'Union européenne et l'OCDE à inscrire le thème de la fiscalité numérique dans leurs agendas de travail. Cela apparaît indispensable pour assurer des recettes fiscales aux États où réside la création de valeur et non à ceux où sont domiciliés les groupes.

M. François Marc, rapporteur général. – Je salue la constance de l'engagement du président et l'utilité de ces travaux qui sont essentiels pour l'avenir de notre fiscalité et le financement de nos Etats dans les années qui viennent.

On voit l'essor du e-commerce qui n'est pas fiscalisé au même niveau que le sont les activités classiques. Un exemple illustre la nécessité de modernisation du droit existant : la redevance audiovisuelle ne s'applique pas aux ordinateurs, alors que ce moyen va devenir prépondérant dans les pratiques des jeunes générations.

Il faut être vigilant en matière de préservation des recettes fiscales. Le constat est que les pays peuplés fournissent un marché de consommateurs et supportent les charges des réseaux sans percevoir les revenus fiscaux correspondant à la création de valeur qu'ils apportent.

Vous avez évoqué deux chantiers : la TVA, qui nécessite l'unanimité au plan européen et l'IS, qui est lourd sur le plan financier. Dans l'idéal, il faudrait un IS européen mais, là encore, le projet d'assiette commune consolidée d'imposition des sociétés se heurte aux réticences des Etats moins peuplés.

S'agissant de la taxation de la publicité en ligne et du commerce électronique, les précédentes tentatives se sont heurtées à des obstacles techniques et politiques. Des questions se posent concernant les modalités de mise en œuvre et le recouvrement de taxations qui concerneraient des acteurs étrangers. Pourriez-vous nous expliquer les améliorations qu'apporterait votre proposition de loi ?

M. Philippe Marini, président. – En premier lieu, mon souci principal est qu'il faut respecter le cadre communautaire. Le processus de déclaration respecte ce cadre car il n'impose pas une procédure discriminatoire ou disproportionnée. Je rappelle que seules sont visées les entreprises et non les particuliers consommateurs. Par ailleurs, les représentants de Google ont toujours fait état de leur légalisme et déclaré qu'ils se conformeraient aux législations nationales. Au demeurant, sur la question du contrôle et du recouvrement, il existe des conventions fiscales bilatérales qui prévoient les échanges d'information entre administrations fiscales. Ce sera un bon test de leur effectivité. En l'état actuel, le texte proposé est donc plus élaboré et il ne semble pas possible d'aller beaucoup plus loin sur le plan procédural, sous peine de sortir des règles européennes.

Plus largement, l'enjeu, à ce stade, n'est pas le rendement mais la prise de conscience des déplacements d'assiette fiscale. Sans modification du droit européen et des normes internationales, nous demeurons prisonniers de la quadrature du cercle. C'est pour cela que ma proposition de loi vise, au plan national, à taxer ces grands groupes de l'Internet. C'est un premier « pied dans la porte ». Si on ne faisait rien, ce serait un signal de complète impuissance.

Le contexte européen se prête à ce mouvement et les opinions publiques commencent à prendre conscience du fait que les comportements d'optimisation fiscale nuisent aux finances publiques de leurs Etats.

M. Albéric de Montgolfier. – L'enjeu est d'importance, le conseil national du numérique évoque 500 millions d'euros de perte de recettes d'IS mais combien en matière de TVA ?

M. Philippe Marini, président. – S'agissant de la TVA, le cabinet Greenwich consulting avait livré une estimation de 400 millions d'euros de perte de recettes en 2010 pour la France. Toute évaluation est discutable, mais

l'enjeu pourrait être de quelques milliards d'euros par an si nous ne faisons rien dans les années à venir.

M. Albéric de Montgolfier. – Cette proposition de loi aura le mérite d'ouvrir le débat même si elle entraîne des risques de délocalisation pour les entreprises qui se trouveraient soumises aux nouvelles taxes sur la publicité en ligne et le commerce électronique.

M. Philippe Marini, président. – La procédure déclaratoire est possible et je la soutiens car on ne peut pas aller aussi loin que pour les jeux en ligne dont je rappelle que la procédure d'agrément très stricte, en raison du caractère d'ordre public de l'encadrement de cette activité, ne peut être transposée au commerce. En tout état de cause, il s'agit d'un succès qui a d'ores et déjà rapporté plus de 600 millions d'euros.

Je rappelle aussi que pour ces grands groupes, l'opinion publique et la communication représentent un enjeu important car de leur bonne réputation dépend aussi le succès de leurs services.

M. Jean Arthuis. – Je salue l'opiniâtreté de notre président. Si nous ne faisons rien, nous sommes suspects de fatalisme. Mais il ne faut pas, à l'inverse, être tenté par la gesticulation. Il faut donc être capable de s'assurer de la faisabilité et de l'effectivité de nos propositions. Or, quand on voit l'évasion de 4 milliards d'euros vers les Bermudes, il est facile pour les multinationales de l'Internet de financer quelques centres de recherche.

Il faut réfléchir à taxer le consommateur car si on ne vise que les opérateurs, il y a un risque de délocalisation et, au final, toute taxation nouvelle serait supportée par le consommateur final.

Ce qui me choque, c'est l'exception dont bénéficie le Luxembourg en matière de TVA sur les transactions immatérielles, cet Etat en gardant le fruit jusqu'en 2019. Je crois donc en la voie européenne pour modifier cette situation car je crains que la voie nationale ne soit pas à la hauteur du problème à résoudre.

M. Philippe Marini, président. – Je ne crois pas que ce soit si complexe, certainement moins que la réforme de la taxe professionnelle. Je suis d'accord avec vous en ce qui concerne la « Taxe Google 2.0 » qui s'inscrit dans une voie étroite. Pour autant, il ne faut pas en rester au blocage et à l'impuissance.

M. Jean Arthuis. – La situation européenne actuelle est intolérable, il faut la changer.

M. Joël Bourdin. – Nous vivons une révolution économique car le e-commerce étend son empire sur tous les domaines de commercialisation et pose des problèmes fiscaux. Par exemple, le développement des « Drive », qui est une forme hybride de commercialisation et qui se diffuse sur tout le territoire, ne donne pas lieu au versement de la Tascom puisqu'il s'agit d'entrepôts et non de surfaces de vente.

Par ailleurs, nous allons rencontrer des problèmes de répartition de la contribution à la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) car la valeur ajoutée est concentrée dans les zones urbaines et périurbaines, mais pas dans les territoires ruraux.

Il y a déjà des cadavres, la Camif jadis et, dans le futur, les grandes surfaces.

Cependant, il faut reconnaître aussi des vertus au commerce électronique car il tire deux pôles d'activités : la technologie et la logistique. Enfin, des petits commerçants voient leur marché s'ouvrir grâce à l'Internet sur des niches très spécialisées.

M. Pierre Jarlier. – On ne peut rester dans une zone de non droit. Le développement du e-commerce impacte négativement les recettes territoriales donc je suis favorable à une Tascoé territorialisée. Une proposition de loi est tout à fait utile pour lancer cette réflexion.

M. Philippe Marini, président. – Le commerce physique représente environ 460 milliards d'euros mais nous voyons que le e-commerce progresse plus vite.

Mme Catherine Morin-Desailly. – Votre exposé recense bien la complexité du sujet et je vous remercie d'avoir repris des conclusions du groupe d'étude « Média et nouvelles technologies ».

Il est important d'ouvrir les assiettes fiscales car de nouveaux acteurs de la chaîne de valeur de l'Internet sont apparus. Le respect de la neutralité du net passe aussi par l'application de la redevance audiovisuelle aux ordinateurs.

En ce qui concerne la taxe sur la publicité, je souhaite que les acteurs français ne subissent pas une double peine, à savoir payer une taxe supplémentaire en plus des prélèvements auxquels les acteurs étrangers ne sont pas assujettis.

Ce qui m'inquiète, c'est l'absence de stratégie européenne et le maintien de notre indépendance numérique. Or, peu à peu, les allemands sont plus conscients que nous de la structuration du marché au profit des acteurs américains. Ceux-ci bénéficient du « Internet freedom act » qui leur a permis de conquérir les marchés extérieurs. Rien de tel en Europe où nous devenons une colonie du numérique, toute la valeur étant captée par ces acteurs étrangers. L'infonuage (*cloud computing*) est en passe d'assurer une domination américaine sur le stockage de données. La matière est certes « gazeuse » mais elle représente un enjeu fiscal et industriel essentiel.

M. Philippe Marini, président. – Par le biais fiscal, nous touchons à un domaine très vaste et primordial. Il est paradoxal que l'Europe, qui s'est construite sur les notions de marché et de concurrence, ait contribué à créer des positions dominantes parmi les pires qui existent. C'est une contradiction fondamentale ! Notre démarche doit être menée à divers niveaux.

Mme Fabienne Keller. – La commission des finances ne pourrait-elle être à l'origine d'une initiative interparlementaire et diffuser ce message auprès de nos collègues des autres Etats membres ?

M. Joël Bourdin. – Bonne idée !

M. Philippe Marini, président. – C'est ce que je m'efforce de faire et cela doit être préparé pour déboucher sur une résolution commune. Donc, une phase de négociation préalable est nécessaire. Le mouvement est en cours et c'est un très bon sujet concret de coopération interparlementaire.

A l'issue de ce débat, la commission a donné acte de sa communication à M. Philippe Marini et en a autorisé la publication sous la forme d'un rapport d'information.

LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES

I – TABLES RONDES, FORUMS ET COLLOQUES

- **Table ronde organisée par la Commission des finances le 18 mai 2011 sur la fiscalité du commerce électronique**

- 1^{ère} séquence : « **Comment appliquer la taxe sur les services de publicité en ligne?** »

- Mme Maxime Gauthier, chef du service de la gestion fiscale de la direction générale des finances publiques (DGFIP)
 - M. François Momboisse, responsable de Fnac.com et président de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD)
 - MM. Olivier Esper, directeur des relations institutionnelles de Google France, et Yoram Elkaïm, directeur juridique de Google Europe du Sud, Europe de l'Est, Moyen-Orient et Afrique
 - M. Daniel Saada, président de VivaKi France

- 2^{ème} séquence : « **Quelle e-fiscalité pour le commerce électronique?** »

- M. Gilles Babinet, fondateur de Musiwave et président du Conseil national du numérique
 - M. Jean-Michel Hubert, président délégué du comité stratégique pour le numérique auprès du Premier ministre
 - M. Claude Boulle, président de l'Union du grand commerce de centre-ville
 - Mme Maïté Gabet, chef du bureau des affaires internationales à la direction générale des finances publiques (DGFIP)

- **Forum de fiscalité numérique du 14 février 2012 organisé par la Fédération française des Télécoms**

- M. Philippe Marini, président de la commission des finances du Sénat
 - M. Pascal Perez, directeur du cabinet Formules économiques locales
 - M. Ignacio Garcia Alves, directeur du cabinet Arthur D Little

- M. Pierre Louette, président de la FFT et secrétaire général du groupe France-Télécom Orange
- M. Gilles Le Blanc, professeur d'économie, Mines Paris Tech
- M. Franck le Mentec, avocat, cabinet Cotty, Vivant, Marchisio, Lauzeral
- M. Michel Calmejane, directeur général de Colt Technology Services
- M. Jean-François Vilotte, président de l'ARJEL
- M. Philippe Laurent, maire de Sceaux, président de la Fédération nationale des collectivités locales pour la culture
- M. Bernard Stiegler, philosophe, directeur de l'Institut de recherche et d'innovation du Centre Georges Pompidou
- Mme Catherine Morin-Desailly, sénatrice de Seine-Maritime, présidente du groupe d'étude « Média et nouvelles technologies »
- M. Romain Girtanner, avocat, cabinet Watson, Farley et Williams
- M. Luc Tran Thang, président du syndicat des régies Internet
- M. Nicolas Duboille, avocat, cabinet Granrut
- M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique
- Mme Maxime Gauthier, chef du service de la gestion fiscale de la DGFIP
- Mme Maïté Gabet, chef du bureau des affaires internationales de la DGFIP
- M. François Momboisse, président de la FEVAD
- M. Yves le Mouël, directeur général de la Fédération française des télécoms

• Forum « Fiscal neutrality in the digital space » du 10 mai 2012 organisé à Bruxelles par Vivendi, Bertelsmann et NBC Universal

- M. Michel Barnier, commissaire européen au marché intérieur et aux services
- Mme Marielle Gallo, députée européenne

- M. Paul Farrelly, membre de la Chambre des Communes du Parlement britannique
- M. Olivier Bomsel, professeur d'économie à l'Ecole des Mines
- M. Jean-Marie Letort, directeur associé du cabinet Greenwich Consulting France
- M. Jean-François Vilatte, président de l'ARJEL
- Mme Sylvie Forbin, directeur des relations institutionnelles européennes et M. Bernard Bacci, directeur fiscal du groupe Vivendi
- M. Ian Griffiths, correspondant financier au journal The Guardian
- M. Olivier Sichel, SOFINNOVA Partners
- M. Jacques Sasseville, chef de l'unité « conventions fiscales » à l'OCDE

• **11^{ème} Forum annuel des Télécoms et du net du 14 juin 2012 organisé par les Echos**

- M. Stéphane Richard, PDG de France Télécom – Orange
- M. Jean-Bernard Lévy, PDG de Vivendi et SFR
- M. Pierre Louette, président de la fédération française des Télécoms
- M. François Momboisse, président de la FEVAD et vice-président du CNNum
- M. Orion Berg, avocat, White & Case

• **Forum sur l'équité fiscale entre e-commerce et commerce physique du 14 juin 2012 organisé par le Conseil national des centres commerciaux (CNCC)**

- M. Eric Ranjard, président, et M. Jean-Michel Silberstein, délégué général du CNCC
- M. Gérard Atlan, président du Conseil du commerce de France
- M. Emmanuel Le Roch, directeur immobilier de Darty
- M. François Momboisse, président de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD) et vice-président du CNNum
- M. Stéphane Micheli, avocat associé Cabinet Granrut
- M. Dorian Kelberg, avocat, délégué général de la fédération des sociétés immobilières et foncières

• **Atelier de la compétitivité du 13 juin 2012 organisé par le groupe Pages Jaunes**

- MM. Jean-Pierre Rémy, PDG, Christophe Le Blanc, directeur des relations institutionnelles et Martine Gerow, directeur général adjoint en charge des finances Pages Jaunes Groupe
- Mme Hélène Clément, directrice générale de Polinvest
- M. Arnaud Dassier, entrepreneur et consultant dans le secteur d'Internet
- Mme Gwenaëlle Fourre, directeur stratégie et Marketing Partenaires, Microsoft France
- M. Jules-Henri Gavetti, président de Ikoula
- M. Pierre Hérisson, sénateur de Haute-Savoie
- Mme Nathalie Homobono, directrice générale de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
- M. François Momboisse, président de la FEVAD
- M. Christian Pierret, maire de Saint-Dié-des-Vosges, ancien député des Vosges, ancien ministre de l'industrie
- M. Christophe Poissonnier, directeur marketing et communication de Ciel ;

II – DÉPLACEMENTS

• **Dublin, 23 et 24 mai 2011 – Visite du siège de Google Ireland**

- Mme Liz Cunningham, “Head of Tax” et M. Clément Schwartz, “Country manager France” de Google Ireland
- Mme Josephine Feehily, directrice générale des impôts irlandais

• **Bruxelles, 28 février 2012 – Direction générale de la fiscalité et de l'union douanière (TAXUD)**

- M. Philip Kermode, directeur
- Mme Roberta Grappiolo, administratrice
- M. Laurent Chappuis, expert national détaché

• **Bruxelles, 10 mai 2012 - Direction générale de la concurrence**

- M. Alexander Italianer, directeur général
- M. Eduardo Martinez Rivero, chef de l'unité « Antitrust et télécoms »

- **Rome, 2 et 3 juillet 2012 –**

- M. Vieri Ceriani, Sous-secrétaire d'Etat au Ministère de l'économie et des finances en charge des questions fiscales
- M. Mario Baldassarri, Président de la Commission des finances du Sénat
- M. Giancarlo Giorgetti, Président de la Commission du budget à la Chambre des députés
- M. Sandro Gozi, membre de la Commission de la politique de l'Union Européenne à la Chambre des députés
- M. Vincenzo La Via, directeur général du Ministère de l'économie et des finances, direction du trésor, Mme Maria Cannata, directrice générale de la dette publique, M. Lorenzo Codogno, directeur général de l'analyse économique et financière
- M. Giampaolo Galli, directeur général de la Cofindustria.

III – AUDITIONS

- **Ministère délégué chargé des petites et moyennes entreprises, de l'innovation et de l'économie numérique**

- Mme Fleur Pellerin, ministre déléguée
- Mme Emilie Cariou, conseillère fiscale
- M. Nicolas Vignolles, conseiller parlementaire

- **Ministère de l'économie et des finances**

- M. Rémy Rioux, directeur de cabinet

- **Ministère délégué chargé du budget**

- Mme Amélie Verdier, directrice de cabinet

- **Association des acteurs de l'e-tourisme**

- M. Frédéric Vanhoutte, président

- **Bouygues Telecom**

- M. Philippe Lesne, directeur des relations institutionnelles

- **Canal +**

- M. Bertrand Meheut, président directeur général
- M. Sébastien de Gasquet, directeur de cabinet

- **Conseil national du numérique (CNNum)**
 - M. Patrick Bertrand, président
 - M. François Momboisse, vice-président
 - M. Bruno Van Ryb, vice-président
 - M. Laurent Guérin, rapporteur général
- **Direction de la législation fiscale (DLF)**
 - Mme Véronique Bied-Charreton, directrice
- **Fondation Robert Schuman**
 - M. Jean-Dominique Giuliani, président
- **Orange**
 - M. Mickaël Trabbia, directeur des affaires publiques
- **Pages Jaunes Groupe**
 - M. Christophe Le Blanc, directeur des relations institutionnelles
 - Mme Bénédicte Sander, directeur fiscal
- **PricewaterhouseCoopers (PWC)**
 - M. Philippe Emiel,
- **Rapport « Internet et création » (2010)**
 - M. Jacques Toubon
 - M. Patrick Zelnik
- **SFR**
 - M. Vincent Talvas, directeur des affaires publiques
 - M. Laurent Vannimendus, directeur adjoint de la réglementation et de la concurrence
- **Société des auteurs compositeurs et éditeurs de musique (SACEM)**
 - M. Jean-Noël Tronc, directeur général
 - M. Thierry Desurmont, directeur général adjoint
 - M. Blaise Mistler, responsable des relations institutionnelles
- **Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD)**
 - M. Pascal Rogard, directeur général
 - M. Guillaume Prieur, directeur des affaires institutionnelles et européennes

- **Syndicat de l'industrie des technologies de l'information**
 - Mme Maxence Demerlé, déléguée générale adjointe
 - M. François-Xavier Douay, directeur fiscal de Hewlett-Packard France
- **Syndicat des régies Internet (SRI)**
 - Mme Marie Delamarche, directrice générale
 - M. Jean-Luc Archambault, président de Lysios public affairs
- **Unibail Rodamco**
 - M. Pablo Cerruti, directeur des relations institutionnelles et de la communication
- **20 minutes France SAS**
 - M. Pierre-Jean Bozo, président
 - M. Jean-François Guilcher, directeur juridique et des ressources humaines
 - M. Fabrice Fages, avocat, Latham & Watkins
- **Vivendi**
 - M. Jean-Bernard Levy, président directeur général
 - Mme Sylvie Forbin, directrice des affaires institutionnelles et européennes
 - M. Bernard Bacci, directeur fiscal
 - Mme Marie Sellier, responsable des affaires publiques corporate et propriété intellectuelle

ANNEXES

ANNEXE I

EXTRAIT DE LA SÉANCE DU 16 FÉVRIER 2010 LOI N° 2010-237 DU 9 MARS 2010 DE FINANCES RECTIFICATIVE POUR 2010

M. Jean-Léonce Dupont, président. - Je suis saisi de deux amendements identiques.

L'amendement n° 27 est présenté par M. Marini, au nom de la commission des finances.

L'amendement n° 110 est présenté par MM. Ralite, Foucaud et Vera, Mme Beaufilet et les membres du groupe Communiste, Républicain et Citoyen et des Sénateurs du Parti de Gauche.

Ces deux amendements sont ainsi libellés :

Après l'article 9, insérer un article additionnel ainsi rédigé :

I. - Après le chapitre VII *octies* du titre II de la première partie du livre I^{er} du code général des impôts, il est inséré un chapitre VII *nonies* ainsi rédigé :

« *Chapitre VII nonies*

« *Taxe sur la publicité en ligne*

« *Article 302 bis KI.- I.- Il est institué une taxe due par tout hébergeur de site de communication au public en ligne établi dans un État membre de la Communauté européenne qui fournit un service en France.*

« II. - La taxe est assise sur le montant, hors taxe sur la valeur ajoutée, des sommes versées par :

« 1° les annonceurs établis en France ou dans un autre État membre de la Communauté européenne pour la part diffusée en France de leurs messages publicitaires ;

« 2° les utilisateurs établis en France pour l'achat de prestations publicitaires.

« III. - Le taux de la taxe est de 1 %.

« IV. - Les redevables procèdent à la liquidation de la taxe due au titre de l'année civile précédente lors du dépôt de la déclaration mentionnée au 1 de l'article 287 du mois de mars ou du premier trimestre de l'année civile.

« V. - La taxe est 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. »

II. – Le I entre en vigueur à compter du 1^{er} janvier 2011.

La parole est à M. le rapporteur général, pour présenter l'amendement n° 27.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Mes chers collègues, nous abordons un peu tard un point de principe qui est particulièrement important.

Il s'agit ici de créer une taxe sur la publicité en ligne.

Lors de la discussion de l'article 55 de la loi de finances rectificative du 30 décembre 2008, relatif à la lutte contre la fraude *via* Internet, notre commission des finances s'était déjà penchée sur le problème général de l'érosion des assiettes fiscales liée au développement du commerce électronique et à la montée en puissance des flux transfrontaliers de prestations de services dématérialisés.

La commission a donc étudié une proposition formulée dans un rapport intitulé *Création et Internet*, qui a été remis le 6 janvier dernier au Président de la République par MM. Patrick Zelnik, Jacques Toubon et Guillaume Cerutti.

Aux termes de ce document, il est possible de créer une taxe prenant pour assiette les revenus publicitaires en ligne des sociétés établies dans l'Union européenne et suscités par l'utilisation des services en ligne de ces dernières depuis la France.

Mes chers collègues, la disposition que je vous propose n'est pas très imaginative : elle s'inspire très directement de la proposition formulée par les auteurs du rapport remis au Président de la République.

Après le dépôt de cet amendement, j'ai enregistré de multiples réactions. Monsieur le ministre, des collaborateurs de votre collègue chargée de l'économie m'ont assuré, non sans une certaine commisération, que cette taxe n'atteindrait pas son objectif, que ce n'est pas ainsi qu'il faudrait procéder. Que ne formulent-ils pas des propositions plus opérationnelles, puisque ce travail, en principe, leur est demandé depuis plusieurs mois !

Toutefois, j'ai noté aussi des réactions d'approbation de la part d'un grand nombre de professionnels des milieux concernés.

Le texte qui est ici proposé est sans doute perfectible, mais nous sommes au cœur de notre mission, me semble-t-il, en traitant une telle question dans un collectif budgétaire. Mes chers collègues, je vous demande donc de soutenir cette démarche.

En effet, chemin faisant, nous avons fait bien des découvertes. Nous nous sommes aperçus, premièrement, que la mesure des revenus publicitaires du site Google était fort complexe, car les algorithmes de calcul de la valeur des liens dits « sponsorisés » relèvent encore quasiment du secret industriel. Les annonceurs qui utilisent le moteur de recherche ne connaissent pas eux-mêmes les modalités de détermination du prix qu'ils ont à payer pour

publier une annonce ou de la rétribution qu'ils perçoivent au nombre de « clics » sur leur bannière publicitaire. En d'autres termes, la transparence règne !

Deuxièmement, le modèle économique de gratuité des services, rendu possible par les revenus de la publicité, est fondé sur la réactivité du marché en temps réel, sur lequel Google, cette invention géniale, fonctionne comme une régie publicitaire opérant toutes ses transactions en ligne, notamment la souscription du service et le paiement, et cela sans formalisation des termes du contrat.

Le cadre juridique de cette nouvelle économie, j'ai le regret de le souligner, mes chers collègues, demeure particulièrement opaque. On ne peut pas dire que la liberté contractuelle y soit la règle...

Troisièmement, l'implantation des sièges sociaux des grands sites et moteurs de recherche à l'étranger – en Irlande pour Google, au Luxembourg pour Amazon –, fait clairement obstacle à la territorialité de l'impôt.

Si Google possède un établissement stable en France, ce qui, il faut le reconnaître, n'est pas le cas des autres grands acteurs d'Internet, son chiffre d'affaires déclaré de 40 millions d'euros ne concerne que la rétribution versée par Google Irlande pour les services rendus par sa filiale française.

Quid du nombre des annonceurs, institutionnels ou simples particuliers, qui opèrent depuis la France ? À quel montant se chiffre cette captation du marché publicitaire français ? Mes chers collègues, je ne suis pas en état de répondre à ces questions. Je poursuivrai bien sûr mes investigations – j'espère que vous m'y aiderez, monsieur le ministre –, mais je trouve singulier que nous ne parvenions pas à nous documenter sur cette question.

Au total, il faut bien constater que, pour des questions d'ordre technique et juridique, le dispositif issu des travaux de la commission Zelnik, Toubon et Cerutti n'atteindrait probablement pas sa cible : monsieur le ministre, comme me l'ont fait remarquer charitablement les collaborateurs de votre collègue du Gouvernement, cette taxe, telle qu'elle a été conçue, ne concernerait pas les moteurs de recherche.

Il faut donc continuer à creuser le sujet. En effet, une telle hémorragie fiscale et la situation de flou ou d'absence de transparence dans laquelle nous nous trouvons justifient que soit entreprise une véritable action en la matière, afin que toutes les assiettes des revenus publicitaires en ligne puissent être prises en compte, quel que soit le lieu d'implantation des sites Internet visibles en France.

Je rappelle que, dès le printemps 2009, la commission des finances a demandé au cabinet Greenwich Consulting de réaliser une étude consacrée à l'impact du développement du commerce électronique sur les finances de l'État.

Monsieur le ministre, nous rendrons publique cette étude au début du mois d'avril prochain, et nous demanderons aux principaux acteurs économiques et administratifs de réagir aux constats qui auront été dressés.

En invitant le Gouvernement « à lancer au plus vite une expertise pour appréhender fiscalement les activités publicitaires des grands portails de moteurs de recherche internationaux présents en France », le Président de la République s'est placé exactement sur la même ligne que nous. Il considère à juste titre que « cette fuite de matière fiscale est particulièrement dommageable ».

Le débat mérite d'être développé devant le Parlement. De ce fait, monsieur le ministre, nous attendons votre pleine coopération et celle de vos services, afin que puissent être explorés les voies et moyens d'une meilleure continuité et équité fiscales, quel que soit le support technique de la publicité.

Pour conclure, mes chers collègues, tout en vous priant de me pardonner d'avoir abusé de votre patience à cette heure avancée, je rappellerai qu'en pareille matière il faut aller vite, car, si l'État mettait plus d'un an à répondre à la question posée par le Président de la République lui-même, il ne serait pas, à mon sens, très efficace.

Nous avons, collectivement, une obligation de résultat, et devons proposer au Parlement un dispositif qui fonctionne, qui soit transparent et qui respecte, tout simplement, les principes de la morale.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - La parole est à M. Jack Ralite, pour présenter l'amendement n° 110.

M. Jack Ralite. - Les jeunes utilisant Google disent : « C'est épatant ! ». Les chercheurs qui y recourent s'exclament : « C'est imparable ! ». Google a donc des vertus.

Pourtant, il y a un *hic* – ô combien ! –, dont on prend conscience quand on voit ce qu'est Google, sa manière d'agir, ses rapports avec la justice, notamment américaine, son art d'éviter la fiscalité.

Google est hégémonique, use et abuse de positions dominantes. En 2009, le chiffre d'affaires de l'entreprise a été de 23 659 millions de dollars et son bénéfice de 6 524 millions de dollars, en hausse de 27,57 %.

Google, pour développer son plan de numérisation en France, a agi secrètement avec la Bibliothèque de Lyon et avec la Bibliothèque nationale de France. La firme a été prise en défaut par des éditeurs américains et français, pour son non-respect du droit d'auteur.

Google, par ses implantations – le Delaware aux USA, l'Irlande pour l'Europe – choisit des lieux où la fiscalité est extrêmement réduite...

Précisément, notre amendement, de même que celui de la commission des finances, vise, conformément aux recommandations de la mission Zelnik et aux déclarations faites par le Président de la République lors de ses vœux au monde de la culture, le 7 janvier dernier, à fiscaliser de façon normale Google,

notamment dans le domaine de la publicité, qui constitue la ressource essentielle et massive de l'entreprise, grâce au marché des « mots-clés », garantissant une publicité très ciblée, l'apanage des grands groupes internationaux.

Le Président de la République a même affirmé que le Gouvernement solliciterait sur cette question un avis de l'Autorité de la concurrence.

Sur cette initiative, je nourris une certaine réserve, car, comme l'a relevé la commission Tessier, une notion, celle de « la facilité essentielle » est souvent utilisée en pareil cas : en raison du coût dit « prohibitif » d'une solution de rechange, par exemple européenne, le service devrait être assuré ici par Google. Serait-ce un moyen d'éviter la taxe que l'on déclare souhaiter ?

La taxation relève d'une volonté politique, non d'un jeu pour la politique en plein vent ! Cette volonté politique doit exiger de Bercy une étude stricte du chiffre d'affaires réalisé par Google en France et des dépenses consenties par les entreprises françaises sur ce moteur de recherche.

Une telle action serait décisive pour faire avancer l'esprit de justice, mais aussi pour commencer à remettre en cause ce que les grands groupes internationaux comme Google ont tissé pour échapper aux fiscalités nationales.

La démarche française ferait jurisprudence et tirerait le fil de la pelote du fonctionnement actuel de la mondialisation, ô combien nocif.

Il faut missionner Bercy pour cette étude, le Sénat pouvant apporter sa contribution, peut-être par une commission représentative de toutes ses commissions. C'est l'un des sens de cet amendement.

Un dernier mot.

D'aucuns prétendent que cette taxe serait symbolique et ne devrait produire que de 10 à 20 millions d'euros.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Ce n'est pas mal !

M. Jack Ralite. - Si ce n'était que cela, ce serait un ticket d'entrée pour Google sur le marché français, alors que le « petit grand emprunt », fonctionnant selon le partenariat public-privé, lui offrirait au moins 200 millions d'euros sur les 750 millions d'euros dont le débat de ce soir montre le flou de la destination.

Le vote de cet amendement est donc marqueur d'un avenir qui commence à rompre avec les liaisons dangereuses.

Enfin, selon nous, son adoption n'implique pas de traiter nécessairement après avec Google, dont les conceptions en matière de numérisation sont incompatibles avec les nôtres.

Lors du colloque organisé à la Bibliothèque nationale de France le 8 janvier dernier, Robert Darnton, directeur de la bibliothèque de Harvard, a

fait un exposé rigoureux, très sévère mais très digne sur Google, et le grand auditorium, archi-plein, a applaudi chaleureusement.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - Quel est l'avis du Gouvernement ?

M. Eric Woerth, ministre. - Je remercie tout à la fois M. le rapporteur général de nous permettre d'aborder ce sujet complexe, dont nous ne ferons pas le tour ce soir, et M. Ralite de la clarté de sa présentation.

Les recettes publicitaires en ligne représentent 2,1 milliards d'euros – c'est une somme considérable –, dont la moitié à peu près provient des liens sponsorisés, captés à 80 % environ par Google. On le voit bien, il s'agit d'un acteur absolument majeur et incontournable en ce domaine.

En proposant d'instaurer une taxe, monsieur le rapporteur général, vous êtes en quelque sorte le premier à tirer !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Oui, c'est mon caractère impatient !

M. Eric Woerth. - C'est d'ailleurs pour cela que vous avez déjà un texte à soumettre au Gouvernement.

Le rapport Zelnik n'a été remis qu'au mois de janvier dernier au Président de la République. Celui-ci a demandé à la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi de formuler des propositions fiscales sur l'organisation de cette taxe. Une expertise a été engagée en collaboration avec les services du ministère de la culture et de la communication. Vous avez d'ailleurs souligné, monsieur le rapporteur général, que ce travail n'était pas très avancé. S'il en est ainsi, c'est bien parce que la demande est plus récente que vous ne le pensez.

Monsieur le rapporteur général, votre amendement n'est pas sans poser problème et vous avez-vous-même mentionné les difficultés qu'il suscitait.

La première difficulté concerne les hébergeurs. En effet, le plus souvent, l'hébergeur n'est qu'un prestataire technique, qui ne perçoit pas de recettes publicitaires.

La deuxième difficulté consiste à définir précisément ce que l'on entend par « activité publicitaire sur Internet ». C'est une notion assez vaste et un domaine difficile à cerner. Le *e-marketing* offre en effet un éventail de prestations nouvelles de publicité et de promotion, comme les achats de mots-clés.

La troisième difficulté concerne les questions de territorialité. Comment taxer des opérateurs qui s'établissent partout en Europe, parfois même en dehors de l'Europe, et qui s'adressent à des clients français avec des publicités portant éventuellement sur des produits étrangers ? Cela pose un véritable problème d'appréhension fiscale.

Nous devons également tenir compte de la faisabilité technique du dispositif qui pourrait être instauré.

Enfin, il nous faut expertiser les conséquences économiques d'une telle taxation.

Comme vous le constatez, monsieur le rapporteur général, cela fait beaucoup de sujets à examiner, auxquels, pour la plupart, vous répondez dans cet amendement d'appel extrêmement important. J'ignore s'il a fait l'objet de commentaires critiques, mais, si ce fut le cas, c'est indéniablement à tort.

Il faut bien l'admettre, sur un sujet aussi complexe, vous essayez un peu les plâtres. Je ne suis pas sûr que nous trouvions immédiatement la bonne solution, car des problèmes de définition, de territorialité, de cible – quel est l'interlocuteur que l'on taxe ? – se posent.

C'est extrêmement compliqué, mais il faut agir. Je pense que M. Ralite partage ce constat. Sur ce point au moins, les choses sont claires. Les orientations fixées par le Président de la République au Gouvernement le sont aussi, dans le droit fil de la mission confiée à M. Zelnik.

Sous ces réserves, le Gouvernement demande le retrait de ces amendements identiques. Les services de mon ministère pourraient se rapprocher de ceux de la commission des finances, qui ont d'ores et déjà réalisé de très importantes recherches, pour travailler en toute transparence sur ce sujet.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - La parole est à M. Philippe Dominati, pour explication de vote.

M. Philippe Dominati. - Je remercie M. le rapporteur général de la commission des finances d'avoir posé ce problème, qui est vaste et récurrent et qui ne se limite pas à ses seuls aspects budgétaires.

M. Ralite l'a souligné, lors de la présentation de ses vœux aux membres de la culture, le Président de la République a affirmé sa volonté de saisir l'Autorité de la concurrence, à l'instar d'autres pays européens, telles l'Allemagne et l'Italie, qui sont confrontés aux mêmes problèmes. Pour ma part, je suis en désaccord avec la méthode.

Comme M. Philippe Marini l'écrit dans son rapport, le premier réflexe consiste à faire appel à l'Autorité de la concurrence, parce que la société dont il est question jouit d'un quasi-monopole dans le domaine du moteur de recherche, à hauteur de 91 %, et sera probablement en situation de monopole sur le marché publicitaire dans deux ou trois ans.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Taxons d'abord, nous verrons ensuite !

M. Philippe Dominati. - Dans ce contexte, un État qui souhaite mettre en œuvre une politique fiscale pour dégager des recettes nationales doit définir des critères stricts et mesurer les déséquilibres que la taxation entraînera pour un certain nombre de métiers.

Certes, il faut poser le problème, mais il ne faut pas se contenter d'une taxe pour le résoudre immédiatement : la dimension culturelle est importante, et les aspects budgétaires du dossier ne rendent pas compte de l'ensemble de la problématique. Par ailleurs, j'ai le sentiment que nous agissons trop rapidement et par réflexe.

Je suis hostile à tout monopole, mais je pense que l'ouverture du marché mérite d'abord un diagnostic précis.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - La parole est à M. Bruno Retailleau, rapporteur pour avis.

M. Bruno Retailleau, rapporteur pour avis. - Le rapporteur général et le président de la commission des finances ne m'en voudront pas d'apporter une nuance au débat.

La question qui est posée est parfaitement légitime, mais je veux m'assurer que la réponse que l'on souhaite y apporter correspond à des objectifs circonscrits et précis et que les modalités envisagées ne sont pas contre-productives.

Trois objectifs bien différents me semblent ressortir de cette discussion.

S'agit-il de régler un problème de position dominante ? Dans ce cas, il faudra que l'Autorité de la concurrence se prononce. S'agit-il de régler un problème d'évasion de matière fiscale ? S'agit-il de régler un problème de financement de la culture en taxant les nouvelles technologies au profit des anciennes ? S'il s'agit d'instaurer un financement, il convient de préciser l'objectif visé.

J'attire l'attention de mes collègues sur le fait que les modalités fiscales retenues peuvent être contre-productives.

Nous pensons tous à cette entreprise établie à Mountain View en Californie qui jouit d'un quasi-monopole et qui « aspire » une grande partie de la substance du marché publicitaire. Néanmoins, gardons-nous d'adresser à ceux qui souhaitent se lancer dans les nouvelles technologies le signal que notre pays serait le seul, ou l'un des seuls, à prévoir une taxation particulière en la matière.

Google est l'arbre qui cache la forêt. Nous ne devons pas oublier que de nombreux opérateurs qui sont apparus en France ont moins de cinq ans et se verraient taxés alors qu'ils peinent à parvenir à l'équilibre. C'est le cas de *Dailymotion*, concurrent de *YouTube*, filiale de Google. Prenons garde à ne pas lester de semelles de plomb la nouvelle économie que nous souhaitons par ailleurs promouvoir et développer !

Enfin, il nous faut veiller à ne pas donner une mauvaise image de la publicité sur Internet. Celle-ci permet à nombre de petites et moyennes entreprises de faire sauter les barrières aux entrées, contrairement à la publicité traditionnelle, qui présente l'inconvénient d'être extrêmement

coûteuse. En outre, de récentes études économiques révèlent que la publicité en ligne offre un très avantageux retour sur investissement. Il s'agit donc d'une opportunité très intéressante pour les nouveaux modèles économiques, notamment pour les PME.

Le grand emprunt apporte de bonnes réponses. Ainsi, destiner 750 millions d'euros à la numérisation d'ouvrages et d'œuvres du patrimoine est une réponse offensive. En outre, l'informatique en nuages pose la question de la souveraineté nationale, de l'accès à de grandes capacités de calcul pour nos jeunes entreprises et nos PME. Là encore, il s'agit d'une décision positive, puisque cela concerne notamment Google et Amazon, dont il a été question tout à l'heure.

Le rapporteur général de la commission des finances a excellemment posé la problématique ; à nous maintenant de travailler et de laisser mûrir la réflexion.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - La parole est à Mme Nicole Bricq, pour explication de vote.

Mme Nicole Bricq. - Nous voterons ces amendements identiques, car, depuis la loi du 1^{er} août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information, dite « loi DADVSI », le groupe socialiste ne cesse de demander la taxation d'Internet. En vain.

Nous souscrivons à un grand nombre des propos de M. le rapporteur général de la commission des finances. Il me semble important de verser au débat un argument supplémentaire s'agissant des jeunes.

Il se trouve que les jeunes sont habitués au téléchargement illégal et illimité et, partant, sont rétifs à l'offre légale, qu'ils jugent trop chère.

Selon le rapporteur général de la commission des finances, le produit attendu de la taxe atteindrait environ 20 millions d'euros, ce qui se rapproche du montant prévu dans le rapport Zelnik. Cela pourrait aider au financement de la carte Musique en ligne, permettant précisément aux jeunes un téléchargement illimité mais légal.

Ces amendements identiques vont dans le sens de la sauvegarde de l'industrie culturelle, d'un accès amélioré des jeunes aux offres à contenu culturel et d'une plus grande égalité fiscale des supports proposant ce type de contenus.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - La parole est à M. Alain Fouché, pour explication de vote.

M. Alain Fouché. - Je trouve cet amendement excellent : il a le mérite de poser le problème, alors que bien peu a été fait depuis plusieurs mois dans ce domaine. J'ai cru comprendre que M. le rapporteur général de la commission des finances comptait le retirer. Dans ce cas, monsieur le ministre, quand pensez-vous déposer un texte qui permettra de fiscaliser ces activités et de dégager les ressources financières dont le pays a besoin ?

M. Jean-Léonce Dupont, président. - La parole est à M. le président de la commission des finances.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Les deux amendements identiques présentent l'immense avantage de poser les termes d'une problématique qui deviendra, n'en doutons pas, extrêmement prégnante.

Le développement de l'économie numérique est une évidence et il n'est pas question de faire le procès de Google, dont les apports prodigieux sont difficilement contestables.

En revanche, monsieur le ministre, au-delà des problèmes de monopole et de concurrence, la matière fiscale n'est-elle pas en train de se volatiliser ? Les groupes comme Google et toutes les entreprises de l'économie immatérielle ne vont-ils pas inventer une sorte de carte de la fiscalité pour s'établir là où les conditions sont pour eux optimales ?

Le dispositif que nous vous proposons a ses limites : en instituant une taxe de 1 %, nous atteindrons non pas Google, mais bien plutôt ses utilisateurs et ses clients qui, peut-être, auront un prix à payer de 1 % supérieur.

Monsieur le ministre, il faudrait préciser le concept d'entreprise numérique qui opère en France et qui, par conséquent, perçoit en France un niveau de revenu constitutif d'un certain bénéfice. Comment asseoir un impôt sur les bénéfices d'une entreprise telle que Google ?

Une dimension du problème n'a pas encore été évoquée, celle de la TVA. Aujourd'hui, Google a deux types de clients : les particuliers et les entreprises. Je fais l'hypothèse que les particuliers paient une TVA de 21 %, encaissée par l'État irlandais et non par la France, alors que ces clients sont domiciliés en France, tout cela probablement sur le modèle d'un accord conclu pour faire plaisir au Luxembourg qui continue à empocher la TVA sur l'économie immatérielle ! (M. Bruno Retailleau, rapporteur pour avis, sourit.)

M. Juncker nous rappelle à nos obligations d'équilibre budgétaire, mais il nous fait les poches lorsqu'il s'agit de l'économie numérique ! Amazon, eBay et quelques autres sont implantés au Luxembourg : la TVA à 15 % est payée par les clients français, mais perçue par le Grand-Duché !

Pour Google, le fonctionnement doit être identique : l'Irlande empoche la TVA facturée aux clients français. Il faudrait mener une enquête sur ce point particulier.

Par ailleurs, monsieur le ministre, j'aimerais savoir ce qu'il en est pour les clients de Google qui sont des entreprises assujetties à la TVA. Si Google facture de la TVA aux entreprises françaises, ces dernières peuvent-elles la récupérer, puisqu'il s'agit d'une charge d'exploitation et que la TVA doit être déductible ?

Nous avons tout un chantier à ouvrir et la commission des finances vient de s'engager dans cette voie. Nous aurons besoin de toute l'aide experte

de la direction de la législation fiscale et de vos services, monsieur le ministre, pour avancer.

Monsieur le rapporteur général, peut-être pourrions-nous, à ce stade, retirer cet amendement.

J'apprécierais cependant que le Gouvernement nous confirme son engagement de nous accompagner pour avancer dans cette voie, et sans attendre. D'ailleurs, le sujet dépasse les préoccupations nationales, c'est un vrai dossier européen.

Dans les semaines qui viennent, j'aimerais que nous puissions en débattre sur des bases documentées et en apportant des réponses aux différentes questions posées ce soir.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - La parole est à M. le rapporteur général de la commission des finances.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Notre amendement n'est pas encore suffisamment abouti pour être transformé en loi et atteindre son objectif.

Néanmoins, il est indispensable d'entreprendre cette étude avec la ferme volonté d'aboutir d'ici quelques mois. D'ailleurs, notre initiative a soulevé quelques espoirs. En voici un échantillon.

La société civile des auteurs multimédias, la SCAM, qui rassemble des réalisateurs, des auteurs d'entretiens et de commentaires, des écrivains, des traducteurs, des journalistes, des vidéastes, des photographes et des dessinateurs, m'écrit aujourd'hui : « Votre amendement marque le point de départ d'une vraie réflexion de fond concernant le financement de la création à l'ère du numérique, dans le prolongement de la loi "Création et Internet". L'économie du numérique ne peut être fondée sur le déséquilibre actuel entre les revenus florissants de certains opérateurs et ceux, dérisoires, des créateurs, éditeurs, producteurs de contenus, qui donnent à Internet sa véritable valeur ajoutée. »

J'ai reçu par ailleurs un message de la société civile des auteurs, réalisateurs et producteurs, l'ARP, dont le bureau est constitué de personnes tout à fait éminentes. Elle se félicite que la commission des finances du Sénat ait adopté un amendement en faveur d'une taxation sur la publicité en ligne et ajoute : « Cette position donne toute leur résonance aux réflexions actuellement menées sur le financement de la création à l'heure du numérique, dans la continuité du rapport de la mission "Création et Internet" ».

Il est indispensable de poursuivre le travail avec les professionnels, les collaborateurs des ministres – les vôtres, monsieur le ministre du budget, et ceux de Mme Christine Lagarde – et la direction de la législation fiscale, pour cheminer raisonnablement sur cette voie et aboutir, avant la fin de l'année, à un dispositif opérationnel.

Nous aurons bien entendu à nous préoccuper de l'aspect communautaire de la question. La commission poursuivra son étude pour élaborer un dispositif compatible avec le droit communautaire.

Mes chers collègues, et je me tourne en particulier vers M. Retailleau et M. Dominati, les problèmes de finances publiques qui sont devant nous sont considérables. Dans ce contexte, nous devons non seulement économiser mais aussi créer des assiettes fiscales nouvelles et, à tout le moins, éviter que celles qui existent ne souffrent d'attrition ou de détournement du fait de technologies comme Internet. L'enjeu est essentiel pour nos finances publiques.

Lorsque nous publierons notre étude réalisée en collaboration avec Greenwich Consulting, nous tâcherons d'apprécier l'ordre de grandeur de ce phénomène, qui, à l'échelle des finances publiques, est loin d'être négligeable.

Merci infiniment, monsieur le ministre, de votre réponse très concrète et argumentée, qui nous donne de l'espoir. Il est toujours agréable d'ouvrir un chantier aussi important que celui-ci !

C'est dans cet esprit que nous retirons notre amendement.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - L'amendement n° 27 est retiré.

Quel est désormais l'avis de la commission sur l'amendement n° 110 ?

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Je me tourne vers M. Ralite. Mon cher collègue, il serait souhaitable que nous cheminions d'un même pas. Ne nous dissociions pas et tâchons, sur ce sujet, au moins, dans une large mesure, de réaliser en quelque sorte une union sacrée !

Dans cet esprit, peut-être pourriez-vous accepter de retirer votre amendement. En effet, j'ai la conviction que, sur un plan technique, cet amendement n'est pas plus susceptible que le nôtre d'atteindre son objectif.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - Monsieur Ralite, l'amendement n° 110 est-il maintenu ?

M. Jack Ralite. - J'entends bien tous les arguments développés par plusieurs de nos collègues, par le président de la commission des finances et par le rapporteur général, mais je n'arrive pas à me résoudre à retirer cet amendement.

La raison en est très simple : ce soir, nous avons non pas un débat technique, mais un débat politique. Depuis des années, ce débat est posé. Dans cette enceinte même et au cours de tant de réunions et de colloques auxquels j'ai participé, j'ai toujours entendu dire par la majorité, avec des propos nuancés : « Il va falloir étudier »... Dans le temps, on disait : « On va créer une commission ». Aujourd'hui, on renvoie à une étude. Mais l'étude « sur le sol » est faite, il suffit de parler avec les gens.

J'ai reçu des messages sans doute identiques aux vôtres, monsieur le rapporteur général. Trois m'ont été adressés encore aujourd'hui. J'ai assisté, il y a quelques jours, à un débat organisé par la SACD, la société des auteurs et compositeurs dramatiques : il a porté presque essentiellement sur cette question. M. Toubon, qui participait à ce débat, a d'ailleurs montré une ferme assurance et la volonté d'aller dans ce sens.

Demain, notre commission de la culture reçoit M. Marc Tessier, le rapporteur de la commission sur Google. La question est évoquée dans son rapport, auquel j'ai d'ailleurs emprunté, pour le combattre, l'argument selon lequel, puisqu'il serait prohibitif de vouloir faire comme Google, nous devrions accepter ses conditions.

Bien sûr, ces mesures ont des défauts ; les grandes réformes ne se sont jamais faites au cordeau, mais se sont construites sur une base fondamentale.

Tout est dit dans l'argumentation du président de la commission des finances. Tous ces grands géants ont tissé une sorte de toile – c'est leur mondialisation –, qui court-circuite tous les professionnels, tous les publics et tous les États ! Alors, il faut un acte, même s'il n'est pas d'une pureté extrême – en général, quand on est pur, on ne réussit pas –, qui soit le fruit d'une volonté politique affirmée.

« Il serait dommage que nous nous séparions », me dit M. Marini. Je lui répondrai : « Il serait dommage que vous décidiez cette séparation en vous abstenant aujourd'hui » !

Cette politique de yo-yo, où l'on avance et retire des dispositifs, n'est pas une pratique parlementaire constructive. Aussi, non seulement je maintiens cet amendement, mais notre groupe demandera au Sénat de se prononcer par scrutin public.

Rappelez-vous des difficultés rencontrées lors de la suppression de la publicité à la télévision, mesure appliquée avant que nous en ayons discuté au Parlement. Le Conseil d'Etat vient de régler la question, même si M. Lefebvre, UMP, fait semblant de ne pas comprendre et prétend que rien n'est changé.

Nous avons saisi le Conseil d'État et nos collègues socialistes ont saisi le Conseil constitutionnel. Les deux nous ont donné raison : ce n'est pas bien que l'exécutif se soit substitué au législatif, ce n'est pas bien que la télévision ait perdu de son indépendance dans un vote obligé.

Le Conseil constitutionnel a avalisé la loi, mais il a ajouté, dans un considérant n° 19, une réserve fondamentale : sans compensation exacte, la télévision perd son indépendance.

Nous n'avons rien fait de merveilleux, nous avons simplement osé ! Sur des questions aussi fondamentales, il faut que la France ose et, quand elle aura créé un exemple, une jurisprudence, même un peu boiteuse, on commencera alors à découdre cette espèce de monopole de faux droit qui tente

d'enserrer le monde, alors qu' Internet est l'une des plus belles inventions humaines, malheureusement mal appliquée, à cause de la pratique des propriétaires de ces grands groupes. (M. Thierry Foucaud applaudit.)

M. Jean-Léonce Dupont, président. - La parole est à M. le président de la commission des finances.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Monsieur Ralite, je voudrais vous lancer un ultime appel. Nous avons, sur le fond, une vraie convergence d'analyse et de volonté politique, mais nous ne devons pas nous tromper d'instrument. En votant cet amendement, nous risquons d'afficher une sorte d'impuissance politique, à l'heure où notre démocratie souffre d'un décalage trop fréquent entre la parole politique et l'effectivité de l'action.

Il serait infiniment préférable que vous preniez part aux travaux qu'a engagés la commission des finances sur ce sujet. Vos collègues Thierry Foucaud et Bernard Vera peuvent en témoigner, nous entendons avancer et formuler, dans des délais raisonnables, des propositions précises afin que nous disposions, demain, d'instruments suffisamment efficaces pour atteindre les objectifs que nous partageons.

M. le rapporteur général l'a rappelé, du fait de la montée en puissance de l'économie numérique, nous risquons de voir s'évaporer nos assiettes fiscales. Il serait vraiment dommage que vous nous demandiez de nous prononcer ce soir par un vote dont l'issue donnerait l'apparence d'une fracture entre nous, alors que, sur le fond, nous sommes, je le répète, en profonde convergence.

Je souhaiterais donc vraiment que vous renonciez à ce scrutin public.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - Monsieur Ralite, qu'en est-il en définitive de l'amendement n° 110 ?

M. Jack Ralite. - Monsieur le président, je voudrais bien accéder à la demande du président de la commission des finances, mais je ne le peux pas. À l'entendre, nous risquons, en votant cet amendement, d'afficher notre impuissance politique. Mais, en ne le votant pas, nous nous enfermons dans une impuissance politique démissionnaire !

En tant que parlementaire, cet aspect de la politique me hante. Combien de fois a-t-on entendu l'argument consistant à dire que ce sera mieux demain ? Pour ma part, je souhaiterais que ce soit un peu mieux aujourd'hui !

Si, humainement, il est toujours intéressant de constater une convergence de vue, je suis au regret de vous indiquer que je ne peux pas, en mon âme et conscience, retirer cet amendement, car j'aime trop ce sujet et ce qu'il implique pour notre pays et pour le monde entier.

M. Jean-Léonce Dupont, président. - Je mets aux voix l'amendement n° 110 de M. Ralite, tendant à insérer un article additionnel après l'article 9.

J'ai été saisi d'une demande de scrutin public émanant du groupe CRC-SPG.

Je rappelle que l'avis de la commission est défavorable, de même que l'avis du Gouvernement.

Il va être procédé au scrutin dans les conditions fixées par l'article 56 du règlement.

Le scrutin est ouvert.

(Le scrutin a lieu.)

M. Jean-Léonce Dupont, président. - Personne ne demande plus à voter ?...

Le scrutin est clos.

J'invite Mmes et MM. les secrétaires à procéder au dépouillement du scrutin.

(Il est procédé au dépouillement du scrutin.)

M. Jean-Léonce Dupont, président. - Voici le résultat du scrutin n° 153 :

Nombre de votants : 340

Nombre de suffrages exprimés : 326

Majorité absolue des suffrages exprimés : 164

Pour l'adoption : 139

Contre : 187

Le Sénat n'a pas adopté.

ANNEXE II
EXTRAIT DE LA SÉANCE DU 22 NOVEMBRE 2010
LOI N° 2010-1657 DU 29 DÉCEMBRE 2010 DE FINANCES
POUR 2011

M. Guy Fischer, président. - L'amendement n° I-10, présenté par M. Marini, au nom de la commission des finances, est ainsi libellé :

Après l'article 11, insérer un article additionnel ainsi rédigé :

Après le chapitre VII *octies* du titre II de la première partie du livre I^{er} du même code, il est inséré un chapitre VII *nonies* ainsi rédigé :

« *Chapitre VII nonies*

« *Taxe sur les services de publicité en ligne*

« *Art. 302 bis KI.- I. - Il est institué, à compter du 1^{er} janvier 2011, une taxe sur l'achat de services de publicité en ligne.*

« *II.- Cette taxe est due par tout preneur, établi en France, de services de publicité en ligne et est assise sur le montant, hors taxe sur la valeur ajoutée, des sommes versées.*

« *III.- Le taux de la taxe est de 1 %.*

« *IV.- Cette taxe est liquidée et acquittée au titre de l'année civile précédente lors du dépôt de la déclaration, mentionnée au 1 de l'article 287, du mois de mars ou du premier trimestre de l'année civile.*

« *V.- La taxe est 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. »*

La parole est à M. le rapporteur général.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Cet amendement particulièrement important porte sur un sujet que nous avons en quelque sorte dégrossi l'année dernière, monsieur le ministre.

La préservation des recettes publiques implique de réduire les niches, c'est-à-dire de contenir la dépense fiscale, de lutter contre la fraude – à cet égard, nous avons pris plusieurs initiatives depuis que nous avons commencé à examiner ce projet de loi de finances –, mais aussi d'adapter les assiettes fiscales aux évolutions technologiques, de manière à prévenir leur attrition.

Le présent amendement s'inscrit dans la feuille de route que s'est tracée la commission des finances, voilà un peu plus d'un an. Nous avons alors été très sensibilisés par les travaux que conduisaient Patrick Zelnik, Jacques Toubon et Guillaume Cerutti, chargés par le Président de la République de rédiger un rapport ayant pour thème « Création et Internet ».

L'idée d'une taxe sur la publicité sur Internet était évoquée depuis déjà un certain temps. Plusieurs raisons justifient sa création.

Premièrement, ces entreprises ayant leur siège dans des pays à fiscalité basse – je pense en particulier à Google, localisée en Irlande,...

M. Jean Desessard. - Ah !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - ... mais cet exemple est loin d'être unique –, les pays de consommation ne bénéficient aucunement des retombées fiscales liées à l'activité de ces sites. Or ce sont bien les pays les plus peuplés d'Europe, ceux où se trouvent les gisements de consommation les plus importants, qui sont directement touchés puisque les publicités en ligne sont d'autant plus efficaces qu'elles s'adressent à un large public de consommateurs. Ce public, il est en Allemagne, en France, au Royaume-Uni ; il est moins nombreux en Irlande ou dans les autres États plus faiblement peuplés.

Aussi, cette taxe rétablirait l'équité entre les États sièges de ces plateformes Internet et les États de résidence des consommateurs, dont les comportements sont orientés par les publicités diffusées sur ces sites.

Deuxièmement, cette taxe permettrait d'établir un traitement équitable entre les différents supports de publicité, à savoir la publicité audiovisuelle, la publicité radiophonique et la publicité dans la presse écrite traditionnelle. En effet, la publicité à la télévision étant assujettie à des taxes, le maintien du *statu quo* aurait pour conséquence d'entretenir une vraie distorsion de concurrence au bénéfice des plateformes établies dans les pays à fiscalité très basse.

Troisièmement, nous avons voulu respecter le droit communautaire. Pour ce faire, nous avons recherché différentes formules.

L'année dernière, nous avons évoqué la taxation des hébergeurs, mais celle-ci ne s'est pas révélée efficace et elle a été critiquée à juste titre.

En définitive, nous avons considéré que la bonne formule consistait à prélever une faible taxe sur l'annonceur, établi en France, de services de publicité en ligne. Cette taxe serait assise sur le montant, hors taxe sur la valeur ajoutée, des sommes versées et ne concernerait que les transactions électroniques *business to business*, dites « B2B », c'est-à-dire les transactions effectuées entre entreprises. Elle serait acquittée dans les mêmes conditions que la taxe sur la valeur ajoutée. De la sorte, l'administration fiscale serait compétente pour assurer le contrôle du dispositif dans la mesure où le redevable de la taxe serait établi en France.

D'après les estimations en notre possession, le produit de cette taxe se situerait entre 10 millions et 20 millions d'euros si l'on appliquait un taux de 1 % sur les transactions réalisées, ainsi que nous le proposons.

L'enjeu est économique : il s'agit de rétablir la neutralité du marché publicitaire. C'est aussi un enjeu d'équité, car la neutralité fiscale est une

exigence renforcée dans un secteur aussi sensible que les médias et l'information.

Nous avons vraiment la conviction, monsieur le ministre, que la taxation des annonceurs est la seule bonne solution compte tenu de la localisation hors de France des principaux vendeurs d'espaces publicitaires en ligne, dont j'ai cité le plus connu d'entre eux. Il s'agit de prélever une partie très modeste des flux financiers qui s'orientent vers ce type d'entreprise.

Pour l'ensemble de ces raisons, la commission souhaite vivement l'adoption de cet amendement.

M. Guy Fischer, président. - Le sous-amendement n° I-441, présenté par M. P. Dominati, est ainsi libellé :

Alinéa 5 de l'amendement n° I-10

Remplacer le mot :

2011

par le mot :

2012

La parole est à M. Philippe Dominati.

M. Philippe Dominati. - Je comprends les préoccupations de M. le rapporteur général face au développement des nouvelles technologies de l'information et des nouveaux modes de communication ; néanmoins, j'ai le sentiment que sa proposition est prématurée, et ce pour plusieurs raisons.

Premièrement, nombreux sont les professionnels qui s'initient à ce mode de communication par Internet, qui le découvrent petit à petit. Jusqu'à présent, notre pays était relativement en retard puisque, en 2008, à peine 20 % des entreprises françaises, notamment les PME, disposaient d'un site Internet.

Aussi, alors que nos entreprises sont en train de rattraper ce retard et s'efforcent autant qu'elles le peuvent d'être compétitives, elles comprendraient mal la création de cette taxe, en particulier les petites entreprises, qui sont les principales utilisatrices des services offerts par la société que vous avez citée plus haut.

Les sociétés mondialisées développent leurs activités parfois en Europe, mais aussi en bien d'autres lieux. Un article publié aujourd'hui dans le journal *La Tribune* montre bien que la création d'une telle taxe ne réglerait pas les distorsions de concurrence au bénéfice de ces grands groupes internationaux. En revanche, elle pénaliserait nos petites ou moyennes entreprises.

C'est d'ailleurs la préoccupation qu'a exprimée notre collègue Jean-Jacques Jégou à travers le sous-amendement suivant.

Quelles seront les conséquences de la création de cette taxe ? Les régies publicitaires des grands groupes quitteront très rapidement le territoire

national ; seules les entreprises françaises, celles qui n'ont pas la possibilité de s'installer hors de France, celles dont le chiffre d'affaires est loin d'atteindre celui des centrales d'achat – c'est ce qui se passe dans la publicité –, resteront sur le territoire national.

Qui paiera, en réalité, cette taxe ? Ce sera le consommateur, parce qu'elle sera répercutée, à un moment ou à un autre, sur le prix du produit.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - C'est toujours le consommateur qui paie !

M. Philippe Dominati. - Le Gouvernement britannique, malgré le plan de rigueur sans précédent qu'il a engagé pour rétablir l'équilibre de ses comptes publics, a pour projet de faire passer de 7 % à environ 10 % du produit intérieur brut la part du commerce par Internet.

Cette taxe, dont on sait très bien qu'elle sera finalement supportée par le consommateur ou par les petites entreprises, serait un bien mauvais signe adressé au commerce par Internet, lequel est appelé à se développer à l'avenir. Il ne faudrait pas qu'elle entrave la compétitivité des entreprises du secteur.

Je comprends et partage le souci exprimé par M. le rapporteur général de traiter sur un pied d'égalité les supports publicitaires traditionnels et les nouveaux supports, mais je considère qu'il serait inopportun que notre pays soit le seul à mettre en place cette taxation ; en l'espèce, une approche européenne est nécessaire. Le raisonnement qui vaut pour la taxe Tobin, qu'a évoquée voilà quelques instants notre collègue Jean Desessard, vaut aussi pour cette taxe.

M. Guy Fischer, président. - Le sous-amendement n° I-459, présenté par M. Jégou, est ainsi libellé :

Alinéa 6 de l'amendement n° I-10

Rédiger ainsi cet alinéa :

« II. - Cette taxe est due par tout preneur, établi en France, de services de publicité en ligne pour une somme supérieure à 3 000 euros par an. Cette taxe est assise sur le montant, hors taxe sur la valeur ajoutée, des sommes versées. »

La parole est à M. Jean-Jacques Jégou.

M. Jean-Jacques Jégou. - Nous souscrivons sans réserve à l'amendement de la commission ; néanmoins, il nous semble qu'une taxation des services de publicité en ligne pénaliserait notamment les PME et les TPE françaises, qui ont recours à Internet pour rendre plus visibles leurs produits et leurs services et, ainsi, gagner en compétitivité. Elle leur imposerait en outre des démarches administratives supplémentaires.

Parce que cette taxation freinerait leur développement, nous souhaitons, à travers cet amendement, en exonérer les petites entreprises de nos territoires de manière à préserver leur compétitivité. À cette fin, nous

proposons de définir un seuil d'achat de services de publicité en ligne minimum pour l'application de cette taxe, en prenant en compte les commandes moyennes des PME et des TPE françaises, soit 3 000 euros par an.

M. Guy Fischer, président. - Quel est l'avis de la commission sur ces deux sous-amendements ?

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - La commission souhaite que son amendement soit adopté en l'état, et ce pour deux raisons : d'une part, la création de cette taxe est urgente ; d'autre part, elle n'a pas pu complètement expertiser le sous-amendement de M. Jégou et, toute fixation de seuil étant susceptible d'avoir des effets pervers, sans doute conviendrait-il d'examiner plus attentivement la proposition de notre collègue d'ici à la réunion de la commission mixte paritaire.

Aussi, la commission demande à chacun des auteurs de ces sous-amendements de bien vouloir les retirer.

Permettez-moi, mes chers collègues, de vous citer quelques extraits d'une lettre que m'a adressée le président de la Société des auteurs et compositeurs dramatiques, la SACD, qui démontrent bien l'urgence de la situation : « Alors que la mission confiée à Patrick Zelnik, Guillaume Cerutti et Jacques Toubon a rendu son rapport depuis bientôt un an et a proposé des mesures fortes en faveur de l'équité fiscale et de la modernisation du financement de la création, les pouvoirs publics devraient engager une action renforcée et immédiate pour en assurer une traduction nécessaire. »

Il poursuivait : « Il n'est pas normal que les opérateurs qui contribuent aujourd'hui, *via* des taxes et des contributions perçues notamment sur leurs recettes publicitaires, au budget général de l'État comme au financement de la création audiovisuelle et cinématographique se trouvent concurrencés dans la collecte des ressources publicitaires par des acteurs ayant délocalisé leur siège hors de France et n'étant pas assujettis de ce fait aux mêmes taxes. »

Nous considérons par conséquent que la question est urgente ; c'est une question d'équité qu'il convient de traiter maintenant.

M. Guy Fischer, président. - Quel est l'avis du Gouvernement ?

M. François Baroin, ministre. - Monsieur le président, à cette heure avancée de la nuit, aborder un sujet de cette importance donne plus de relief encore à la qualité de nos travaux. En effet, la réflexion du rapporteur général s'inscrit dans une perspective d'avenir, sur laquelle il est tout à fait légitime que nous nous interroguions.

L'amendement n° I-10 a pour objet de créer une taxe sur l'achat des services de publicité en ligne, due par tout preneur établi en France et dont l'assiette est constituée par les sommes engagées pour l'achat d'un tel service. Le taux de cette taxe est fixé à 1 %.

Le Gouvernement partage, monsieur le rapporteur général, votre souci d'assurer une neutralité fiscale entre les différents supports publicitaires.

Nos avis divergent, cependant, sur un point. Je constate que votre proposition consisterait à imposer les clients des grands vendeurs d'espaces publicitaires localisés hors de France – je pense naturellement à Google.

Je suis réservé sur une telle approche. Rien ne permet de démontrer que les tarifs pratiqués par ces prestataires seront réduits en conséquence, ce qui est pourtant l'un des objectifs.

Cette mesure a, en effet, un double objectif : d'une part, trouver une assiette fiscale, compte tenu de l'importance des flux financiers, qui permette de nourrir un certain nombre de recettes en augmentation et, d'autre part, maintenir une forme d'équilibre et d'équité dans la tarification auprès de l'ensemble des prestataires.

Or, cette proposition pourrait uniquement conduire à alourdir la charge fiscale des entreprises implantées en France, sans pour autant atteindre l'objectif que vous recherchez.

Cette piste est néanmoins ouverte et reste indiscutable.

Par ailleurs, monsieur le rapporteur général, que se passera-t-il si l'achat d'espaces publicitaires n'est pas réalisé par une entreprise implantée en France mais par une de ses filiales située hors de France ? Il faudrait, sur ce point, coordonner nos positions.

Cette proposition pourrait pénaliser des petites entreprises qui n'auront pas forcément la possibilité de contourner cette taxation, contrairement aux opérateurs mondiaux.

Nous avons donc besoin d'un peu de temps et d'expertise, mais la direction proposée est évidemment utile et intéressante.

Le Gouvernement avait envisagé de soutenir le sous-amendement n° I-441 de M. Philippe Dominati visant à reporter l'institution d'une telle taxe au 1^{er} janvier 2012, ce qui lui permettait de s'en remettre à la sagesse à la Haute Assemblée sur la question.

Si d'aventure le Sénat, dans sa sagesse, n'adoptait pas le sous-amendement n° I-441, la position du Gouvernement resterait identique : le chemin étant ouvert, le Gouvernement s'en remettrait à la sagesse de la Haute Assemblée pour défricher ce débat.

Techniquement, nous avons besoin d'un peu de temps pour mettre en place cette mesure de façon opérationnelle. Accepter le sous-amendement de M. Philippe Dominati n'est donc pas une mauvaise manière faite au rapporteur général ; cela permettrait aux services techniques de bénéficier du temps nécessaire pour être parfaitement opérationnels.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. le rapporteur général.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Il faut franchir l'obstacle, et le franchir tout de suite !

La situation est très critiquable, nous le savons depuis longtemps. L'année dernière, j'ai présenté un amendement et je l'ai retiré. Cela fait un an que vos services – j'allais dire vos futurs services –, monsieur le ministre, sont en mesure de participer à ce dispositif, qu'il s'agisse de l'économie ou du budget.

Tout le monde sait que ce problème existe. Les milieux de la création et de l'audiovisuel s'en plaignent. Nous voyons aujourd'hui, à la faveur de la crise irlandaise, à quoi conduit, en termes de distorsion de concurrence, ce *dumping* fiscal. Il faut réagir ! À moins de considérer que nous ne sommes que les greffiers des multinationales américaines de l'Internet... C'est une question de responsabilité !

Le système que nous préconisons n'est sans doute pas parfait mais il a le mérite d'exister. Il est, en outre, en conformité avec le droit communautaire et permet d'avancer. C'est un signal qui sera, je crois, attentivement regardé.

Bien sûr, nous sommes tout à fait conscients de l'innovation que nous apportons. Il n'est pas impossible, d'ici à la commission mixte paritaire, d'apporter des améliorations et des précisions à notre texte.

Il ne nous semble vraiment pas possible de reculer ni même d'accepter que la mise en œuvre soit remise d'un an, surtout dans le contexte international et européen que nous connaissons ces jours-ci.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à Mme Catherine Morin-Desailly, pour explication de vote sur l'amendement n° I-10.

Mme Catherine Morin-Desailly. - J'ajouterai quelques mots sur la proposition qui nous est faite ce soir.

Nous l'avons dit, nous comprenons tout à fait la préoccupation du rapporteur général. Nous sommes conscients qu'il existe un vrai problème avec certains opérateurs de l'Internet installés à l'étranger, Google, pour n'en citer qu'un, mais cela concerne aussi Microsoft et demain Facebook ou Intel.

Notre collègue Philippe Dominati a évoqué un article, publié dans le quotidien *La Tribune*, ce matin, qui rappelle les graves distorsions de concurrence existantes. Il est vrai que ce problème est inadmissible.

Au demeurant, je partage l'avis du ministre. Dans une économie émergente, comme celle du numérique, beaucoup de petites et moyennes entreprises se lancent et choisissent de le faire dans notre pays et non à l'étranger.

Elles risquent pourtant de se voir appliquer une double peine : elles s'acquittent déjà de l'impôt sur les bénéfices des sociétés, à hauteur de 30 % ; elles se verraient taxer une deuxième fois, à la différence des entreprises établies à l'étranger.

On provoquerait peut-être ainsi un phénomène de délocalisation. Je pense donc qu'il faut rester assez prudent. Il n'est d'ailleurs pas certain qu'une telle mesure ait l'effet escompté et parvienne à résoudre le problème de la territorialité, qui demande un travail plus approfondi. Il est nécessaire, monsieur le rapporteur général, que ce travail soit effectué.

Cet amendement risque d'imposer une charge fiscale supplémentaire aux entreprises françaises, alors que la préoccupation liée aux grandes multinationales implantées à l'étranger reste très réelle.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - C'est le succès du *lobbying* !

M. Guy Fischer, président. - Monsieur Jégou, le sous-amendement n° I-459 est-il maintenu ?

M. Jean-Jacques Jégou. - Monsieur le président, je voterai l'amendement du rapporteur général. Je souhaiterais que mon sous-amendement puisse être débattu en commission mixte paritaire pour que l'on y parle des PME : je le maintiens donc.

M. Guy Fischer, président. - Monsieur Dominati, le sous-amendement n° I-441 est-il maintenu ?

M. Philippe Dominati. - Je le maintiens, monsieur le président. J'aurais préféré que nous ayons davantage de temps.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Vous avez eu plus d'un an ! Cela dure depuis des années !

M. Philippe Dominati. - Cette mesure pénalise les petites entreprises françaises, mais n'a pas d'impact sur les groupes internationaux.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Proposez autre chose, trouvez une autre formule ! Tout est bon pour donner raison au *lobbying* !

M. Guy Fischer, président. - Je mets aux voix le sous-amendement n° I-441.

(Le sous-amendement n'est pas adopté.)

M. Guy Fischer, président. - Je mets aux voix le sous-amendement n° I-459.

(Le sous-amendement n'est pas adopté.)

M. Guy Fischer, président. - Je mets aux voix l'amendement n° I-10.

(L'amendement est adopté.)

M. Guy Fischer, président - En conséquence, un article additionnel ainsi rédigé est inséré dans le projet de loi de finances, après l'article 11.

La suite de la discussion est renvoyée à la prochaine séance.

Séance du 23 novembre 2010

M. Guy Fischer, président. - L'amendement n° I-11, présenté par M. Marini, au nom de la commission des finances, est ainsi libellé :

Après l'article 11, insérer un article additionnel ainsi rédigé :

Après le chapitre XX du titre II de la première partie du livre I^{er} du même code, il est inséré un chapitre XXI ainsi rédigé :

« Chapitre XXI

« Taxe sur les achats de services de commerce électronique

« *Art. 302 bis ZM.- I.-* Il est institué à compter du 1^{er} janvier 2011 une taxe sur les achats de services de commerce électronique.

« II. - Cette taxe est due par tout preneur, établi en France, de services de commerce électronique.

« III. - La taxe est assise sur le montant des dépenses engagées pour l'achat de toute fourniture de biens ou services effectué au moyen d'une communication électronique dans des conditions définies par décret.

« La taxe ne s'applique pas lorsque le chiffre d'affaires annuel de l'établissement preneur de la prestation de commerce électronique est inférieur à 460 000 euros.

« IV. - Le taux de la taxe est de 0,5 % du montant hors taxe des sommes versées par le preneur.

« V. – Cette taxe est liquidée et acquittée au titre de l'année civile précédente lors du dépôt de la déclaration, mentionnée au 1 de l'article 287, du mois de mars ou du premier trimestre de l'année civile.

« VI. - La taxe est 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. »

La parole est à Monsieur le rapporteur général.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Monsieur le président, monsieur le secrétaire d'État, mes chers collègues, cet amendement s'inscrit dans la même logique que celui que nous avons voté avant de nous séparer vers deux heures et quart ce matin, c'est-à-dire dans le cadre de la réflexion conduite par la commission des finances sur la préservation des recettes publiques.

Je rappelle que cet impératif repose selon nous sur trois piliers : premièrement, la réduction des niches fiscales et la maîtrise de la dépense fiscale, deuxièmement, la lutte contre la fraude et l'optimisation fiscales – à cet égard, le Sénat a bien voulu voter, sur notre initiative, plusieurs dispositifs importants destinés à empêcher des comportements critiquables concernant en

particulier l'impôt sur les sociétés –, troisièmement, l'adaptation des assiettes fiscales aux évolutions technologiques.

Le présent amendement repose sur l'idée que les transactions en ligne constituent une assiette fiscale moderne dans un contexte de vieillissement accéléré de l'assiette de la plupart des impôts.

Il s'agit en effet d'une assiette dynamique, car les transactions en ligne ne cesseront de se développer. Elles occuperont une part de marché croissante dans la période à venir.

Il s'agit de plus d'une assiette large, qui permettrait de créer un prélèvement indolore, ou à peu près, à faible ou à très faible taux.

Il s'agit en outre d'une assiette non délocalisable, dès lors – à la vérité, le droit communautaire nous contraint de procéder ainsi – que la taxation repose sur le preneur, c'est-à-dire sur l'acheteur de services en ligne. Cette modalité de taxation permet d'appréhender des flux qui se portent très majoritairement, pour ne pas dire massivement, monsieur le secrétaire d'État, vers des fournisseurs situés à l'étranger, qui plus est dans les États les moins fiscalisés d'Europe.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Eh oui !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Hier soir, lorsque Christine Lagarde a bien voulu nous répondre de manière à la fois très sincère et très diplomatique sur la situation irlandaise, nous avons abordé le redoutable sujet de l'évasion fiscale « légale », laquelle ne cesse de se développer en raison du droit communautaire sur la TVA. Vous savez en effet, mais je le rappelle néanmoins, que la TVA est susceptible d'être prélevée par l'État où se trouve l'émetteur des factures. Une période de transition s'ouvrira en 2013, jusqu'en 2019, afin de revenir au droit commun de la TVA. Celle-ci, comme c'est le cas de manière générale, sera à la charge du consommateur. Le taux applicable sera celui de l'État de consommation.

Enfin, les transactions en ligne constituent une assiette fiscale moderne, car le principe de la taxation de l'acheteur de services en ligne, seule possible dès lors que le vendeur peut facilement s'implanter fiscalement hors de France, facilite le recouvrement de l'impôt, en permettant son adossement à celui de la taxe sur la valeur ajoutée.

Cette assiette moderne peut légitimement supporter un minimum d'imposition, compte tenu du fait que les charges d'exploitation qui pèsent sur le commerce en ligne sont moins importantes que celles que doivent acquitter les entreprises traditionnelles.

Pour prendre un exemple, le commerce en ligne ne supporte pas la taxe sur les surfaces commerciales, la TASCOM, ...

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Eh oui !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - ... puisqu'il n'a pas besoin d'un vrai magasin, implanté sur une vraie surface, un vrai sol, ...

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Et avec une vraie enseigne ! (Sourires.)

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - ... où travailleraient de vrais gens.

La commission des finances, qui est bien entendu très favorable à la diffusion des nouvelles technologies au sein de la population, ne propose en aucun cas de taxer les ménages et les usagers individuels. La proposition qui vous est faite – il s'agit d'une proposition de principe – concerne le seul champ des transactions entre entreprises, c'est-à-dire, selon l'expression consacrée, le *business to business*.

En fonction de ce raisonnement, une taxe sur les achats de services de commerce électronique serait due par les seules entreprises qui achètent des services de commerce en ligne. Le seuil d'assujettissement serait le même que pour la taxe sur les services commerciaux, soit 460 000 euros de chiffre d'affaires.

Je rappelle, chemin faisant, que, dans le cadre de la réforme de la taxe professionnelle, la taxe sur les services commerciaux – la TASCOM – a été transférée au bloc communal.

Enfin, si l'on fixait à 0,5 % le taux du montant hors taxe des sommes versées par le preneur, en estimant, comme les études nous y invitent, l'assiette taxable, soit le chiffre d'affaires annuel au titre des transactions entre entreprises, à 80 milliards ou 100 milliards d'euros, le produit potentiel de cette taxe représenterait annuellement entre 400 millions et 500 millions d'euros. Notre réflexion porte donc sur un montant significatif pour nos finances publiques, dont chacun connaît la situation difficile, voire compromise.

Un chiffrage plus fin réviserait sans doute à la baisse cette estimation pour tenir compte du fait que près des deux tiers des entreprises – celles qui réalisent un chiffre d'affaires inférieur au seuil de 460 000 euros – devraient être exonérées.

Monsieur le secrétaire d'Etat, cet amendement est un amendement de principe, qui vise à fixer un cap et permettre une prise de conscience, dans un monde qui évolue et auquel la fiscalité doit s'adapter.

Notre crainte, qui n'est peut-être pas immédiatement justifiée par la réalité d'aujourd'hui, est qu'au fil des années, compte tenu de l'importance croissante du commerce en ligne, l'assiette de nos impositions ne se trouve condamnée à une attrition structurellement nuisible à nos finances publiques.

C'est dans cet esprit et en vertu de cette analyse que la commission vous invite, mes chers collègues, à réfléchir à sa proposition.

M. Guy Fischer, président. - Quel est l'avis du Gouvernement ?

M. Georges Tron, secrétaire d'Etat auprès du ministre du budget, des comptes publics, de la fonction publique et de la réforme de l'Etat, chargé de la fonction publique. - Comme M. le rapporteur général, je dirai moi aussi que ce sujet est d'une grande actualité. Il est en effet nécessaire de réfléchir sérieusement aux moyens d'adapter la fiscalité à la modernisation des moyens de communication entre entreprises. Je dois reconnaître, monsieur le rapporteur général, que vous avez parfaitement situé le problème, au cœur d'une réflexion devenue obligatoire. Vous avez précisé vous-même que votre amendement visait à inciter à la réflexion et à fixer un cap ; je salue cette démarche.

Votre amendement a pour objet de créer une taxe sur les achats par voie électronique, qui serait due par tous les professionnels établis en France, sans exception. Conformément à notre philosophie, vous prévoyez un taux modéré – 0,5 % – et une exemption pour les entreprises dont le chiffre d'affaires est marginal.

Une telle taxation viserait à compenser le fait que les commerçants en ligne échappent purement et simplement aux impositions qui pèsent sur les formes de commerce tangible.

Le Gouvernement est parfaitement conscient de l'enjeu que représente, pour les finances publiques, le développement du commerce électronique. Comme je l'ai dit dans mon propos introductif, il faut, à l'évidence, que nous parvenions à une forme de parité fiscale entre les diverses formes de distribution.

Le cap étant fixé et le problème explicité, je me permettrai de formuler quelques réserves relatives non pas au principe de cet amendement, mais à ses modalités.

Première observation : la taxe proposée pèserait en réalité sur toutes les relations commerciales interentreprises, dès lors qu'une commande est passée par voie électronique. Nous craignons donc que le dispositif ne manque sa cible et qu'au lieu d'équilibrer la fiscalité entre les différentes formes de distribution, comme la commission des finances le souhaite à juste titre, il ne pénalise la modernisation des relations interentreprises, et en particulier celles qui se font par voie électronique. C'est là un premier problème, qui n'est pas négligeable.

Par ailleurs, un tel dispositif entraînerait de redoutables difficultés de contrôle de sécurité juridique pour les entreprises, car il impliquerait de distinguer ce qui, dans les achats de l'entreprise, relève du mode électronique de passation de la commande et ce qui n'en relève pas. Il pourrait aussi y avoir une distorsion entre le traitement des opérations internationales et celui des autres. C'est là un second problème.

Deuxième observation : la justification de la taxe proposée n'est pas évidente. On comprend bien que la TASCOM avait un double objectif : d'une

part, le financement des collectivités locales sur le territoire desquels les commerces sont implantés et, d'autre part, le rééquilibrage des conditions de concurrence entre la grande distribution et les commerces de proximité, en particulier les petits commerces situés dans les centres-villes.

Monsieur le rapporteur général, votre proposition présente des difficultés d'appréhension au regard des objectifs que je viens de définir, et sans doute une réflexion approfondie serait-elle nécessaire pour déterminer de quelle façon cette articulation pourrait se faire dans de meilleures conditions.

Ma troisième et dernière observation porte sur l'impact économique de cette taxe. Vous avez évalué son produit à 500 millions d'euros. Un tel prélèvement, sans doute unique en Europe, voire – je le dis avec précaution – dans le monde risquerait de peser lourdement sur le secteur de l'Internet et d'accroître les risques de délocalisation. J'ai bien compris votre propos quant à ces derniers mais, au-delà de la production, le phénomène d'acquisition peut aussi conduire à des délocalisations !

Cela dit, monsieur le rapporteur général, le Gouvernement souscrit très volontiers à votre souhait de réfléchir de façon approfondie sur le sujet. Il n'est d'ailleurs pas lui-même resté totalement inactif, puisque le régime de taxation des prestations de services électroniques évoluera, comme chacun sait, dès le 1^{er} janvier 2015, de façon à faire prévaloir le principe de taxation à la TVA au lieu de consommation. Nous avons en effet saisi la Commission européenne pour l'alerter sur les pratiques déloyales de certains de nos partenaires, et je crois savoir que notre message a été parfaitement entendu.

Le Gouvernement a également saisi la Commission d'une proposition visant à taxer au lieu de consommation ou de consultation les bénéfices réalisés par les grands sites Internet. Nous pensons que certains de nos partenaires, en particulier l'Allemagne, se rallieront à notre position.

Monsieur le rapporteur général, votre amendement a fixé un cap et permis d'amorcer une discussion. Je pense que vous pourriez maintenant le retirer, afin que la réflexion engagée se poursuive ultérieurement en évitant les écueils, que vous aviez certainement entrevus, sur lesquels je me suis permis d'attirer votre attention.

M. Guy Fischer président. - La parole est à M. le rapporteur général.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Je remercie M. le ministre de sa réponse, qui est constructive et qui nous incite à aller au fond des choses.

La commission, pour sa part, souhaiterait, sans que cela retarde excessivement l'examen de la loi de finances, qu'un débat d'orientation puisse s'instaurer. Je ne retirerai donc pas dès maintenant notre amendement pour ne pas frustrer celles et ceux de nos collègues qui souhaitent s'exprimer sur le sujet.

Le vœu de la commission des finances est en effet que cette piste soit explorée, en concertation avec les professionnels du secteur, en liaison avec les instances communautaires et en particulier avec l'Allemagne, dont la situation est semblable à la nôtre.

En caricaturant, on pourrait dire qu'il y a aujourd'hui deux catégories d'États européens : d'une part les grands États, les plus peuplés, qui fournissent les consommateurs ; d'autre part, les petits États, qui sont des plateformes à basse fiscalité, d'où partent les factures adressées aux dits consommateurs.

Voilà le vrai problème ; nous l'avons abordé hier avec Christine Lagarde, en nous demandant si la zone euro pouvait survivre quand tous ses membres se livrent à une concurrence fiscale exacerbée. C'est là un sujet de fond, stratégique, qu'il nous faut traiter.

La commission souhaite ainsi que chacun de ceux qui le souhaitent donne son opinion sur le cap vers lequel nous voulons nous diriger. Par la suite, nous prendrons ensemble les dispositions qui s'imposeront pour que la réflexion se structure, qu'un groupe de travail se mette en place, qu'une méthode soit définie et que nous progressions à un rythme raisonnable. Ce rythme ne doit pas être trop lent car le commerce en ligne gagne chaque jour des parts de marché, au détriment des circuits de distribution classiques. Le déséquilibre va augmenter, et avec lui les risques d'une concurrence fiscale débridée à l'extrême dans l'espace européen.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à Mme Catherine Procaccia, pour explication de vote.

Mme Catherine Procaccia. - Je tiens à remercier Philippe Marini de laisser toutes les sensibilités s'exprimer. Son exposé comme celui de M. le ministre ont apaisé mes inquiétudes.

À la lecture de l'amendement de la commission, je m'étais en effet demandé si le Sénat voulait donner l'image d'une institution opposée à la modernité, à Internet et au commerce en ligne. Après avoir taxé la publicité et avant d'évoquer le cas de la télévision mobile, nous sommes en train maintenant de discuter du commerce sur Internet. Comme cela a été dit, ce dernier est voué à gagner des parts de marché. J'espère toutefois que le Sénat – et en particulier la commission des finances, que je connais bien – ne s'opposera pas à cette nouvelle forme de commerce, adaptée aux réalités du XXI^e siècle.

Ce qui m'a le plus inquiétée, monsieur le rapporteur général, c'est le système que vous proposiez de mettre en place, dans lequel les acheteurs auraient été taxés, et non pas ceux qui ont délocalisé les plateformes d'achat. Un moyen très simple de détourner une telle taxation aurait en effet été de faire son choix sur Internet, puis de passer commande par fax ou par courrier ! Le système proposé par cet amendement serait alors tombé en totale

désuétude, et l'on serait revenu à des pratiques d'il y a dix ans, quand les confirmations de commande étaient envoyées par écrit.

Ma deuxième inquiétude, que la commission lèvera probablement, concerne les collectivités locales, qui traitent de plus en plus souvent leurs commandes et leurs appels d'offres *via* Internet. Il ne faudrait pas que ces opérations soient concernées par le nouveau système, sans quoi nous pénaliserions nos collectivités !

Enfin, il serait très simple pour les entreprises disposant de filiales à l'étranger de demander à celles-ci de passer commande à leur place, s'exemptant ainsi de la taxation française. Je pense donc que, tel qu'il a pour l'instant été esquissé afin d'ouvrir la réflexion, le système proposé par la commission ne gênerait que les PME et n'atteindrait absolument pas les objectifs qu'il entend viser.

Je suis donc rassurée d'entendre que l'amendement de la commission, que je n'aurais pas voté en l'état, ne vise qu'à ouvrir une réflexion.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. Jean Louis Masson, pour explication de vote.

M. Jean Louis Masson. - Cet amendement me semble très pertinent. Il n'y a pas de raison, à moins qu'un lobby particulier ne prenne la défense de la vente sur Internet, que les transactions en ligne ne soient pas taxées.

Rétablir l'équité dans la participation aux charges publiques est un élément fondamental de justice. La personne qui a un magasin paie des impôts de tous les côtés et celle qui vend sur Internet n'en paie quasiment pas.

Je regrette vivement que l'on reporte cette mesure nécessaire, comme cela arrive chaque fois que sont avancées des propositions potentiellement intéressantes.

Nous sommes confrontés, comme les Irlandais, à un problème de déficit budgétaire. Si nous ne voulons pas connaître la même situation qu'eux, il nous faudra à un moment donné renoncer à cette politique de non-fiscalisation.

Les Irlandais ne veulent faire payer ni les uns ni les autres, moyennant quoi les voisins paient pour eux ! À ce propos, je regrette que la France ait accepté de s'associer au soutien des Irlandais sans exiger d'eux qu'ils instaurent une fiscalité sur les entreprises à un taux au moins égal au taux moyen de la zone euro.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Très bien !

M. Jean Louis Masson. - Ce serait la moindre des choses ! Avant d'appeler à l'aide ses voisins parce qu'elle n'a plus d'argent, l'Irlande devrait, comme tous les autres pays, faire payer des impôts à ses concitoyens ainsi qu'à l'ensemble des entreprises implantées sur son territoire. À défaut, les Irlandais ne devraient pas s'étonner de ne plus avoir le sou !

Je suis donc plutôt très favorable à cet amendement.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. le président de la commission des finances.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Cet amendement fait naître un débat crucial.

Mes chers collègues, il y a quelques décennies, pressentant les potentialités de la globalisation, un certain nombre d'industriels ont compris qu'ils gagneraient plus facilement leur vie en devenant distributeurs et en s'approvisionnant hors du territoire national. Nous avons tous en tête quelques figures emblématiques de la conversion de l'industrie vers la distribution. Nous avons alors perdu des pans entiers d'activité et de ressources fiscales et sociales.

Aujourd'hui, la distribution traditionnelle, physiquement enracinée dans le territoire, se trouve confrontée à la concurrence de la vente à distance. La vente à distance, dans un premier temps, a pris la forme de la vente par correspondance. Maintenant, il s'agit surtout de la vente par Internet et du commerce électronique, qui ont à leur disposition des territoires leur offrant un confort fiscal absolu.

Si nous n'y prêtons attention, chers collègues, nous allons bientôt nous demander quelle activité économique pourra bien subsister en France.

Mme Nathalie Goulet. - On se le demande déjà !

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Nous nous demanderons également où sont passées les assiettes de prélèvements obligatoires pour assurer le fonctionnement des services publics et permettre à l'État d'exercer ses missions régaliennes.

Nous sommes menacés par la disparition pure et simple des activités économiques et des ressources fiscales. Cela devrait nous encourager puissamment, monsieur le secrétaire d'État, à cesser d'accabler de taxes ceux qui sont implantés sur le territoire national tout en exonérant pratiquement de fiscalité ceux qui travaillent à distance.

Certes, vous me répondrez que ce n'est pas grave, que, lorsqu'une entreprise située hors du territoire national commercialise au moins 100 000 euros en France, elle doit facturer la TVA et en verser le produit à la France.

M. Georges Tron. -. Exactement !

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - C'est le beau discours que l'on sert habituellement au Parlement, mais en pratique il n'y a aucun contrôle ! C'est donc une convention de langage. (M. le secrétaire d'État fait un signe de dénégation.)

Mais alors, monsieur le secrétaire d'État, dites-nous quels sont exactement ces contrôles afin que nous puissions juger de leur effectivité sur

place et sur pièces ? Quoi qu'il en soit, permettez-moi de douter quelque peu de leur efficacité tant le réseau devient complexe et épars.

Nous sommes à la veille de mutations fondamentales. En faisant transiter l'impôt par les entreprises, qu'elles soient industrielles ou commerciales, nous prenons le risque d'accélérer toutes les délocalisations. Il va être temps d'ouvrir un débat sur la question de savoir qui paie l'impôt. Or je réaffirme devant vous, mes chers collègues, que c'est toujours le citoyen qui s'acquitte de cette charge.

Plusieurs sénateurs du groupe socialiste. Eh oui !

M. Jean-Jacques Mirassou. - Sauf certains !

M. Jean-Pierre Sueur. - Et le bouclier fiscal !

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Ne vous inquiétez pas ! Nous en parlerons du bouclier fiscal lors de l'examen des articles de la deuxième partie.

Dans ces conditions, préparons-nous à refonder le pacte républicain sur un impôt qui sera soit un impôt sur la consommation, soit un impôt sur le revenu, soit un impôt sur le patrimoine, mais qui dans tous les cas sera directement assumé par le citoyen et non, comme on le croit, par l'entreprise, car pas une seule entreprise ne pourrait survivre si elle ne reportait pas sur ses clients le poids des impôts dont elle doit s'acquitter.

Le débat que suscite cet amendement est donc tout à fait crucial. Nous devons nous en saisir avec une franche détermination, monsieur le secrétaire d'État.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. le secrétaire d'Etat.

M. Georges Tron. - Comme vous, monsieur le président de la commission de finances, je trouve ce débat tout à fait important. Il est prospectif dans la mesure où il s'attache à un domaine en évolution, un domaine qui évolue en raison de la globalisation, en raison de la transformation des modes de communication.

Nous devons donc mener une réflexion approfondie sur la façon dont doit évoluer parallèlement la fiscalité qui s'y rapporte, et ce dans un double objectif de rendement et d'équité. Comme le rapporteur général et le président de la commission, le Gouvernement est parfaitement convaincu de cette nécessité.

Cependant, je réitérerai les quelques réserves que j'ai émises tout à l'heure.

J'apporterai, premièrement, quelques nuances aux propos de M. Masson. Monsieur le sénateur, on ne peut pas dire qu'aucun n'impôt ne pèse sur le commerce en ligne. Une TVA s'applique aux ventes effectuées par le biais d'Internet. La question est de savoir si les contrôles sont effectifs...

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Il faut les vérifier !

M. Georges Tron. - Exactement !

Quoi qu'il en soit, monsieur le président de la commission, trouvons un terrain d'entente ! Admettons que le principe est établi et que seules les modalités d'application restent encore à définir.

Deuxièmement, je vais me répéter et je vous prie de m'en excuser, ne prenons pas le risque d'être à côté de la plaque. Nous souhaitons mettre en place une fiscalité pour un mode de commerce qui n'a aucune raison d'en être exonéré, même s'il n'en est pas exclu totalement. Mais prenons garde à ne pas opter pour un dispositif qui n'atteindrait pas l'objectif visé et qui pénaliserait tout un commerce interentreprises assis sur les relations *via* Internet, car cela aurait une incidence sur la croissance.

Troisièmement, je souscris aux demandes de réflexions collectives formulées à la fois par le président de la commission des finances et par le rapporteur général. Nous n'avons pas aujourd'hui la capacité d'évaluer précisément le produit d'une telle taxation, estimé par M. le rapporteur général à 500 millions d'euros. Mais, dans la mesure où le prélèvement serait à la fois unique en Europe et sans doute dans le monde, faisons attention à ne pas pénaliser fiscalement nos entreprises au regard de la concurrence à laquelle elles sont soumises. Cela pourrait compromettre leur croissance et, *in fine*, l'emploi.

En conclusion, je rappellerai que nous avons lancé cette réflexion – comme vous en aviez exprimé le souhait – en partenariat avec les Allemands dans le cadre de la grande étude sur les rapprochements de nos fiscalités à laquelle s'adonne la Cour des comptes. Nous avons bien identifié les tenants et les aboutissants d'une telle démarche. N'anticipons pas sur cette réflexion en adoptant aujourd'hui cet amendement, et évitons les impacts économiques négatifs que je viens d'évoquer !

Monsieur le rapporteur général, engageons cette réflexion, mais en prenant le temps nécessaire. Je vous demande donc de nouveau de bien vouloir retirer cet amendement, sinon le Gouvernement maintiendra son avis défavorable.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. le rapporteur général.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - N'ayez crainte, monsieur le secrétaire d'Etat, il s'agit d'un débat d'orientation. Mais il n'est pas achevé : un certain nombre de nos collègues sur diverses travées souhaitent encore donner leur avis, laissons-les s'exprimer !

M. Georges Tron. - Avec plaisir !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Le Sénat n'est pas une union d'intérêts syndicaux particuliers. (Bravo ! sur les travées du groupe socialiste.)

M. Jean-Pierre Fourcade. - Très bien !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - C'est une chambre de réflexion qui regarde l'avenir. C'est son rôle, c'est la raison d'être de notre institution.

Je ne critique pas nos amis députés, qui ont des tâches très difficiles ; mais au Sénat nous sommes un peu différents, un peu décalés (Sourires), ce qui fait notre utilité. Voilà pourquoi c'est dans notre assemblée qu'un tel débat peut avoir lieu.

M. Georges Tron. - J'y contribue !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Grandement même, et en faisant preuve d'une grande ouverture d'esprit !

M. Georges Tron. - Merci !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Nous devons donc accepter que celles et ceux qui ont quelque chose à dire s'expriment, car il est important que nous puissions confronter les différents points de vue.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à Mme Nicole Bricq, pour explication de vote.

Mme Nicole Bricq. - M. le rapporteur général a raison : le Parlement est un lieu de débat, y compris sur des mesures qui peuvent paraître novatrices. Et, dès lors qu'on innove, monsieur le secrétaire d'État – nous avons bien compris le sens de vos interventions –, on risque de bousculer des intérêts acquis.

Au demeurant, l'argumentation développée par le Gouvernement ainsi que par Mme Procaccia nous laisse un peu sceptique.

Certes, le dispositif que propose M. le rapporteur général n'atteindra peut-être pas l'objectif visé, peut-être en partie seulement. Néanmoins, il offre le mérite de poser un réel problème.

Je ferai remarquer à Mme Procaccia qu'elle a voté avec son groupe sans barguigner le relèvement de la TVA sur les offres *triple play*, ce que les opérateurs vont répercuter intégralement sur les consommateurs !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Eh oui !

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Tout à fait !

Mme Nicole Bricq. - C'est la raison pour laquelle nous nous sommes opposés à cette mesure, dans la mesure où c'est une hausse d'impôt déguisée !

Par conséquent, ayez un discours cohérent et ne venez pas invoquer maintenant l'intérêt du consommateur !

J'en viens à mon deuxième point.

J'ai lu dans la presse économique la description du montage d'une grosse entreprise américaine. Est-il normal qu'une entreprise ait son siège aux Bermudes – c'est tout un programme –, une filiale en Irlande quasiment défiscalisée, et que tout un circuit de bénéfices reparte par la Hollande ?

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Ah ah !

Mme Nicole Bricq. - Tout ça pour ne pas payer d'impôt sur les sociétés...

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - 2,4 % !

Mme Nicole Bricq. - Certes, mais c'est quand même extravagant !
Pouvons-nous continuer à accepter ce type de montage au cœur même de l'Europe ?

M. Didier Guillaume. - Non, impossible !

Mme Nicole Bricq. - Dernière remarque : nous faisons partie de l'Union européenne et de la zone euro, nous devons donc tenir compte de nos partenaires. Mais est-ce une raison pour ne pas agir à l'échelon national ? Chaque fois que nous voulons prendre des mesures, on nous dit qu'il faut attendre, opérer au niveau européen, se mettre d'accord avec l'Allemagne, bref, on ne peut jamais rien faire.

J'évoquerai néanmoins un précédent. Le groupe socialiste a voté au Sénat, lorsque Jacques Chirac était encore Président de la République, la taxe sur les billets d'avion en faveur de l'aide au développement. Je me souviens que la majorité avait traîné les pieds. Au départ, la France était le seul pays à instaurer une telle taxe. Que n'avons-nous entendu ! Nous allions mettre en péril tous les voyagistes, la compagnie nationale, pourquoi agissions-nous seuls, etc.

Or nous avons été rejoints, d'abord par quatre-vingts pays ; aujourd'hui, ils sont plus d'une centaine à payer cette taxe.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - D'ailleurs, on ne sait pas où va cet argent !

Mme Nicole Bricq. - Cet exemple prouve que nous pouvons parfois défendre un point de vue au niveau national et parvenir à le faire adopter par nos partenaires.

Je le répète, l'amendement de M. le rapporteur général ne nous paraît pas idéal, mais il a le mérite de poser les termes d'un débat réel, qui prendra de plus en plus d'importance, parce que l'Union européenne ne peut pas continuer à abriter des pays qui pratiquent le dumping fiscal !

M. Jean-Jacques Mirassou. - Eh oui !

Mme Nicole Bricq. - J'ai déjà eu l'occasion de le rappeler au cours de ce débat : l'Union européenne peut s'endormir sur ses lauriers, mais le réveil sera brutal ! La crise irlandaise en est la démonstration : sommes-nous capables de créer un véritable gouvernement économique européen et d'harmoniser un certain nombre d'impôts à vocation européenne ?

Le débat que nous avons eu hier au sujet de la TVA l'a d'ailleurs bien montré : il est inutile de bricoler un impôt dont les règles relèvent forcément de la législation européenne !

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. Philippe Dominati, pour explication de vote.

M. Philippe Dominati. - Puisque M. le rapporteur général nous invite à nous exprimer, je me permets de reprendre un débat qui a été interrompu au cours de la nuit sur un sujet similaire.

J'ai été sensible aux propos de M. le président de la commission des finances sur les délocalisations industrielles observées il y a quelques décennies en Europe, et plus particulièrement en France, et l'orientation vers une société de services. Il me semble nécessaire d'adopter une vision globale. M. le ministre du budget nous a bien dit, lors de la discussion générale, que la France était devenue la championne des prélèvements obligatoires parmi les pays développés. N'est-ce pas la source du problème ? Les délocalisations, les destructions d'emplois, la perte de compétitivité, les départs d'entreprises vers d'autres pays d'Europe ou du monde résultent avant tout de la fiscalité extrêmement lourde qui pèse sur nos entreprises...

Mme Nicole Bricq. - C'est faux !

M. Philippe Dominati. - Ce phénomène est incontestable.

Pour cette raison, un certain nombre de membres de cette assemblée ressentent une sorte de crispation lorsqu'ils entendent parler de la création d'une nouvelle taxe. Il faut bien évidemment envisager l'objet de cette taxe, mais nous devrions d'abord nous préoccuper de rejoindre le peloton des pays à fiscalité modérée. Nos entreprises ne retrouveront de la compétitivité et ne créeront des emplois que si nous revenons au niveau de l'Allemagne ou du Royaume-Uni...

Mme Nicole Bricq. - C'est un mauvais exemple !

M. Philippe Dominati. - Telle est, à mon sens, la direction à suivre, plutôt que d'essayer d'imposer au niveau européen un modèle fondé uniquement sur la création de taxes nouvelles.

En l'occurrence, je m'inquiète de voir que, dans le domaine des nouvelles technologies, nous ne prenons pas les bons réflexes : en l'occurrence, nous ne savons pas si cette taxe pénalisera les entreprises dans leur compétitivité, ou si c'est le consommateur qui la paiera.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - C'est toujours le consommateur qui paie !

M. Philippe Dominati. - Le mécanisme proposé par M. le rapporteur général m'inquiète, car je crains qu'il ne s'applique que sur le territoire national, alors que nous savons pertinemment qu'il vise des activités qui peuvent aisément être délocalisées.

Mme Bricq a évoqué le système consistant, pour les entreprises, à multiplier les filiales en Irlande ou aux Pays-Bas, pour profiter de fiscalités plus intéressantes, mais nous ne vivons pas dans un monde parfait ! Je prendrai quant à moi un exemple lié à la production automobile : M. Schweitzer a créé une filiale holding de Renault aux Pays-Bas, il y a longtemps déjà, pour permettre une alliance avec un groupe japonais, justifiée par la recherche d'une meilleure compétitivité.

Le même problème se pose aujourd'hui en ce qui concerne la fiscalité. Je tenais donc simplement à dire : avant de créer une taxe nouvelle, voyons comment améliorer les mécanismes existants dans un espace européen concurrentiel !

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. Denis Badré, pour explication de vote.

M. Denis Badré. - Jean Arthuis s'est exprimé tout à l'heure très clairement en sa qualité de président de la commission des finances. J'interviens pour ma part au nom du groupe de l'Union centriste, pour souligner l'intérêt qu'il porte à l'initiative opportune prise par M. le rapporteur général de la commission des finances et pour saluer l'accueil favorable que lui a réservé M. le secrétaire d'État.

Il s'agit d'un vrai sujet. L'Européen que je suis ne peut pas passer sous silence le fait que cette problématique est typiquement européenne et que nous ne pourrions trouver de solution qu'au niveau européen, sur la base d'un accord franco-allemand. Tout cela est clair, mais mérite d'être répété.

Je ne peux m'empêcher d'établir un rapprochement avec le débat sur la directive Bolkestein, car cette directive portait sur les services et l'amendement de M. Marini vise les services électroniques. Je n'insisterai pas sur cet aspect de la question pour ne pas alourdir notre présent échange de vues.

Pour faire écho aux propos de Mme Procaccia, je dirai qu'il me semble dangereux d'opposer le commerce traditionnel, qui serait considéré comme « ringard », et le commerce électronique, qui serait « moderne ». Le commerce traditionnel peut être absolument moderne, tout comme le

commerce électronique peut s'avérer parfaitement ringard ! Nous devons donc veiller à harmoniser le régime de ces différentes formes de commerce pour éviter de biaiser la concurrence.

J'ajoute enfin que toute taxation se répercute en aval sur le consommateur, ce qu'il ne faut jamais perdre de vue !

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Evidemment !

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. Philippe Leroy, pour explication de vote.

M. Philippe Leroy. - Comme l'ensemble des membres de mon groupe, je reste prudent face à la perspective de création d'une taxe nouvelle, compte tenu des dangers que cette démarche peut comporter. Je souhaite cependant revenir sur l'un des points soulignés par M. le rapporteur général et repris par M. le président de la commission des finances : la matière imposable dont nous parlons est nouvelle et cet argument me paraît fondamental. En effet, il ne s'agit pas de taxer une activité traditionnelle, mais de frapper une base nouvelle, qui ne supporte actuellement aucun impôt.

M. François Marc. - Et la TVA ?

M. Philippe Leroy. - Aucune activité économique ne peut échapper à l'impôt. Je ne vois donc pas pourquoi nous hésiterions aujourd'hui à taxer cette activité nouvelle ; ne pas le faire me paraîtrait même dangereux. Je souhaite donc que le débat qui vient d'être ouvert puisse aboutir rapidement à une conclusion. Ne donnons pas dans la précipitation, afin de limiter les éventuels effets pervers de cette mesure, mais faisons aussi preuve de détermination !

Pourquoi ne pas voter aujourd'hui le principe de cette taxation, en reportant à un décret ses modalités d'application ? Sinon, nous risquons fort d'attendre très longtemps une décision. Je serais donc d'avis que nous votions aujourd'hui une déclaration de principe, qui ne vous gênerait pas pour autant, monsieur le secrétaire d'État, car vous pourriez nous soumettre un projet de décret dans le courant de l'année afin que cette disposition soit effectivement appliquée dès 2012.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. le secrétaire d'Etat.

M. Georges Tron. - Je suis sensible à l'argumentation de M. Philippe Leroy, mais je me permettrai de lui suggérer une autre procédure, même si sa proposition s'inscrit dans la logique défendue par M. le rapporteur général. Puisque nous sommes tous d'accord pour reconnaître l'intérêt de ce sujet et des questions posées, notamment en termes de concurrence européenne, et pour constater qu'une réflexion globale doit être engagée sur la fiscalité, je peux prendre l'engagement, au nom du Gouvernement, de constituer un groupe de travail regroupant des parlementaires, des experts, des entrepreneurs, afin de nourrir une réflexion globale. Nous pourrions ainsi

éviter d'émettre des signaux négatifs, comme l'a souligné Philippe Dominati, tout en fixant un calendrier et des modalités de travail.

Monsieur le rapporteur général, si vous en êtes d'accord, je vous propose donc de constituer ce groupe de travail, afin de développer notre réflexion et de voir si, en fin de compte, nous devons reprendre votre amendement dans sa forme actuelle ou si nous devons intervenir sous une autre forme.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. Jack Ralite, pour explication de vote.

M. Jack Ralite. - Permettez-moi de faire une petite remarque à ce point de la discussion.

Empruntant l'expression à un tiers, j'ai l'habitude de dire que nous avons tous un héritage et que nous devons le défendre, mais que, en même temps, nous devons nous en défendre. Autrement, nous risquons de connaître des retards d'avenir et d'être, comme on dit, inaccomplis. Or, comme le disait René Char, « l'inaccompli bourdonne d'essentiel ».

Mme Marie-Thérèse Hermange. - C'est vrai !

M. Jack Ralite. - A priori, voyant quelqu'un qui avance une proposition respectueuse de cette philosophie qui m'est très chère, j'éprouve un intérêt réel.

Lors d'une réunion culturelle qui se tenait à Avignon, le ministre de la culture, M. Frédéric Mitterrand, disait, dans le même esprit, que, pour inventer du nouveau, il fallait vraiment qu'acteurs privés et publics apprennent à travailler ensemble. Il ajoutait même qu'il faudrait une « sorte de galanterie ».

Avant de débattre d'un sujet aussi important, peut-être faudrait-il que nous nous donnions le temps de travailler, parce que nous ne disposons pas tous de l'outillage nécessaire – M. le rapporteur général en détient une partie, mais c'est son métier ! Nous, nous ne sommes pas complètement outillés pour réagir immédiatement, nous n'avons pas rencontré tous les intéressés.

Même en se limitant au seul secteur de la culture, on ne peut mesurer toutes les conséquences de cet amendement. La technologie est-elle une fatalité ou, puisqu'il s'agit d'une invention humaine, la question n'est-elle pas plutôt de la civiliser et de la maîtriser ? Voilà une vraie question !

Je suis ennuyé de la façon dont la question est posée et dont le débat se déroule. Oui, il faut penser à neuf dans une situation neuve, mais on ne peut le faire qu'au prix d'un travail inouï, parce qu'il est plus difficile de délier que de relier. Il faut donc envisager des structures où le débat démocratique soit possible pour faire progresser la réflexion sur ce type de question.

Dans le cas présent, ce dossier est « piloté » par la commission des finances, mais d'autres commissions, comme celle de la culture, sont également concernées. En effet, cet amendement touche tout un pan de la

culture et je ne pense pas, contrairement à un certain M. Madelin, que les nouvelles technologies sont naturelles comme la gravitation universelle. Elles sont une œuvre humaine et je ne veux pas écarter de ma réflexion les inventeurs pour me limiter aux commerçants.

Un énorme travail reste donc à accomplir. La proposition du Gouvernement présente un intérêt si elle nous donne la possibilité de réaliser ce travail inouï démocratiquement, c'est-à-dire en étendant la réflexion au-delà du cercle restreint d'une seule commission. C'est pourquoi, sur une question comme celle-ci, le groupe CRC-SPG sera amené à s'abstenir.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. le président de la commission des finances.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Ce débat est tout à fait passionnant. Si nous pouvons sortir des clivages traditionnels pour débattre de ces questions majeures dont dépend notre avenir, ainsi que notre capacité à faire face aux missions de service public et à l'exercice des fonctions régaliennes de l'État, nous y gagnerons. Cependant, mes chers collègues, il est quinze heures trente et il va falloir conclure !

Monsieur le secrétaire d'État, le groupe de travail que vous avez évoqué existe déjà au sein de la commission des finances et l'amendement que M. le rapporteur général vient de nous présenter est le fruit de ses premiers travaux. Il pose une question essentielle, car la donne a totalement changé. Il en va de même pour l'architecture de notre fiscalité.

Si le Gouvernement souhaite nous accompagner dans cette réflexion, nous sommes prêts à travailler avec lui.

M. Guy Fischer, président. - La parole est à M. le rapporteur général.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Je voudrais remercier nos collègues qui, dans leur diversité, ont bien voulu s'exprimer et faire part de leurs convictions.

Catherine Procaccia a évoqué ses inquiétudes, je les comprends. Qu'elle me permette néanmoins de lui dire que la très grande inquiétude que nous pouvons tous partager, c'est celle de l'endettement, celle de notre déficit budgétaire.

Nous ne savons pas ce que sera, en 2011, l'évolution de l'économie européenne. Nous ne savons pas ce que seront les contraintes qui, en 2011, nous seront imposées par cette évolution. Nous avons devant nous des périodes difficiles et il va falloir trouver des solutions pour préserver les recettes publiques. C'est incontournable ! Les contraintes d'aujourd'hui sont peut-être légères par rapport à celles qui nous attendent demain et après-demain.

Je pense tout particulièrement – je sais quel est l'engagement de Catherine Procaccia en ce domaine – à la contrainte de financement de la

protection sociale. Il ne suffit pas, de loi de financement de la sécurité sociale en loi de financement de la sécurité sociale, de chercher des recettes de rendement ou des recettes de poche pour les mettre en face d'un déficit galopant. Il y a un vrai problème de structure, un vrai problème de système, et il faudra l'affronter comme il est !

Je rappelle également à notre collègue que les collectivités territoriales n'étaient pas visées par l'amendement présenté, pas plus que les très petites entreprises puisque seules étaient concernées les entreprises dépassant 460 000 euros de chiffre d'affaires.

Je voudrais remercier Jean Louis Masson des appréciations qu'il a bien voulu formuler. Nous le connaissons pour être un homme libre. Son apport au débat est important et mérite d'être pris en considération.

Nous travaillons pour l'équité, nous travaillons pour l'avenir de notre système fiscal. Jean Louis Masson nous a parlé du déficit budgétaire en revenant – il n'était pas là hier soir pour entendre Mme Christine Lagarde – sur la conditionnalité, essentielle, dans le dossier de l'aide à l'Irlande.

Au demeurant, Mme la ministre de l'économie nous a confirmé qu'elle viendrait devant les commissions des finances des deux assemblées avant que soit arrêtée la décision, qui, s'agissant de la mise en œuvre du fonds européen de stabilité financière, doit être prise à l'unanimité.

M. Denis Badré. - C'est une décision intergouvernementale !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Effectivement, la décision doit être prise État par État ; elle n'est pas encore arrêtée et le Gouvernement nous informera des conditions dans lesquelles elle est susceptible d'intervenir.

Par ailleurs, je comprends bien la réaction – j'allais dire spontanée, viscérale – de Philippe Dominati dès qu'il s'agit d'instaurer une taxe nouvelle. Je dirai que j'ai pu avoir la même. J'ai souvent, et pendant des années et des années, répété la même chose. Mais, dès lors que le monde change, la fiscalité doit changer.

Je remercie vivement Nicole Bricq et les membres de son groupe de leur esprit ouvert quant à cette réflexion.

Nicole Bricq a bien voulu nous rappeler la hausse de la TVA sur les offres *triple play*, mais j'ai trouvé – qu'elle me le pardonne – une certaine contradiction interne dans son propos.

Mme Nicole Bricq. - Pourquoi ?

M. François Marc. - Les contradictions sont chez vous !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Nous avons tous nos contradictions. Assumons-les ! Personne n'a le monopole des contradictions ! (Sourires.)

Mme Nicole Bricq. - Et la TVA dans le secteur de la restauration ?

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Nos histoires, aux uns et aux autres, sont complexes et nous devons accepter la contradiction, qui, en quelque sorte, est la vie !

Je remercie vivement Philippe Leroy. Je partage à certains égards son impatience, mais je suis tenu, par la parole que j'ai donnée au Gouvernement, d'entrer dans un processus de réflexion. Celui-ci ne saurait évidemment trop durer. D'ailleurs, nous examinerons, en 2011, un projet de loi de finances rectificative, et ce pourra être le moment d'évoquer des sujets de stratégie fiscale.

Enfin, j'ai écouté avec plaisir le propos de M. Jack Ralite.

J'ai bien noté et je reprendrai, s'il m'y autorise, la citation de René Char : « L'inaccompli bourdonne d'essentiel ». C'est effectivement un très beau propos et une très belle référence.

Quant au fait que la discussion doive être démocratique et ne saurait être le monopole de notre pauvre petite commission des finances, nous sommes d'accord, ô combien, avec notre collègue ! C'est un sujet global. Nous l'avons bien vu puisque, dans cet hémicycle, tous les groupes, toutes les sensibilités, toutes les formations se sont sentis concernés.

Je pense, monsieur le secrétaire d'État, qu'ayant ainsi résumé nos échanges et souhaitant vivement que le groupe de travail dont nous avons parlé se mette en place avec nos collègues députés, je puis retirer mon amendement en remerciant celles et ceux qui ont bien voulu contribuer au débat.

M. Jean-Marc Todeschini. - Tout ça pour ça !

M. Guy Fischer, président. - L'amendement n° I-11 est retiré.

ANNEXE III

COMPTE RENDU DE LA TABLE RONDE SUR LA FISCALITÉ DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE (MERCREDI 18 MAI 2011)

Réunie le mercredi 18 mai 2011 sous la présidence de M. Jean Arthuis, président, la commission des finances a procédé à l'audition conjointe de MM. Gilles Babinet, président du Conseil national du numérique, Claude Boulle, président de l'Union du grand commerce de centre ville, Olivier Esper, directeur des relations institutionnelles de Google France, et Yoram Elkaïm, directeur juridique de Google Europe du Sud, Europe de l'Est, Moyen-Orient et Afrique, Mmes Maxime Gauthier, chef du service de la gestion fiscale, et Maïté Gabet, chef du bureau des affaires internationales à la direction générale des finances publiques (DGFIP), MM. Jean-Michel Hubert, président délégué du comité stratégique pour le numérique auprès du Premier ministre, François Momboisse, responsable de Fnac.com, président de la fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), et Daniel Saada, président de VivaKi France, dans le cadre d'une table ronde sur la fiscalité du commerce électronique.

M. Jean Arthuis, président. – L'ordre du jour appelle une table ronde sur la fiscalité du commerce électronique.

Notre commission a organisé le 7 avril 2010 une première table ronde consacrée à l'impact du développement du commerce électronique sur les finances de l'État. Le débat s'était instauré sur la fuite des assiettes fiscales et le modèle économique des grands acteurs mondiaux du commerce qui ont établi leur siège social dans des Etats à fiscalité basse comme l'Irlande et le Luxembourg. Ce débat, que nous avons porté tout au long de l'année dernière, s'est traduit dans la loi de finances 2011 par deux amendements présentés à l'initiative de notre rapporteur général.

Le premier, adopté en séance, a créé une taxe sur les services de publicité en ligne. A la demande du Gouvernement, son application a été repoussée du 1^{er} janvier au 1^{er} juillet afin de laisser le temps à l'administration fiscale de prévoir les modalités pratiques de mise en œuvre et de prendre les contacts nécessaires avec les professionnels. A un mois et demi de l'échéance, il apparaît urgent de faire le point sur son applicabilité.

Le second amendement visait à établir une taxe sur l'achat de services de commerce électronique (Tascoé), également due par les professionnels. Nous l'avons retiré après que le Gouvernement s'est engagé à lancer une « réflexion globale ».

Les professionnels doivent se saisir de ce sujet, notamment au sein du conseil national du numérique, créé le 27 avril dernier et présidé par M. Gilles

Babinet, qui est aujourd'hui parmi nous, et dont M. François Momboisse, également présent, est membre.

Notre table ronde s'inscrit pleinement dans l'actualité économique et fiscale. En effet, un G8 Internet sera organisé la semaine prochaine en marge du G8. De plus, la proposition de directive relative à l'assiette commune consolidée pour l'impôt sur les sociétés (Accis) au niveau européen a été présentée : est-elle de nature à mieux préserver la territorialité de l'impôt ? Enfin, avec l'essor des transactions électroniques, le problème du recouvrement de l'impôt se pose en Europe comme aux États-Unis.

Comment taxer le commerce électronique ? C'est la question à laquelle je vous remercie de nous aider à apporter une réponse au cours de cette table ronde, déjà devenue un rendez-vous annuel.

Mme Maxime Gauthier, chef du service de la gestion fiscale à la direction générale des finances publiques (DGFIP). – La gestion de cette nouvelle taxe est plus simple qu'on se l'imagine... Rappelons d'abord le droit positif. La taxe sur les services de publicité en ligne, créée par la loi de finances pour 2011, figure à l'article 302 bis KI du code général des impôts. Nous avons à rédiger une instruction fiscale en sachant qu'Internet a un caractère différent, plus créatif et moins normé, que les médias traditionnels.

La taxe est due par l'annonceur, c'est-à-dire par les entreprises françaises qui annoncent sur Internet, quel que soit le lieu où se situent le serveur et son gestionnaire et, *a fortiori*, les lecteurs. Il s'agit des entreprises assujetties à la TVA et, parmi celles-ci, des plus grandes, celles qui relèvent du régime normal de la déclaration « au réel ». Le seuil de chiffre d'affaires à partir duquel une entreprise sera redevable de la taxe est de 777 000 euros pour les activités de vente et revente et de 234 000 euros pour les prestations de services. En dessous de ces montants, les plus petites entreprises relèvent du régime simplifié de déclaration et ne sont donc pas concernées.

Son entrée en vigueur est fixée au 1^{er} juillet de cette année. Elle sera payée pour la première fois en avril 2012, sur le chiffre d'affaires des entreprises pour la période de juillet à décembre 2011.

Le taux est de 1 % du montant hors taxe versé au diffuseur, tel qu'il apparaît sur la facture. Par souci de simplification, il n'y aura pas de déclaration spécifique : elle se fera sur une annexe de la déclaration de TVA, suivant une pratique familière des entreprises.

C'est un impôt autoliquidé : l'entreprise le déclare et fait le chèque à l'administration fiscale. Les grandes entreprises, qui déclarent mensuellement la TVA, le feront avec la déclaration de mars 2012, et les autres avec la déclaration trimestrielle de mars.

L'entrée en vigueur s'effectuant en deux temps, les comptables des entreprises concernées devront incrémenter ces sommes à compter du 1^{er} juillet, la déclaration et le paiement correspondant intervenant en avril

2012. Toutes ces entreprises télédéclarent ; elles ajouteront la taxe à leur télépaiement.

Comme à l'accoutumée, nous accompagnerons toute cette procédure de l'information nécessaire aux entreprises, que l'on pourra consulter sur le site impots.gouv.fr.

M. Jean Arthuis, président. – Cet exposé est parfaitement clair : tout cela s'enclenche comme un mécanisme d'horlogerie...

M. François Momboisse, responsable de Fnac.com, président de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD). – La question était l'an dernier de savoir comment faire pour que les entreprises du e-commerce contribuent aux finances publiques. Elles le font à travers la TVA et l'impôt sur les sociétés. Avec la nouvelle taxe, les premiers à quitter la France seront les plus gros annonceurs, soit cinq cents entreprises qui représentent la moitié du secteur, soit un milliard d'euros de chiffre d'affaires sur deux milliards. Ils échapperont légalement à une taxe d'une complexité effroyable et d'un rendement médiocre – seulement 10 millions d'euros. Des entreprises nous interrogent déjà : une annonce pour recruter un collaborateur serait taxée sur Internet et pas quand elle passe sur un journal... A six semaines de son application, on manque de beaucoup d'informations, et il n'y aura qu'une instruction fiscale.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – C'est une plaisanterie. Une instruction, c'est mieux qu'un décret. Et un décret, mieux qu'une loi !

M. François Momboisse. – La publicité sur Internet a toujours été extrêmement fluctuante et de nouvelles formes vont apparaître. A chaque fois, il faudra revenir sur l'instruction. Quelle complexité ! Il y a de meilleurs outils. Je pense au vote de la loi sur le prix unique du livre numérique qui vient d'intervenir à l'Assemblée nationale. Bien sûr, ce dossier ne sera pas facile à défendre à Bruxelles, mais le ministre de la culture s'y est engagé. Il faut une législation européenne. Voilà une voie plus prometteuse qu'une taxe qui ne touchera que les entreprises établies en France – certaines entreprises regrettent déjà d'avoir installé leur siège chez nous.

M. Jean Arthuis, président. – Nous avons un vrai sujet luxembourgeois sur les produits immatériels, en matière de TVA.

M. François Momboisse. – La dérogation va durer jusqu'en 2015.

M. Jean Arthuis, président. – Pour quelles contreparties ?

M. François Momboisse. – La taxe que vous venez d'instituer sur la publicité en ligne va entraîner un risque de délocalisations.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – A vrai dire, elle est conçue pour faire du bruit. Nous l'avons fait en toute connaissance de cause. Quant aux délocalisations, une taxe de 1 % ne concernant que les relations entre professionnels ne devrait pas les accélérer beaucoup.

Je ne nie pas qu'il y ait antinomie entre des groupes qui peuvent optimiser et des petites et moyennes entreprises, bien sûr, et notre démarche a le mérite de la faire apparaître. La prise de conscience doit être collective car on ne peut se satisfaire du *statu quo*. C'est une affaire d'équité : pourquoi Internet serait-il épargné par une taxe qui s'applique à la télévision ou aux journaux gratuits ? Je souligne ici l'intermodalité de la publicité et la nécessité d'une neutralité de la fiscalité quel que soit le support – nous reviendrons tout à l'heure sur l'optimisation territoriale.

M. François Momboisse. – C'est le plus important....

M. Jean Arthuis, président. – On peut toujours créer une filiale dont le chiffre d'affaires sera inférieur au seuil de taxation – à moins que vous ne taxiez les groupes ?

Mme Maxime Gauthier. – Pas à ce stade.

M. Jean Arthuis, président. – Les mailles du filet sont donc assez larges...

M. Joël Bourdin. – L'assiette réside dans la relation d'entreprise à entreprise. S'agit-il bien de *business to business (B to B)*, et non de *business to consumer (B to C)* ?

M. Jean Arthuis, président. – Il s'agit bien de *business to business*, mais c'est le consommateur qui paye *in fine*.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – La taxe se répercutera en effet sur le prix.

M. Olivier Esper, directeur des relations institutionnelles de Google France. – Je vous remercie de m'avoir invité pour la deuxième fois. Quel chemin parcouru depuis l'an dernier ! Google est un acteur important du secteur. Nous avons annoncé le 12 mars notre volonté d'une forte présence en France, où la contribution de Google dépasse le seul champ de la fiscalité pour stimuler tout l'écosystème.

M. Yoram Elkaïm, directeur juridique de Google Europe du Sud, Europe de l'Est, Moyen-Orient et Afrique. – Google a décidé de s'implanter en Europe. Son siège de Dublin rayonne sur l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique. Nous aurions pu – Internet le permet en théorie – centraliser notre activité en un lieu unique mais nous avons fait un autre choix. Nous employons un millier de salariés en Irlande, dont beaucoup de Français. L'Europe attire des entreprises innovantes, il faut s'en féliciter. S'agissant de la structure du groupe, l'administration fiscale a eu l'occasion de se convaincre qu'il n'y a pas de perte de TVA pour la France.

M. Jean Arthuis, président. – Le *B to B* est neutre, mais le problème demeure pour les ventes aux particuliers.

M. Yoram Elkaïm. – Nous voulons rester compétitifs sur un marché très concurrentiel où les géants d'aujourd'hui peuvent devenir les nains de demain. L'optimisation fiscale permet d'investir davantage en recherche-

développement, en implantation locale, en innovation, ce qui favorise l'écosystème économique et la croissance en France.

M. Olivier Esper. – Nous avons choisi d'investir en France. Le centre R&D annoncé en septembre est déjà opérationnel. Google, qui met ses compétences technologiques au service de projets, développe un partenariat avec cinq laboratoires du CNRS dans le domaine de l'optimisation des mathématiques et des *digital humanities*. Nous accueillons également sur notre campus des *start-up*, chaque promotion bénéficiant d'un *coaching* durant six mois. Nos effectifs en France se développent...

M. Jean Arthuis, président. – Combien de salariés ?

M. Olivier Esper. – Trois cents.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Des commerciaux, les voitures pour les photographies...

M. Olivier Esper. – Pour Google Maps, en effet. Nous comptons de plus en plus d'ingénieurs et de commerciaux. Les effectifs vont doubler d'ici deux ans. Nous allons créer un Googleplex.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – La recherche-développement est-elle comprise dans le doublement de vos effectifs ?

M. Olivier Esper. – Tout à fait. Selon une étude du cabinet McKinsey, l'Internet représente aujourd'hui en France 3,2 % du PIB, 60 milliards de chiffre d'affaires, 1,5 million d'emplois. D'ici 2015, nous serons passés à 5,5 % du PIB et 450 000 nouveaux emplois seront créés. Il représente un accélérateur de croissance pour les très petites entreprises. Parmi d'autres *success stories*, je ne citerai que « Pecheur.com », une entreprise installée à Gannat, en Auvergne, qui, avec trente-et-un collaborateurs, réalise en 2011 un chiffre d'affaires 2000 fois supérieur à celui de 2002.

M. François Momboisse. – J'ajoute que 52 % des PME allemandes et anglaises utilisent Internet, contre seulement 26 % en France.

M. Olivier Esper. – Il y a donc des marges de progression. Avec l'opérateur SFR et l'entreprise marseillaise Oxatis, nous voulons permettre aux PME de créer leur site gratuitement en une vingtaine de minutes. Des dizaines de milliers d'entreprises pourront s'équiper d'ici l'année prochaine.

Indépendamment de la question fiscale, Internet est créateur de valeur nette. Pour atteindre l'objectif de 7 % du PIB comme cela est déjà le cas au Royaume-Uni, il faudrait que le politique libère le potentiel d'Internet en France.

M. Jean Arthuis, président. – Il ne s'agit pas d'enrayer la progression d'Internet mais de la rendre compatible avec l'équilibre des finances publiques.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Pourquoi la contribution d'une branche d'activité ne serait-elle pas proportionnelle à sa part de PIB ?

Nous sommes ravis du développement d'Internet : montrez-nous les entreprises qui n'en profitent pas. Compte tenu de certains retards plus comportementaux que structurels, la France est un marché très porteur, donc attractif.

M. Jean Arthuis, président. – Internet est supranational quand les fiscalités restent nationales, d'où l'optimisation....

M. François Marc. – Vous nous expliquez que la France tire bénéfice de la venue de Google, mais une entreprise s'implante quand elle y a intérêt. Qu'auriez-vous fait si vous n'étiez pas venus chez nous ?

M. Yoram Elkaim. – Il est possible, en théorie, d'exercer une activité similaire à distance. Nous tirons parti des compétences où elles se trouvent. Or, la France présente des atouts dans le domaine de l'éducation et des infrastructures.

M. Daniel Saada, président de Vivaki France. – Filiale discrète de Publicis, Vivaki France forme une structure mondiale regroupant le conseil aux annonceurs et l'achat en numérique. Notre président, Maurice Lévy, a pris cette décision en 2008. Vivaki constitue l'un des plus gros partenaires de Google en France et dans le monde. D'autres intervenants ayant déjà évoqué la démarche entrepreneuriale, je voudrais d'abord donner quelques chiffres sur le marché de la communication, qui regroupe aussi bien l'événementiel, le *corporate*, et les salons qu'Internet. Il faut savoir que les entreprises sont appelées à faire des arbitrages sur leur budget de communication. Avec 30 milliards d'euros, ce marché représente 1,57 % du PIB, contre 2 % en 2002, ce qui est regrettable, compte tenu de la forte corrélation entre dépense publicitaire et croissance. D'après France Pub, sur ce total, le marché des médias représente 10 milliards d'euros soit 30 % des sommes dépensées en communication. Il faut comparer cette proportion aux 50 %, voire aux 60 % observés dans des pays comparables. Nous sommes à 0,47 % du PIB contre 0,89 % aux États-Unis, 0,75 % au Japon et 0,58 % en Italie qui a très tôt libéré les médias et les chaînes locales. La Chine, naguère absente du classement, est déjà à 0,45 % et devrait s'inscrire parmi les grandes nations dans les trois prochaines années...

Une thèse soutenue il y a cinq ans à Paris-Dauphine a démontré avec force la corrélation entre investissement publicitaire et croissance de l'économie.

M. Jean Arthuis, président. – Avec la mondialisation, vous pouvez, en investissant dans la publicité en France, créer des emplois en Chine...

M. Daniel Saada. – Nous parlons ici d'investissements publicitaires dans le monde. La France, qui se plaçait au cinquième rang mondial, était au sixième en 2010 et sera au huitième en 2013. Le Brésil, l'Argentine l'auront doublée tandis que l'Afrique du Sud renforce sa présence sur ce marché.

En France, Internet représente 12 % des investissements publicitaires dans les médias ; la moyenne mondiale s'établit à 14 % et devrait atteindre

18 % dans deux ans. Il incombe donc au législateur et aux acteurs économiques de favoriser l'essor d'une activité source de croissance économique et d'emplois.

Internet est un média *sui generis*, qui enrichit les médias classiques. C'est le seul à la portée des TPE et des PME, grâce à son faible coût d'accès. D'où l'apparition d'un marché local très créateur d'emplois. Je l'ai constaté avec une entreprise proposant des kits à cent euros par mois aux entreprises souhaitant utiliser ce moyen de communication.

Pour ces raisons, nous sommes très réservés face à toute taxation spécifique. Le rapporteur général estime presque déontologiquement impératif d'imposer à Internet des prélèvements analogues à ceux opérés sur les autres médias. Soit, mais pourquoi ne pas exonérer tout le monde ?

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Il faudrait trouver de l'argent ailleurs. Nous ne pouvons faire de cadeaux fiscaux !

M. Daniel Saada. – Les investissements publicitaires sur Internet favorisant la croissance, le rendement de la fiscalité ordinaire en profitera.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Ce *lobbying* catégoriel est légitime, mais l'intérêt général ne se réduit pas à la somme des intérêts particuliers.

M. Daniel Saada. – Pourquoi ne demandez-vous pas au président de L'Oréal ce que la publicité apporte à la croissance de ses ventes ?

M. Jean Arthuis, président. – Nous nous intéressons surtout à la production. Or, les plus grandes campagnes de publicité sont payées par ceux qui, ayant délocalisé leur production, disposent des marges les plus élevées.

M. Daniel Saada. – Oui, mais entraver le développement des entreprises françaises ne compensera pas la délocalisation des autres. On pourrait s'y prendre autrement.

M. Jean Arthuis, président. – Que proposez-vous ?

M. Jean-Pierre Fourcade. – Il faudrait une TVA spécifique.

M. Daniel Saada. – L'approche doit se situer au moins à l'échelle européenne.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – La notation AAA s'applique non à l'Europe, mais à la France et l'Allemagne. C'est elle qui leur permet, par exemple, de soutenir l'Irlande à bout de bras.

M. Daniel Saada. – La taxe sur la publicité en ligne ne va pas sauver l'Irlande... En revanche, elle réduira la compétitivité des seules entreprises françaises, qui subissent déjà des prélèvements obligatoires atteignant 17 % du PIB, contre 12 % en Allemagne.

Pour faire rentrer de l'argent, je suggère que les éditeurs de contenu contribuent à financer les investissements techniques indispensables pour

éviter l'engorgement d'un réseau où le trafic double de volume tous les deux ans. On pourrait instituer un droit de péage. Je suggère de suspendre la mise en œuvre de la taxe, pour réfléchir très vite à ce péage, dans le cadre du nouveau conseil national du numérique.

M. Jean Arthuis, président. – M. Gilles Babinet, président de ce conseil, reviendra sur ce sujet. Pour le moment, parlons de Google et de sa créativité fiscale, associant le *Double Irish* au *Dutch Sandwich*.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Le *Double Irish* est un montage d'optimisation fiscale qui combine le droit de la propriété intellectuelle et la fiscalité. Il est donc principalement utilisé par des entreprises détenant des brevets dans le domaine pharmaceutique ou les nouvelles technologies, comme Google, Facebook ou Microsoft.

Le montage est le suivant : la société de droit américain Google US Inc. concède ses droits de propriété intellectuelle à Google Ireland Holdings, une société de droit irlandais située aux Bermudes. En contrepartie, celle-ci verse à Google US Inc. une redevance calculée pour limiter la charge fiscale aux États-Unis. Il semble qu'en 2006, le fisc américain ait approuvé le montant de ce prix de transfert.

Le « centre de management effectif » de Google Ireland Holdings étant situé hors du territoire irlandais, cette société est exemptée d'impôt sur les bénéfices en Irlande. D'autre part, elle est la société-mère d'une filiale Google Ireland Ltd., installée à Dublin, qui y emploie 2 000 personnes. Celle-ci est concessionnaire des droits de propriété intellectuelle détenus par sa société-mère, en contrepartie d'une redevance avoisinant les 5,4 milliards de dollars. Google Ireland Ltd. réalise 88 % du chiffre d'affaires non-américain de Google, soit environ 11 milliards de dollars.

La redevance payée par Google Ireland Ltd. constitue une charge fiscalement déductible pour cette société. En outre, les redevances liées à l'exploitation d'un droit de propriété intellectuelle sont totalement exemptées d'imposition en Irlande lorsqu'elles sont transférées à l'extérieur du pays vers un Etat membre de l'Union européenne. C'est ici qu'intervient le *Dutch Sandwich*, puisqu'une société néerlandaise s'interpose entre les deux sociétés de droit irlandais : la redevance transite par la Google Netherlands Holdings, dont c'est la seule fonction.

Au total, 99,8 % des bénéfices réalisés à Dublin seraient ainsi perçus par Google Ireland Holdings, sise aux Bermudes... où les bénéfices ne sont pas imposés.

Une difficulté ultime persiste toutefois : les bénéfices rapatriés aux États-Unis depuis les Bermudes sont imposés au taux ordinaire de 35 %. L'administration Bush avait appliqué en 2005 une imposition exceptionnelle de 5 % pour les bénéfices rapatriés de l'étranger ; cette opération avait permis le retour de 300 milliards de dollars, apportant 15 milliards de recettes fiscales. Google et d'autres entreprises américaines attendent aujourd'hui une

mesure similaire pour effectuer un nouveau rapatriement. D'après Bloomberg, les bénéfices accumulés dans les paradis fiscaux atteindraient 2 000 milliards de dollars, mais la traçabilité des bénéfices est pour le moins incertaine, puisque les sociétés des Bermudes ne publient aucune comptabilité...

Nous vivons ainsi dans un monde d'hypocrisie, où l'on parle de soutien aux entreprises, de croissance, de recherche-développement, mais où les bénéfices des firmes multinationales sont quasiment exonérés d'impôt. Elles peuvent donc être généreuses, soigner leurs relations publiques et faire vivre de nombreuses personnes, mais les Parlements européens ne peuvent s'en satisfaire.

M. Jean Arthuis, président. – Cette forme de mondialisation met les organismes étatiques à rude épreuve. L'exposé du rapporteur général est-il véridique ?

M. Yoram Elkaïm. – Il y a du juste dans ce qui a été dit. La compétition, mais aussi leur devoir vis-à-vis des actionnaires, impose aux entreprises d'optimiser leurs charges et leurs revenus, mais aussi d'investir. Les réinvestissements opérés par Google ne sont pas infimes par rapport à ses revenus. Au demeurant, le taux global d'imposition de Google est évalué à 24 %. Il n'y a donc pas d'exonération fiscale. Enfin, les mécanismes décrits n'ont rien d'occulte. On peut les déplorer ou les saluer, mais il n'y a là aucune tricherie.

M. Jean Arthuis, président. – Je ne l'ai pas prétendu. Le cadre national est bien étroit face à de tels enjeux, mais il reste que l'exercice décrit à des limites, car certains États vont s'effondrer et l'on connaîtra des troubles sociaux.

M. Jean-Pierre Fourcade. – Nous entendons souvent dire qu'en l'absence d'impôt, la croissance serait formidable et le bonheur général. Mais c'est une utopie. Monsieur Daniel Saada établit un lien direct entre l'investissement publicitaire et la création d'emplois. Je pense qu'un effet d'entraînement existe pour les importations. À ce propos, sait-on si la proportion de produits importés n'est pas plus grande dans le e-commerce que dans le commerce physique comme les grandes surfaces ?

Vous dites que taxer la publicité serait attentatoire à la croissance. Peut-être, mais où la fiscalité peut-elle être appliquée correctement ? Je penche pour la TVA.

M. Jean Arthuis, président. – C'est la ressource fiscale la moins délocalisable.

Mme Nicole Bricq. – Par nature, l'immatériel n'est que difficilement localisable. D'où le rôle des paradis fiscaux dans l'efficacité économique de ce secteur. Je souhaite savoir quels impôts les sociétés représentées aujourd'hui payent en France. Bénéficient-elles du crédit d'impôt recherche ? À en croire l'*Index du secret financier* publié en 2009, les Bermudes constituent l'un des trois États les plus opaques au monde.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Ils offrent un refuge à tout, pas seulement à l'argent honnête.

M. Albéric de Montgolfier. – Monsieur Yoram Elkaïm, pourriez-vous décomposer par pays la taxation de 24 % que vous avez mentionnée ? Inclut-elle l'impôt sur les sociétés, les charges sociales, d'autres prélèvements ?

Je crains une fracture entre des PME domestiques, soumises à la taxe sur la publicité, et des groupes internationaux comme L'Oréal. Pour moi, telle est la véritable interrogation suscitée par la « taxe Google », que j'ai votée sans conviction.

M. Joël Bourdin. – Monsieur Daniel Saada, la corrélation économique entre l'investissement publicitaire et la croissance n'autorise pas à ériger le premier en facteur principal de la seconde.

M. Daniel Saada. – Bien sûr, mais il y contribue.

M. Joël Bourdin. – Madame Maxime Gauthier, mettre en ligne un catalogue pour vendre ses produits est-il constitutif d'une publicité ?

Mme Maxime Gauthier. – L'instruction fiscale n'est pas encore parue, mais vendre ses produits sur son site n'est pas faire de la publicité.

M. Jean Arthuis, président. – Et le recours à un site support ?

Mme Maxime Gauthier. – Je doute que ce soit considéré comme tel dans l'instruction fiscale. La publicité payante semble seule devoir être visée.

M. Jean Arthuis, président. – Le critère serait donc l'existence de factures.

Mme Maxime Gauthier. – À condition de mentionner un acte publicitaire, pas une prestation technique.

M. Claude Boule, président de l'Union du grand commerce de centre ville. – Est-ce que les mots-clés vont constituer des assiettes ?

Mme Maxime Gauthier. – L'instruction n'étant pas rédigée, je suis également là aujourd'hui pour recueillir vos questions et vos remarques.

M. Claude Boule. – Nous sommes juste à quelques semaines de l'entrée en vigueur de la taxe et nous ne savons pas encore ce qu'est l'assiette !

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Cette question relève de l'administration fiscale, le vote du Parlement est intervenu en temps et en heure.

M. Jean Arthuis, président. – Les déclarations ne seront remplies qu'en avril 2012.

Mme Maxime Gauthier. – Oui, mais nous informerons les opérateurs bien plus tôt.

M. Yoram Elkaïm. – Pour répondre à Monsieur Albéric de Montgolfier, je dois effectuer quelques recherches. Google France acquitte l'impôt sur les sociétés en France. Ses revenus sont ceux reversés par Google Irlande au titre de sa contribution à l'activité du groupe : ce sont les prix de transfert.

M. Jean Arthuis, président. – Nous retrouvons la problématique des prix de transfert, donc de leur montant.

Mme Nicole Bricq. – On remonte...

M. Philippe Marini, rapporteur général. – On remonte jusqu'aux Bermudes, où tout s'arrête.

Mme Nicole Bricq. – En France, ne bénéficiez-vous pas de généreuses niches fiscales et notamment du crédit d'impôt recherche ? Je repose ma question car vous n'y avez pas répondu. Sans mettre en cause la légalité de vos pratiques et de votre modèle économique, je souhaite la transparence pays par pays, afin que l'on sache ce qui monte et ce qui reste.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Le problème se pose dans les pays de consommation en Europe, mais aussi dans les pays « sources » comme les États-Unis. La situation actuelle ne peut être pérenne car les bénéfices ne remontent pas à la maison mère et restent bloqués dans des paradis fiscaux.

M. Jean Arthuis, président. – La dette américaine de 16 000 milliards de dollars et le déficit de 1 500 milliards imposeront un changement d'attitude.

M. François Momboisse. – Les paradis fiscaux sont un vrai sujet mais n'ont rien à voir avec la situation des PME françaises du e-commerce.

M. Jean Arthuis, président. – Que les grandes sociétés mondiales qui se drapent dans l'éthique renoncent aux paradis fiscaux ! Nous leur ferons de la publicité ! Il pourrait y avoir un label pour cela.

M. Gilles Babinet, président du Conseil national du numérique. – Le slogan de Google est « *Don't be evil* ! » : « Ne soyez pas malveillants ! »

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Il y a une référence à la morale. Il faudrait la pratiquer.

M. Olivier Esper. – Au plan éthique, Google défend la liberté d'expression, qui gêne bien des régimes autoritaires. D'autre part, cette société doit préserver sa capacité d'investissement.

M. Jean Arthuis, président. – Tout cela est très juste, mais les avocats qui ont élaboré ce modèle fiscal ont été très imaginatifs... Au demeurant, ce sujet relève pratiquement du G 20.

M. Gilles Babinet. – Je suis ici pour défendre, non une corporation, mais l'intérêt général, ce que j'ai déjà fait par le passé lorsque j'ai consacré une année à l'Institut Montaigne pour travailler sur la compétitivité.

Le secteur du numérique a créé en France quelque 700 000 emplois, ce que l'industrie automobile n'a jamais fait, même au temps de sa splendeur dans les années soixante. Qui plus est, il s'agit d'emplois hautement qualifiés, pérennes et durablement installés dans notre pays, souvent dans des PME à fort taux d'exportation. Aujourd'hui, un euro investi sur Internet augmente le PIB de deux euros. Nous avons un enjeu de compétitivité et de croissance majeur pour la Nation.

La véritable question est donc de savoir comment créer pour cette industrie un environnement qui permette d'améliorer significativement le sort de nos concitoyens, la croissance et la situation de nos finances publiques.

M. Jean Arthuis, président. – Quelle fiscalité proposez-vous pour le commerce électronique ?

M. Gilles Babinet. – Les PME acquittent déjà la TVA, les charges sociales et l'IS. Les entreprises dont nous parlons réinvestissent massivement leurs bénéfices et renforcent leurs fonds propres, évitant ainsi une faiblesse structurelle de notre tissu économique. Créer une taxe verticale irriterait les entrepreneurs, qui auraient l'impression d'être persécutés. Mieux vaut les soumettre au droit fiscal commun, sans discrimination. Je suggère d'adresser un signal clair à ces industries, qui créent beaucoup d'emplois.

Je suis très sensible à l'évasion fiscale au sein de l'Union européenne *via* le Luxembourg ou l'Irlande. *A fortiori*, l'évasion fiscale aux Bermudes crée une distorsion fondamentale de concurrence.

Au demeurant, j'estime que de nombreux biais permettront aux entreprises d'esquiver la taxe sur la publicité.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Elle n'est donc pas redoutable !

M. Gilles Babinet. – Les entrepreneurs ne payeront pas votre taxe mais ils en seront néanmoins irrités.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Les Français sont en permanence irrités !

M. Gilles Babinet. – Il est normal d'acquitter la fiscalité de droit commun. Pas une taxe spécifique.

M. Jean Arthuis, président. – Les moyens d'évasion fiscale ne manquent pas. On peut ainsi créer une filiale dont le chiffre d'affaires serait suffisamment bas pour échapper à la taxation. D'autre part, les prestations immatérielles assurées depuis le Luxembourg sont taxées à 15 % pour le Grand-Duché, qui garde la TVA grâce à une dérogation. Amazon et e-Bay sont installés au Luxembourg...

Mme Maïté Gabet. – Après la Seconde Guerre mondiale, il a été décidé que les firmes multinationales seraient taxées dans leur pays de résidence. La France pensait alors percevoir l'impôt sur nombre de ces sociétés. Avec la mondialisation, ces firmes se localisent où elles veulent,

mais la France a signé plus de cent conventions fiscales consacrant ce principe.

Celui-ci a d'ailleurs été repris par l'Union européenne, qui n'a jamais harmonisé la fiscalité directe en son sein. Il y a une quinzaine d'années, certains journaux proclamaient que la compétition fiscale serait bonne pour la croissance.

Il n'y a pas de solution générale et simple à la fois, mais la problématique est incontestablement communautaire. Au demeurant, le régime de la TVA est meilleur en Europe que celui de la *sales tax* aux Etats-Unis qui est plus archaïque. Ainsi, lorsqu'Amazon vend un livre en France, la TVA correspondante est perçue dans l'Hexagone en ce qui concerne la livraison des biens. En revanche, la *sales tax* peut fort bien échapper à l'État de consommation outre-Atlantique, puisqu'elle est payée uniquement par les entreprises physiquement implantées. Et comme il n'a pas été mis en place de système de représentant fiscal, le vendeur situé dans un autre Etat échappe à l'impôt de consommation.

Mme Nicole Bricq. – Ils ont le Delaware.

Mme Maïté Gabet. – Pas seulement, cela concerne de nombreux Etats américains. En matière d'impôt sur les sociétés, la réponse ne peut être que communautaire : c'est le projet Accis. Une réponse purement française serait impossible d'un simple point de vue technique.

M. Jean Arthuis, président. – Dont la mise en œuvre serait optionnelle !

Mme Maïté Gabet. – En effet, la liberté de circulation et d'établissement au sein de l'Union européenne fait obstacle à toute initiative purement nationale.

Mme Nicole Bricq. – Le commissaire européen à la fiscalité a insisté sur le *distinguo* entre biens et services. Le commerce électronique relève-t-il des biens ou des services ?

Mme Maïté Gabet. – Des deux. Le e-commerce vend des biens et des services, mais avec des régimes de TVA différents. C'est de là que vient le problème.

M. Jean Arthuis, président. – Le livre matériel est soumis à la TVA de 5,5 % ; le livre numérique étant un service, la TVA à 19,6 % est applicable.

M. Denis Badré. – Le livre est un bien mais sa fourniture est un service. La situation est analogue dans un restaurant, qui vend de l'alimentation – donc un bien – et fournit une prestation de service complémentaire.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – C'est pour cela qu'il nous faut un taux intermédiaire !

Mme Maïté Gabet. – Je pense que la problématique est celle de la taxation des résultats et de leur localisation. La question des prix de transfert revient à se demander ce que l'on taxe réellement. Il y a l'incorporel – les brevets –, la consommation et les prestations.

Le débat sur les prix de transfert est donc connu mais il est difficile à résoudre car il oppose un pays isolé à une entreprise disposant de filiales par centaines ! Le projet de directive ACCIS tente au moins d'organiser une approche européenne pour lutter contre les délocalisations entre pays de l'Union européenne.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Je voudrais savoir si l'administration fiscale française a eu à approuver un niveau de prix de transfert entre territoires dans le cadre du groupe Google. Des échanges d'informations sont-ils organisés avec vos homologues de l'Union européenne pour traiter l'implantation de firmes multinationales ?

Mme Maïté Gabet. – En matière de rescrit fiscal, c'est-à-dire d'accord préalable sur des prix de transfert, il n'y a pas eu de rescrit pour le groupe évoqué. Concernant la seconde question, des audits conjoints sont réalisés au sein de l'OCDE.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – L'un d'eux a-t-il concerné Google ?

Mme Maïté Gabet. – Je l'ignore, mais pourquoi pas ?

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Il faudrait que nous soyons informés sur ce point.

Mme Maïté Gabet. – Nous reviendrons vers vous sur ce sujet. ACCIS tend à régler la problématique des prix de transfert au sein de l'Union européenne, avec une base connue sur son territoire, déclarée en un lieu unique, la répartition géographique du produit de l'impôt intervenant ensuite en fonction de critères précis.

M. Jean Arthuis, président. – L'Europe progresse plus vite pour le calibrage des pommes que pour la convergence fiscale.

M. Claude Boule. - Jusqu'ici, nous avons parlé de Google et de quelques autres grandes sociétés, pas du commerce électronique pratiqué par la grande majorité des entreprises. Je le constate, sans négliger l'inquiétude légitime suscitée par les délocalisations fiscales.

Le commerce électronique s'est développé autour de quelques *pure players* ou de produits techniques comme les voyages. Mais les principaux acteurs - eBay, Amazon, Fnac.com, Cdiscount, Priceminister, etc - ne sont plus que la partie émergée de l'iceberg, et l'on compte désormais 80 000 sites en France. On observe depuis cinq ans une convergence des modèles entre *pure players* et réseaux traditionnels, magasins en dur et succursalistes, qu'il s'agisse des catalogues, des prix ou de la mise à disposition des produits. Chez Toys R'Us ou Castorama, le consommateur est ainsi invité à venir

récupérer en magasin le produit réglé en ligne. C'est le cas également d'un groupe de vingt libraires de l'Est parisien, qui ont créé, avec succès, un portail de vente en ligne. La Fnac fait 10 % de son chiffre d'affaires sur Internet, mais le consommateur va chercher le conseil, et souvent le produit, en magasin. Idem chez Darty.

M. Jean Arthuis, président. – Quelle fiscalité pour l'e-commerce ?

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Est-il normal que l'e-commerce ne soit pas soumis à l'équivalent de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom), qui est une charge lourde et pénalisante pour les petites entreprises ?

M. Claude Boule. – Un livre blanc a été publié sur la fiscalité du commerce en France. La tendance est de faire payer davantage le commerce *via* des taxes spécifiques, comme la Tascom, ou sectorielles, comme la contribution à la pêche durable, dite « taxe poisson » ou la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE). Nous ne sommes pas en mesure de vous proposer des pistes pour taxer ces nouvelles formes de commerce. Le commerce devient multi-canal, tous les opérateurs se dotent de sites Internet. Compte tenu des taxes sur l'outil de travail - Tascom, mais aussi taxe sur l'enlèvement des ordures ménagères, taxe foncière, part foncière de la nouvelle contribution économique territoriale - il est difficile d'investir, notamment en centre-ville. D'où le développement du commerce électronique. Taxer le commerce électronique, c'est taxer le commerce. Si l'on recherche des recettes supplémentaires, ne vaut-il pas mieux augmenter la TVA ou utiliser l'impôt sur les sociétés ?

M. Jean Arthuis, président. – L'assiette de l'impôt sur les sociétés est délocalisable. Seule la consommation ne l'est pas.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Les élus locaux sont attentifs à l'assiette de la Tascom, qui fait partie des recettes venant en compensation de la suppression de la taxe professionnelle. Un supermarché y est assujéti pour sa surface de vente. Mais *quid* du cas où la commande est passée et réglée sur Internet, et où le client se déplace pour récupérer son colis ? L'entrepôt dédié au stockage des produits, dans lequel le public ne pénètre pas, est-il taxable à la Tascom ou non ? Et s'il ne l'est pas, est-ce équitable ?

M. Claude Boule. – L'entrepôt n'est pas une surface de vente, il n'y a pas de contact avec le consommateur.

M. Jean Arthuis, président. – Le contact se fait sur Internet.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Et à l'extérieur de l'entrepôt, où l'on remet sa commande au client.

M. Jean Arthuis, président. – Si l'on taxe la logistique, elle se délocalisera au Luxembourg ! Ces taxes polluent notre système fiscal. Il serait bien plus simple de leur substituer la TVA.

M. Claude Boule. – Les *pure players* installent des boutiques ou des *showrooms* en centre-ville ou dans les centres commerciaux, afin de montrer leurs produits et établir un contact physique avec les consommateurs. La convergence avec les acteurs traditionnels est une réalité physique, commerciale et professionnelle. Ces surfaces-là sont bien assujetties à la Tascom et aux autres taxes liées à la surface et à la valeur cadastrale.

M. Joël Bourdin. – L'évolution technologique de la distribution est rapide. Les sites de vente en ligne souhaitent permettre au client de voir la marchandise : c'est ainsi que Pixmania a multiplié les magasins dans Paris. C'est une synthèse entre e-commerce et commerce de ville.

M. Jean Arthuis, président. – La taxe sur les services de publicité en ligne, que nous avons votée dans la loi de finances pour 2011, entrera en vigueur au 1^{er} juillet 2011. Tout est réglé comme du papier à musique, nous affirme Madame Gauthier. Les acteurs économiques, en revanche, estiment que la législation sera facile à contourner. Sur l'assiette de l'impôt sur les sociétés, les montages imaginatifs rendent dérisoires les décisions que nous prenons au plan national. Faut-il taxer les entreprises ou la consommation ? Quelle fiscalité pour le commerce électronique ?

M. Jean-Michel Hubert, président délégué du comité stratégique pour le numérique auprès du Premier Ministre. – Mon rapport au Premier Ministre portait sur l'Europe numérique. Je n'y ai pas spécifiquement analysé la question du commerce électronique, mais le cadre dans lequel se développent les activités numériques en Europe, face à la concurrence américaine et asiatique.

M. Jean Arthuis, président. – Pouvez-vous synthétiser les enseignements de votre rapport ? On sait qu'il y a dans le numérique des potentialités considérables. Le souci du législateur est d'élaborer une fiscalité équitable, lisible, applicable, qui contribue à l'assainissement des finances publiques. Or les évasions d'assiette, les optimisations fiscales sont favorisées par la mondialisation.

M. Jean-Michel Hubert. – J'ai conduit mon analyse il y a un an, au moment où les institutions européennes élaboraient l'agenda numérique européen. Parmi les initiatives phares du programme de l'Union européenne figurent l'innovation, l'industrialisation et le numérique. Or il n'y a pas entre les trois de liaison suffisante pour donner une cohérence à un domaine pourtant stratégique.

On distingue quatre secteurs : les équipementiers, les opérateurs, les activités d'intermédiaire et de service, les créateurs de contenus. Dans le secteur des opérateurs et des créateurs de contenus, l'Union européenne est en position de force. En revanche, les équipementiers sont majoritairement asiatiques : la part des entreprises chinoises dans les exportations mondiales est passée de 6 % à 35 % en cinq ans. Dans le secteur des activités intermédiaires et de services, on assiste à une déferlante américaine. L'Europe apparaît comme un marché de consommateurs, face à des exportations venant

d'Asie et des services venant des États-Unis. Dans son rapport, Mario Monti lève un tabou en osant parler de politique industrielle : si l'on veut un marché ouvert, il ne doit pas être désarmé !

Quelques mois après mon rapport, les constats viennent confirmer mes observations. Les États-Unis consacrent à leur programme de recherche numérique 55 milliards de dollars par an ; l'Europe, 22 milliards d'euros. Neuf des dix plus grandes entreprises qui investissent dans la recherche sont américaines.

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Suivez-vous des dossiers ou des initiatives particulières dans le cadre de l'emprunt national ?

M. Jean-Michel Hubert. – Sur les 4,5 milliards du grand emprunt, deux milliards seront consacrés aux opérations d'investissement, essentiellement sur la fibre optique.

M. Jean Arthuis, président. – Bref, le consommateur pourra plus facilement passer commande au Luxembourg ! Décidément, la dérogation dont bénéficie le Luxembourg nous est insupportable ! Nous faisons le constat de la désindustrialisation de l'Europe et, pour sa part, la France a fait le choix de la consommation. Nos modèles fiscaux sont-ils un accélérateur de délocalisation ?

Dans la vente à distance, l'entrepôt peut se situer dans un pays voisin. La règle veut que l'entreprise qui facture au-delà de 100 000 euros en vente à distance dans un pays autre est soumise à la TVA dans le pays de destination. Mais à quel moment ce seuil est-il franchi ? Quel contrôle est exercé ?

Mme Maïté Gabet. – Jusqu'à 100 000 euros, la vente à distance est imposée à la TVA dans le pays d'origine ; au-delà, à la TVA du pays de destination.

M. Jean Arthuis, président. – Arrivez-vous à exercer un contrôle ?

Mme Maïté Gabet. – Une société luxembourgeoise qui vend à distance en France s'immatricule auprès de la Direction des résidents à l'étranger et des services généraux (DRESG) et y dépose les déclarations de TVA, en déclarant le chiffre d'affaires réalisé en France. L'administration fiscale peut soit contrôler la déclaration en France, soit demander à nos collègues luxembourgeois ou d'ailleurs de vérifier que la société établit correctement la base d'imposition pour le territoire donné. Le règlement TVA a été modifié pour distinguer le siège de l'entreprise du lieu où celle-ci doit payer la TVA. Un État est obligé de diligenter un contrôle fiscal à la demande d'un autre État. Des contrôles ont déjà eu lieu sur cette base.

M. Jean Arthuis, président. – Voilà un beau sujet de contrôle sur pièces et sur place pour le Parlement, car, en pratique, les choses ne doivent pas être aussi simples.

Mme Maïté Gabet. – Je n'ai pas dit qu'elles l'étaient. Il faut que les vérificateurs parlent anglais, soient formés, se déplacent... Mais ce sont les

modalités choisies pour faciliter le développement du marché unique et l'immatriculation des entreprises.

M. Jean Arthuis, président. – Imaginons un opérateur situé en Europe centrale qui facture à des consommateurs français, en pensant, de bonne foi, qu'il ne franchira pas le seuil de 100 000 euros...

Mme Maïté Gabet. – Le seuil de 100 000 euros est en effet une zone à risque.

M. Jean Arthuis, président. – C'est impraticable ! L'optimisation fiscale va se développer !

Mme Maïté Gabet. – L'entreprise va alors s'immatriculer en France, et payer la TVA en France. Cette règle existe depuis sept ans.

M. Jean Arthuis, président. – Elle est à revoir fondamentalement !

Mme Maïté Gabet. – Elle est issue d'un consensus communautaire...

M. Philippe Marini, rapporteur général. – ...qui n'a jamais été soumis à aucun Parlement.

Mme Maïté Gabet. – C'est une directive d'application directe !

M. Philippe Marini, rapporteur général. – Ma remarque n'était pas une critique.

M. Jean Arthuis, président. – Comment appliquer la taxe sur les services de publicité en ligne ? D'un côté, Madame Maxime Gauthier nous assure qu'il n'y a pas de difficulté ; de l'autre, on nous dit que la législation sera facilement contournée et irrite les acteurs... Notre objectif en votant cette disposition était de provoquer, nous y sommes parvenus. Il faut toutefois que la législation soit utile et praticable. Nous allons poursuivre la réflexion d'ici la loi de finances rectificative, pour améliorer le dispositif si nécessaire.

L'e-commerce va devenir un système de distribution comme les autres, mais la mobilité de la localisation peut encourager l'optimisation fiscale. Là aussi, il nous faut poursuivre notre réflexion, pour que l'architecture de nos prélèvements obligatoires soit la plus conforme à nos intérêts, dans une économie globalisée.

ANNEXE IV
EXTRAIT DE LA SÉANCE DU 22 JUIN 2011
LOI N° 2011-900 DU 29 JUILLET 2011 DE FINANCES
RECTIFICATIVE POUR 2011

Article 7 bis (nouveau)

L'article 302 bis KI du code général des impôts est abrogé.

M. Bernard Frimat, président. - La parole est à Mme Catherine Morin-Desailly, sur l'article.

Mme Catherine Morin-Desailly. - Je m'exprimerai ici en ma qualité de présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies ».

Je rappelle que j'étais déjà intervenue, lors de la discussion de la loi de finances pour 2011, pour me prononcer contre l'instauration de la taxe sur l'achat des services de publicité proposée par la commission des finances.

Je m'étais également exprimée lors de la discussion des conclusions de la commission mixte paritaire réunie sur le même texte, au terme de laquelle il a été décidé de reporter la mise en œuvre de cette taxe au 1^{er} juillet 2011.

Et pour cause : sur ces entrefaites, on s'est rendu compte que cette taxe, abusivement appelée « taxe Google », serait en définitive contre-productive. Nos collègues députés en ont d'ailleurs voté la suppression.

En effet, si elle venait à être appliquée, la taxe serait due non par les acheteurs des prestations publicitaires, qui sont, pour les principaux d'entre eux, localisés hors de France –Google, Facebook ou Apple –, mais bien par les annonceurs. Elle n'atteindrait donc pas sa cible et serait aisément contournable par les grands groupes internationaux, qui localiseraient alors leurs bénéfices dans les États à fiscalité réduite.

Les premières entreprises touchées seraient les petites entreprises françaises de l'Internet, en particulier celles du commerce électronique, qui ont besoin de la publicité afin d'émerger comme de nouveaux acteurs dans un secteur très concurrentiel.

Je n'ai pas besoin de vous le rappeler, une étude vient d'être publiée sur le sujet. Ces entreprises représentent un très fort gisement de croissance et d'emplois. En quinze ans, ce sont 700 000 emplois qui ont été créés, et 450 000 autres sont prévus d'ici à 2015.

Le récent e-G8, qui s'est tenu à Paris, a souligné le rôle du secteur d'Internet comme vecteur de croissance, puisque Internet représente 3,2 % du PIB et 21 % de sa croissance.

Certes, le rapporteur général considère que cette taxe « a le mérite d'ouvrir le débat de la fiscalité dans les échanges immatériels en ligne ». Nous sommes favorables à ce débat, tout comme le sont les acteurs représentatifs de cette économie émergente. Le Conseil national du numérique a d'ailleurs évoqué quelques pistes.

Alors, taxer Google, oui ! Taxer la croissance, non ! Ce serait un très mauvais signal adressé aux acteurs économiques de l'Internet. Au moment même où David Cameron, au Royaume-Uni, vient d'annoncer un plan ambitieux pour attirer les entrepreneurs de l'Internet, et ce en dépit du contexte d'austérité budgétaire, ce serait une erreur économique et culturelle.

Mes chers collègues, c'est au niveau européen que doit être posé ce débat de la fiscalité applicable aux géants de l'Internet. Au lendemain de l'e-G8, et la mise en exergue de ses conclusions, il serait paradoxal de faire rater à notre pays le train de l'avenir.

Je suis donc défavorable à l'amendement qui va être présenté par la commission des finances. Mais je souhaite bien entendu que l'on continue de travailler sur ces questions afin de parvenir à appliquer le principe de neutralité technologique à la fiscalité.

M. Bernard Frimat, président. - L'amendement n° 8, présenté par M. Marini, au nom de la commission des finances, est ainsi libellé :

Supprimer cet article.

La parole est à M. le rapporteur général.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Je m'apprêtais à retirer mon amendement, et puis j'ai écouté Mme Catherine Morin-Desailly.

Je veux dire à notre collègue que tout le monde peut faire l'éloge d'Internet, mais, plutôt que de critiquer – ce en quoi la commission de la culture excelle –, il conviendrait sans doute de faire des propositions et d'avancer.

Il est très facile de crier haro sur le baudet, de reprocher à la commission des finances, selon un discours convenu, d'entraver le développement à la fois des jeunes entreprises dont dépendent la croissance et la prospérité de ce pays, la culture, la diffusion d'Internet, la liberté du monde... La commission des finances s'efforce simplement d'être constructive.

Mes chers collègues, pourquoi avons-nous pris cette initiative ? Parce que nous avons le sentiment qu'une grave injustice se fait jour dans notre société, dans notre économie.

M. Jean-Marc Todeschini. - Une injustice de plus !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Quelle injustice ? Des multinationales, américaines pour la plupart,

utilisent tous les moyens d'optimisation et d'arbitrage juridiques et fiscaux pour échapper au paiement de l'impôt dans les territoires où elles exercent leurs activités.

M. Claude Bérit-Débat. - Eh oui !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Alors, c'est une chose que de dire, lors de rencontres professionnelles organisées avec eux, toute la compassion que l'on éprouve pour les lobbies du secteur (Mouvements divers sur les travées du groupe socialiste) ; c'est autre chose que d'avancer, et il le faut, en l'occurrence.

Plusieurs contre-propositions ont été formulées ici et là, notamment au sein du Conseil de l'économie numérique. Elles ont le mérite d'être esquissées. En général, elles consistent à réclamer une concertation au niveau européen. Je veux bien, mais combien d'années seront nécessaires pour parvenir à une décision ? Une ? Deux ? Trois ? Cinq ? Dix ? Combien ?

Véritablement, il faut bien en prendre conscience, plus Internet se développera, plus la publicité en ligne gagnera du terrain sur la publicité traditionnelle, et plus les médias classiques, qu'il s'agisse de la presse ou de la télévision, seront évincés du marché publicitaire au bénéfice des réseaux et des sites. Nous le savons tous !

Que souhaite la commission des finances ? Elle souhaite introduire de la neutralité. La commission de la culture,...

Mme Catherine Morin-Desailly. - Pas la commission de la culture : je suis intervenue au nom du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies » !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - ... bien entendu, demandera toujours plus d'aides pour la presse et toujours plus de financements pour l'audiovisuel. Seulement, un jour, il faudra bien retrouver une certaine cohérence.

M. Serge Lagauche. - Cessez donc de nous faire la leçon !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Si la matière fiscale disparaît, s'il y a un effet d'éviction au bénéfice des sites en ligne et de la publicité sur des supports virtuels, alors, comment fera-t-on ? Où trouvera-t-on l'argent ? (Exclamations sur les travées du groupe socialiste.)

Chers collègues du groupe socialiste, plus tôt dans mon exposé, j'avais cru comprendre que vous faisiez vôtre la préoccupation que nous avons exprimée. (Rires sur les mêmes travées.)

Riez autant que voulez ! Contestez-vous la réalité du problème et la nécessité de rechercher des solutions ? (Exclamations sur les travées du groupe socialiste et du groupe CRC-SPG.) Est-il possible de rechercher vraiment des solutions ?

M. Serge Lagauche. - Que la commission des finances cesse de donner des leçons !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - J'entends ce qui est dit par les uns et par les autres. Si vous avez des solutions, proposez-les ! Ne politisez pas ce débat, cela n'a aucun sens ! Ne ramenez pas tout à de la politique politicienne ! (Protestations sur les travées du groupe socialiste.)

Mme Nicole Bricq. - Nous ne nous sommes pas encore exprimés !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - C'est un sujet que l'on doit être capable d'aborder dans le souci de l'intérêt général !

M. Bernard Frimat, président. - Monsieur le rapporteur général, dois-je considérer que votre propos vaut présentation de l'amendement de la commission ?

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Monsieur le président, cet amendement est présenté et va être retiré pour les raisons que l'on sait. (Ah ! sur différentes travées.)

Pour autant, j'aimerais que le Gouvernement s'exprime sur le sujet.

Je trouve tout de même très curieux de faire l'objet de quolibets...

M. Jean-Marc Todeschini. - Nous n'oserions pas ! (Sourires.)

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - ... alors que nous soulevons un réel problème qu'il faudra bien résoudre un jour.

M. Claude Bérit-Débat. - Nous protestons sur la forme de votre propos, et le ton de l'expression !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - La forme ? Justement ! N'est-ce pas le rôle d'une commission que de présenter des amendements ? L'initiative parlementaire vous choque-t-elle, chers collègues socialistes ? (Protestations amusées sur les travées du groupe socialiste.)

On vous a pourtant assez entendus pleurer, lors de la discussion du projet de loi constitutionnelle relatif à l'équilibre des finances publiques, parce que vous craigniez que le monopole des lois de finances ne permette plus l'exercice de l'initiative parlementaire. J'en conclus que la conception que vous vous faites de l'initiative parlementaire est à géométrie variable : elle serait bonne quand elle viendrait d'un côté et ne le serait pas quand elle viendrait de l'autre...

Mais enfin, qu'est-ce que tout cela signifie ? (Exclamations amusées sur les travées du groupe socialiste et du groupe CRC-SPG.)

Mme Nicole Bricq. - Vous vous faites du mal !

M. Jean-Marc Todeschini. - Du calme, monsieur le rapporteur général !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Mais vous savez bien que ma colère est feinte ! (Sourires.)

Essayons de progresser dans le sens de l'intérêt général !

En tout cas, je le répète, je vais retirer cet amendement, dussé-je frustrer les collègues qui auraient souhaité s'exprimer à son sujet. Je compatis à leur peine ! (Sourires.)

Je serais heureux que ce dossier progresse et que le Gouvernement nous dise à quels moyens il compte recourir pour ce faire. Le débat que nous avons ouvert est tout à fait réel et nous ne pouvons accepter que se développent des activités en franchise d'impôt, fussent-elles liées à Internet.

M. Bernard Frimat, président. - La parole est à M. le ministre.

M. François Baroin, ministre. - Monsieur le président, j'accuse la gauche, dont le comportement altère la qualité de nos travaux (Rires et protestations amusées sur les travées du groupe socialiste),...

Mme Nicole Bricq. - Nous ne nous sommes pas exprimés !

M. François Baroin. - ... d'avoir provoqué le rapporteur général sur un terrain qu'il a lui-même choisi lors de l'examen de la dernière loi de finances, à savoir celui d'Internet. (Sourires.)

M. Jean-Marc Todeschini. - Le rapporteur général s'énerve tout seul !

M. François Fortassin. - C'est un excellent acteur !

Mme Nicole Bricq. - Il ne faut pas qu'il retire son amendement ! Nous ne pourrions pas lui répondre...

M. François Baroin. - Je veux lui rendre hommage, car, sous son impulsion, le Sénat a ouvert un débat utile sur l'assiette la plus pertinente qui permette à l'Etat de recueillir les fruits légitimes du développement d'une activité prospère.

J'accuse également la gauche de ne pas avoir trouvé l'argument pour prouver au rapporteur général que, si son idée était bonne, l'amendement manquait néanmoins sa cible.

En effet, et c'était toute la difficulté, la mesure qu'a fait adopter la commission des finances ne touchait finalement que les petits, épargnant ceux qui étaient initialement visés, à savoir les acteurs de l'économie globale, internationale, mondialisée, dont les activités ont connu un développement spectaculaire.

De ce fait, les recettes escomptées de cette taxe n'auraient pas été celles qui avaient été espérées.

Le Gouvernement, après avoir écouté un peu les parlementaires de gauche – je le dis avec malice, vous l’aurez compris –, et, dans une bien plus large mesure, les membres du Conseil national du numérique, acteur essentiel, s’est engagé à définir, dans un délai relativement court, les règles d’une taxation qui pourrait être reconnues par tous les pays, selon une assiette fiscale large.

A cet égard, sans attendre les résultats du G20, nous pouvons nous féliciter de la tenue du e-G8, réuni sur l’impulsion et sous l’autorité du Président de la République, et auquel ont pris part des acteurs majeurs du secteur. Celui-ci a fait évoluer les esprits et les mentalités et permis une prise de conscience collective sur cette problématique.

Nous prendrons des initiatives au niveau européen. Ainsi, l’ancien ministre Jacques Toubon a été mandaté pour envisager avec la Commission européenne les actions que pourrait engager l’Europe à l’échelle européenne s’agissant du livre numérique – je crois savoir qu’un consensus s’est dégagé au sein de la Haute Assemblée.

Moi-même, au cours du mois de juillet, je représenterai le gouvernement français à une réunion organisée à Bruxelles et consacrée à la double problématique du livre numérique et de cette taxe abusivement appelée « taxe Google ». Nous devons définir les modalités d’une taxation reposant sur une assiette large nous permettant de tirer des recettes de cette activité en développement.

De tout cela, monsieur le rapporteur général, je voulais vous remercier, comme je vous remercie également d’avoir accepté de retirer l’amendement.

M. Bernard Frimat, président. - La parole est à M. le président de la commission des finances.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Monsieur le ministre, cette question est sans doute l’une des plus graves qui soient sur le plan fiscal. Nous mesurons les conséquences de la globalisation et de l’usage d’Internet.

Vous allez tenter de convaincre vos collègues européens de progresser dans cette voie, dites-vous. Je vous souhaite bien du courage, parce que, sur le plan fiscal, l’Europe, c’est le zéro absolu ! Seule la Cour de justice de l’Union européenne fait évoluer la fiscalité européenne.

Lorsqu’il s’agit de réglementer le calibrage des pommes ou de produire une directive sur le permis de conduire des véhicules transportant des animaux vivants (Sourires), un consensus se dégage ; en revanche, quand il s’agit de régulation financière ou de fiscalité, rien ne se fait !

Peut-être en contrepartie de son accord sur le taux réduit de TVA à 5,5 % dans la restauration, on a concédé au Luxembourg la possibilité de

conserver un régime fiscal dérogatoire en ce qui concerne le « e-business » et les activités immatérielles.

Vous avez évoqué le livre numérique, monsieur le ministre. L'Europe considère cette activité comme une prestation de services ; par conséquent, elle doit être assujettie, dans notre pays, à un taux de TVA de 19,6 %. Le Luxembourg, pour sa part, applique un taux normal de 15 %. Par conséquent, tous les diffuseurs s'établiront dans ce pays, lequel, par dérogation, sera autorisé à conserver le produit de la TVA issu de cette activité, alors même que les lecteurs sont en France. C'est réellement problématique.

Je sais gré au rapporteur général d'avoir annoncé le retrait de l'amendement de la commission des finances, amendement de provocation...

M. Jean-Marc Todeschini. - Oui !

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - ... n'ayant d'autre finalité que de mettre l'accent sur la situation périlleuse dans laquelle nous sommes : mes chers collègues, c'est notre matière fiscale qui s'évapore !

Voilà six semaines, une audition publique – nos collègues de la commission de la culture étaient présents – a été organisée, réunissant notamment des représentants de la société Google. À cette occasion, il a été clairement démontré que cette société avait monté une opération qui, tout en étant sans doute légale, n'en est pas moins véritablement scandaleuse : Google ne paie aucun impôt là où il fait du bénéfice !

Cette taxe sur la publicité se trompait de cible, car elle ne touchait pas les acteurs du business to business, comme l'on dit. L'annonceur pouvant facilement domicilier son activité hors du territoire national et échapper ainsi à cette taxe, oui, nous manquons notre cible.

Il faut revoir la copie. C'est l'un des dossiers les plus importants du moment, monsieur le ministre. Nous appelons votre attention, car les rôles se distribuent rapidement.

Pour vous en convaincre, demandez-vous pourquoi l'ensemble des grands opérateurs américains de prestations immatérielles se concentrent au Luxembourg. C'est parce que le Luxembourg peut se payer le luxe d'avoir un taux normal de TVA à 15 %, et il garde le produit perçu !

On l'a dit souvent : président de l'Eurogroupe, M. Juncker nous rappelle, et vous rappelle, monsieur le ministre, à l'obligation d'équilibrer les comptes publics ; mais c'est le même qui vous fait les poches tous les matins ! (Sourires.)

Tâchons donc de nous tirer de cette difficulté particulièrement grave, et de nature à compromettre la trajectoire de retour à l'équilibre de nos finances publiques.

Monsieur le président, l'amendement n° 8 est maintenant retiré.

M. Bernard Frimat, président. - L'amendement n° 8 est retiré.

La parole est à M. Marc Laménie, pour explication de vote sur l'article.

M. Marc Laménie. - Monsieur le président, monsieur le ministre, mes chers collègues, je n'avais pas l'intention de prendre la parole à ce moment de notre discussion, mais le débat qui s'est engagé sur l'article 7 bis me conduit à réagir.

Ce débat passionné, mais aussi passionnant, porte sur un sujet de fond, qui intéresse plusieurs commissions.

Pour ma part, je suis solidaire de la position exprimée par le rapporteur général de la commission des finances,...

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Merci, mon cher collègue !

M. Marc Laménie. - ... car je mesure ici les limites du virtuel.

D'une certaine manière, je suis d'accord avec ce qui a été dit sur l'incidence financière de la mesure envisagée, de même qu'avec l'intervention de M. le ministre.

Je souhaite toutefois que la situation puisse évoluer de manière positive. Je crois en effet, comme l'ont dit un certain nombre de mes collègues, qu'il faut toujours rester attaché aux valeurs humaines ; car Internet a ses limites, et ne saurait remplacer une véritable communication entre des personnes.

Dans certains départements, comme celui des Ardennes que je représente, certains secteurs sont en outre très mal couverts par le haut débit. La couverture de notre territoire est particulièrement imparfaite dans les zones rurales, aussi.

Les opérateurs avaient pourtant pris des engagements. Mais, parce qu'ils ne les ont pas toujours tenus, c'est souvent aux collectivités territoriales qu'il appartient d'intervenir pour le financement. Il s'agit, là encore, d'une limite au rôle d'Internet.

Si donc, par solidarité, je vote l'article, je souhaite que le débat engagé par le rapporteur général provoque certaines évolutions, et permette d'améliorer la situation. Il importe en particulier de faire preuve de réalisme et de garder à l'esprit que le virtuel a ses limites.

M. Bernard Frimat, président. - La parole est à Mme Catherine Morin-Desailly, pour explication de vote.

Mme Catherine Morin-Desailly. - Je souhaite rappeler très brièvement à M. le rapporteur général que, comme j'avais pris soin de le préciser au début de mon intervention, je me suis exprimée non pas en tant que membre de la commission de la culture, mais en tant que présidente du groupe d'études « Médias et nouvelles technologies. »

Celui-ci rassemble des sénateurs de différents horizons, dont certains appartiennent à la commission de l'économie. Certains de ses membres, qui auraient pu intervenir, ne l'ont pas fait, mais le point de vue que j'ai exprimé est partagé par une grande partie d'entre eux.

Revenons donc au calme. Il s'agit pour nous non de pousser à la dépense, mais de réagir, comme il est normal, sur une question qui intéresse particulièrement notre groupe d'études.

Celui-ci poursuivra sa réflexion ; je prends l'engagement qu'il le fera en concertation avec la commission des finances.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Merci beaucoup !

M. Bernard Frimat, président. - La parole est à M. Jean-Pierre Fourcade, pour explication de vote.

M. Jean-Pierre Fourcade. - Je constate que le Gouvernement n'a pas lui-même pris l'initiative d'abroger l'article 302 bis KI du code général des impôts...

Pour quelle raison ? Parce qu'il reconnaît, comme nous, que le dispositif que nous avons voté n'est pas extraordinaire, et qu'il faut attendre les conclusions du groupe d'études présidé par Mme Morin-Desailly pour identifier une base fiscale solide.

Je ne comprends pas, en revanche, la position prise par nos collègues députés lorsqu'ils ont voté, avec l'article 7 bis, la mort de l'article 302 bis KI du code général des impôts.

Je trouve en effet que c'est déshonorer le Parlement que de proposer l'abrogation d'une disposition seulement six mois après l'avoir votée, et alors que l'on est incapable de trouver une formule différente !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Absolument !

M. Jean-Pierre Fourcade. - Aussi, pour que les valeurs qui font le Parlement subsistent, je voterai contre l'article 7 bis !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Très bien !

M. Bernard Frimat, président. - La parole est à M. Hervé Maurey, pour explication de vote.

M. Hervé Maurey. - Monsieur le président, monsieur le ministre, mes chers collègues, je souhaite, en quelques mots, vous dire mon étonnement devant la réaction violente du rapporteur général.

Les propos de ma collègue Catherine Morin-Desailly ne comportaient aucune provocation. Il n'y en a pas davantage dans le fait de considérer que

cette taxe, comme l'a souligné le président de la commission des finances, était mal ciblée.

Le rapporteur général a rappelé que, dans le domaine d'Internet, certaines entreprises américaines réalisaient aujourd'hui des profits considérables sans payer de taxes. C'est une évidence, et nous nous accordons tous à reconnaître, avec le président de la commission des finances, que cette situation est scandaleuse.

Reste que ce problème n'était en rien résolu par la taxe sur la publicité en ligne : les entreprises ciblées n'étant pas localisées en France, elles ne peuvent être soumises à aucune taxe...

De la sorte, cela conduisait à taxer des acteurs qui ne sont en rien responsables de la situation que nous dénonçons.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Faites donc une autre proposition, si vous le pouvez !

M. Hervé Maurey. - Taxer des sociétés comme Google ou Facebook est possible uniquement dans un cadre européen.

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Dans combien d'années ?

M. Hervé Maurey. - On peut seulement regretter, comme le rapporteur général dans son rapport écrit, que le Gouvernement, contrairement à ce qu'il avait promis lors de la discussion du projet de loi de finances pour 2011, n'ait pas fait progresser cette idée au niveau européen. Il est nécessaire de le faire, comme le Gouvernement en avait pris l'engagement.

Taxer les entreprises qui recourent à la publicité sur Internet, c'est prendre le risque de les voir se délocaliser, et leur départ réduire à néant les modestes recettes que la taxe aura produites...

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Aucune société ne se délocalise pour si peu !

M. Hervé Maurey. - C'est pourquoi je considère que cet amendement était tout à fait malvenu.

Je me félicite donc que le rapporteur général, dans sa sagesse proverbiale, ait accepté de le retirer.

M. Bernard Frimat, président. - La parole est à M. Jack Ralite, pour explication de vote.

M. Jack Ralite. - Une fois n'est pas coutume, je suis de l'avis du président de la commission des finances !

En effet, ce n'est pas d'aujourd'hui que cette question se pose. Je me souviens qu'il y a quelques années, lorsque les cinéastes et téléastes se réunissaient à Beaune, Jack Valenti, représentant du cinéma américain, était toujours invité. Or les débats étaient très vifs entre lui et beaucoup d'autres,

parmi lesquels je figurais. À l'origine du désaccord, il y avait sa position, exprimée sans ambiguïté : pour ce qui concerne le secteur régulé, c'est-à-dire l'ancien, la régulation devait être minimale ; pour tout ce qui était nouveau, elle ne devait pas exister du tout...

C'est une telle stratégie qu'appuient et pratiquent, de façon lancinante, les intérêts américains, en particulier par l'intermédiaire des grands groupes dont nous parlons depuis quelques instants.

Je crois donc qu'il était nécessaire de donner l'alerte. J'avais, pour ma part, voté l'amendement du rapporteur général, tout en étant conscient de ses limites.

M. Jean-Pierre Fourcade. - En effet... Le texte était mauvais !

M. Jack Ralite. - J'avais considéré que retirer un dispositif pour la raison qu'il souffre de certaines limites, c'était rendre service à celui d'en face, qui, lui, de dispositif, n'en veut pas du tout !

Même imparfaite, la taxation était une manière de pression. A présent, l'amendement a été retiré. Dont acte !

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Il reviendra !

M. Jack Ralite. - Mais je veux souligner que ce problème est absolument capital : en fait de régulation, les Américains n'en veulent aucune !

Or, quand on voit le rôle nouveau joué par Internet et quantité d'autres technologies, que l'on célèbre mais qui coûtent sans rien rapporter, je trouve qu'il y a là quelque chose de bancal...

M. Bernard Frimat, président. - La parole est à M. le président de la commission des finances.

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Monsieur le rapporteur général, notre débat fut tout à fait intéressant.

Je veux dire à Hervé Maurey que la colère du rapporteur général était toute virtuelle... (Sourires et exclamations sur diverses travées.)

Mme Catherine Morin-Desailly. - Tout de même...

M. Jean Arthuis, président de la commission des finances. - Au surplus, nous avons donné au rapporteur général des arguments supplémentaires pour plaider en faveur d'une gouvernance européenne.

Tous, en effet, nous avons compris que toute régulation conçue à l'échelon infra-européen serait pure gesticulation. Qu'une pareille taxe soit instituée en France, et les annonceurs auront tôt fait de se déplacer au Luxembourg, ou ailleurs, afin de s'y soustraire !

Encore un pas, donc, et, dans le but d'instaurer une régulation digne de ce nom, et peut-être aussi de gérer la crise des dettes souveraines, nous deviendrons bientôt des adeptes du fédéralisme européen...

M. Philippe Marini, rapporteur général de la commission des finances. - Certainement pas !

M. Bernard Frimat, président. - Je mets aux voix l'article 7 *bis*.

(Après une épreuve à main levée déclarée douteuse par le bureau, le Sénat, par assis et levé, adopte l'article 7 *bis*.)

ANNEXE V

LES ACTES DU FORUM DE FISCALITÉ NUMÉRIQUE DU 14 FÉVRIER 2012

*Forum organisé par la Fédération française des télécoms (FFT)
et le cabinet Formules économiques locales, avec le parrainage de Philippe Marini, président*



	<u>Pages</u>
OUVERTURE DES DÉBATS.....	177
M. Philippe Marini, président de la commission des finances du Sénat	177
1 ^{ÈRE} TABLE RONDE - LE NUMÉRIQUE LEVIER DE CROISSANCE, POUR QUELS EMPLOIS, AVEC QUELS INVESTISSEMENTS ET QUELLE FISCALITÉ ?.....	181
M. Pascal Perez, directeur du cabinet Formules économiques locales	181
M. Ignacio Garcia Alves, directeur du cabinet Arthur D Little	182
M. Pierre Louette, président de la FFT et secrétaire général du groupe France- Télécom Orange	185
M. Gilles Le Blanc, professeur d'économie, Mines Paris Tech.....	189
2 ^{ÈME} TABLE RONDE - LA NÉCESSAIRE ADAPTATION DE LA FISCALITÉ FACE À L'INDUSTRIALISATION DES ÉCHANGES NUMÉRIQUES SANS FRONTIÈRE.....	199
M. Franck le Mentec, avocat, cabinet Cotty, Vivant, Marchisio, Lauzeral.....	199
M. Michel Calmejane, directeur général de Colt Technology Services	203
M. Jean-François Vilotte, président de l'Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL).....	207

M. Philippe Laurent, maire de Sceaux, président de la fédération nationale des collectivités locales pour la culture	216
TRIBUNE LIBRE : BIG BROTHER FISCAL, TAXER EN SACHANT TOUT SUR TOUS ? QUELS IMPÔTS DANS L'ÉCONOMIE DE LA CONTRIBUTION ?	218
M. Bernard Stiegler, philosophe, directeur de l'Institut de recherche et d'innovation du Centre Georges Pompidou.....	218
3^{ÈME} TABLE RONDE - FISCALITÉ DE LA PUBLICITÉ EN LIGNE : DE NOUVELLES PISTES ?	226
Mme Catherine Morin-Desailly, sénatrice de Seine-Maritime, présidente du groupe d'étude « Média et nouvelles technologies ».....	226
M. Romain Girtanner, avocat, cabinet Watson, Farley et Williams	229
M. Luc Tran Thang, président du syndicat des régies internet.....	232
4^{ÈME} TABLE RONDE - FISCALITÉ, DES PISTES CONCRÈTES DE NOUVELLES ASSIETTES FISCALES	239
M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances du Sénat.....	239
M. Nicolas Duboille, avocat, cabinet Granrut	241
M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique.....	242
Mme Maxime Gauthier, chef du service de la gestion fiscale de la DGFIP.....	245
Mme Maïté Gabet, chef du bureau des affaires internationales de la DGFIP	247
M. François Momboisse, président de la FEVAD	250
M. Yves le Mouël, directeur général de la Fédération française des télécoms.....	251
CLÔTURE DES DÉBATS	257
M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances.....	257

OUVERTURE DES DÉBATS

M. Philippe Marini, président de la commission des finances du Sénat. – Je tiens tout d’abord à remercier les organisateurs de ce premier forum de fiscalité numérique qui se tient dans l’enceinte du Sénat, en particulier Pascal Perez, directeur du cabinet Formules économiques locales, et à remercier l’ensemble des personnes présentes, ma collègue Catherine Morin-Desailly, membre de la commission de la culture et présidente du groupe d’étude « Médias et nouvelles technologies » qui, de longue date, travaille sur les sujets qui vont nous occuper. Ce forum a pour but d’échanger et de faire naître des idées et des initiatives. Il m’a semblé qu’il arrivait à point nommé et c’est pourquoi j’ai, avec grand plaisir, accepté de parrainer cette manifestation, à la demande de la Fédération française des télécoms qui est représentée, notamment, par son directeur général, Yves Le Mouél.

Le programme de la journée est particulièrement dense et pluridisciplinaire, tant il est vrai que la montée en puissance des transactions numériques relève de l’ordre économique, de l’ordre financier et de l’ordre sociétal. Pour traiter d’un sujet comme celui de la fiscalité sur les activités numériques, question difficile entre toutes, il faudrait être en mesure, et c’est ce que nous allons tâcher de faire ensemble, de réunir des compétences et des sensibilités de ces différents ordres.

Peut-être pourrais-je, à titre d’introduction, vous rappeler pour quelle raison la commission des finances du Sénat a porté un grand intérêt à ce sujet. Il y a deux ans, le 7 avril 2010, notre commission, alors présidée par Jean Arthuis et dont j’étais le rapporteur général, avait organisé une première table ronde sur l’impact du développement du commerce électronique sur les finances de l’Etat.

Le débat s’est instauré sur la fuite des assiettes fiscales, plus exactement l’attribution des assiettes fiscales traditionnelles, mais aussi de celles issues des revenus tirés de la publicité en ligne et du commerce électronique. Le constat était sans appel. Quelles que soient les impositions considérées : impôts sur les sociétés, TVA, taxes sur la publicité, les grands acteurs internationaux de l’Internet, les majors du commerce électronique, ont bâti clairement leurs modèles économiques, établi leurs organisations juridiques et leurs sièges sociaux dans des Etats à fiscalité basse et, au sein de l’union européenne, plus particulièrement l’Irlande et le Luxembourg. Ce débat a été porté par la commission des finances du Sénat tout au long de l’année 2010 au terme de laquelle une première initiative législative, certes bien imparfaite mais qui a eu le mérite d’exister, a été prise en loi de finances pour 2011. Comme vous le savez, sur ma proposition, le Parlement a institué une taxe qui a fait couler beaucoup d’encre et qui a été très largement répercutée sur la « toile ». Il s’agissait de la taxe sur les services de publicité

en ligne, improprement appelée à l'époque « taxe Google », égale à 1 % du montant versé par l'annonceur pour obtenir la prestation. Initiative de principe, certes, dont le rendement fiscal devait être modeste, de l'ordre de 20 millions d'euros. Si cette taxe, à la suite de différents reproches qui lui ont été faits et d'une organisation efficace du lobbying, a été supprimée avant son entrée en vigueur au 1^{er} juillet 2011, je crois néanmoins que la fiscalité du numérique s'est vraiment imposée dans le débat public.

En effet, il ne s'agissait que d'une première proposition, destinée dans les conditions de 2010, à répondre en particulier au souhait du Président de la République de lutter contre l'évasion fiscale engendrée par les grandes multinationales de l'Internet et du commerce électronique.

Notre forum, deux ans après, est l'occasion de tirer les conclusions de cette première expérience, qui est un échec provisoire, pour redessiner un nouvel angle d'attaque en prenant garde que les particuliers et les PME ne puissent pas se considérer comme victimes ou ne puissent pas être présentés comme tels. Aujourd'hui, j'observe que tous les professionnels du secteur, qu'il s'agisse des opérateurs de télécommunications ou de ceux réunis dans le Conseil national du numérique (CNNum), s'accordent, c'est au moins un point commun, sur le danger que représente la concurrence déloyale des grands acteurs mondiaux basés à l'étranger, ceux que l'on appelle « over the top » (OTT) : Google, Apple, Amazone, Yahoo, Microsoft et bien d'autres... Aussi je ne peux que me féliciter de cette prise de conscience, déjà traduite par l'intérêt que vous portez au débat d'aujourd'hui.

De mon point de vue, il s'agit d'un enjeu qui dépasse largement le financement de la culture, bien que cette préoccupation soit présente dans les esprits, car la croissance, nécessairement très rapide du commerce électronique, le phénomène d'évasion des assiettes fiscales, qui se poursuit et s'amplifie d'année en année, et toute cette évolution par les volumes en jeu met en danger les recettes de l'Etat. Ce n'est pas une constatation seulement française, c'est une constatation qui est propre à tous les grands Etats de consommation de services numériques. Il est aussi indispensable, et dans le contexte de notre pays, d'associer les acteurs de la culture à la réflexion fiscale car cette érosion des assiettes qui pose problème pour les finances publiques en général met aussi en péril, plus particulièrement, le rendement des taxes affectées au financement de l'audiovisuel public et de la production cinématographique, de même qu'à la rétribution des droits d'auteur. Il n'y a donc pas lieu d'opposer les « financiers » aux acteurs et aux défenseurs du monde de la culture.

Un mot sur la TVA sur les services de commerce électronique. Son sort est réglé pour l'avenir, mais un avenir encore lointain puisqu'il faut attendre 2015, année à partir de laquelle elle sera facturée par le pays de consommation avec une période de transition, vous le savez, qui va jusqu'en 2019. Autant dire que l'on s'inscrit vraiment dans le long terme compte tenu des évolutions technologiques et financières dont nous parlons. Il conviendra bien entendu dès maintenant d'être attentif aux conditions concrètes

d'application de cette nouvelle règle ou plus exactement de ce juste retour au droit commun territorial de la TVA.

Venons-en à l'impôt sur les sociétés. La question est, dans le principe, plus préoccupante car la dématérialisation des créations de richesse remet en cause les fondements même de l'impôt sur les sociétés. Je n'hésite pas à le dire. Le principe de territorialité, la localisation des revenus, la notion d'établissement stable, tout cela est puissamment « questionné » par notre débat. C'est un sujet de premier plan, incontournable qui s'imposera comme tel au sein de l'Union européenne. C'est un sujet global qui se décline naturellement au plan national, au plan communautaire et au plan international. Rappelons à cet égard qu'en 2011, à l'initiative du Président de la République, s'est tenu un e-G8, en marge du G8 mettant en exergue la conjonction d'intérêt du législateur et de l'exécutif dans de nombreux Etats pour les questions relevant de l'économie numérique. En outre, il est clair que l'essor des transactions électroniques soulève le problème du recouvrement de l'impôt non seulement en Europe mais aussi, et peut être d'abord, si on raisonne en terme d'enjeux financiers, aux Etats-Unis. Au-delà de la sphère française et de la sphère européenne, il apparaît au grand jour que l'optimisation fiscale des grands sites mondiaux touche toutes les régions du monde et, en premier lieu, le pays d'origine du e-commerce.

Maintenant, quels enseignements pouvons-nous escompter de ce forum ? Je ne préjuge pas des débats mais je voudrais susciter votre intérêt pour une série de questions. Notre économie est en mue radicale avec la globalisation de l'Internet. Ce n'est même plus un facteur récent. Et la fiscalité du numérique que nous évoquons doit, en quelque sorte, tracer l'avenir des fiscalités dans leur ensemble. A nouvelles assiettes, nouveaux impôts. On ne saurait imaginer un droit fiscal qui se tienne à l'écart des mutations technologiques. Dissipons deux ambiguïtés. La fiscalité du numérique : ce n'est pas le paiement des impôts par Internet, qui n'est qu'un mode d'administration de l'impôt. La fiscalité du numérique ne vise pas non plus à créer de nouveaux impôts à la charge des internautes. C'est une ambiguïté que certains entretiennent mais il faut être, me semble-t-il, tout à fait clair sur cet aspect des choses. La vraie question, à mon avis, est plutôt la suivante : dans le contexte de compétition fiscale qui est inévitablement le nôtre, comment parvenir à imposer, au juste niveau, les multinationales du numérique qui ont su faire leur « *tax shopping* » pour s'implanter là où l'optimisation est au rendez-vous. J'ai noté, à ce stade, que le président du Conseil national du numérique (CNNum) était favorable à la création d'un statut d'établissement virtuel stable en Europe afin que les entreprises soient taxées selon un pourcentage de la valeur ajoutée réalisée en France. C'est une idée intéressante dont la mise en pratique soulève quelques difficultés et qui sera mise en débat au cours de la journée. Quant aux opérateurs de services de téléphonie, ils ont des propositions, me semble-t-il, très structurées à faire valoir et que nous examinerons également. Leur inquiétude me semble légitime car ils doivent faire face au défi majeur qu'est l'équipement de notre pays en réseaux à haut

et très haut débit. Chacun sait, parmi les élus, que la demande ne cesse de se développer. Lorsqu'on a le sentiment, dans un département, d'avoir fait face aux besoins, ceux-ci se renouvellent aussitôt car on sollicite des flux encore plus puissants. C'est ce que j'ai pu constater dans mon département. Lorsque le conseil général dit « tant de communes sont équipées à haut débit », on lui demande le très haut débit et un très haut débit de plus en plus ambitieux.

Je partage également les préoccupations des opérateurs quant à la multiplication des taxes qui sont affectées au cinéma, à l'audiovisuel public et aux droits d'auteur. Comme eux, et comme les professionnels de la publicité et de la culture, je pense qu'il faut tâcher de définir une nouvelle fiscalité du numérique qui inclue dans l'assiette des impositions l'essentiel, c'est-à-dire l'activité des géants mondiaux. Ces entreprises ne devraient plus pouvoir réaliser des bénéfices dans les pays où la forte demande intérieure s'explique notamment par la qualité du modèle de protection sociale, sans contribuer parallèlement au financement de ce modèle sinon, je n'hésite pas à le dire, nous sommes purement et simplement dans une économie de « traite ». Bien entendu, avec les technologies d'aujourd'hui, c'est encore plus efficace et plus lucratif que dans les siècles passés.

J'attends donc du forum des pistes concrètes. Mes collègues et moi-même - je vois également François Trucy, membre de la commission des finances, qui a été le rapporteur en charge du projet de loi devenu la loi sur les jeux en ligne - attendons donc des pistes concrètes, opérationnelles à court terme, pour rétablir l'équité fiscale entre acteurs nationaux et étrangers. A plus long terme, la réflexion sur la fiscalité du numérique se poursuivra et le Parlement devra servir d'aiguillon au débat. Je vois également Joël Bourdin, le président de notre délégation à la prospective, qui nous incitera à penser « long terme ». Mais nous devons pouvoir conjuguer les différents horizons pour effectuer des propositions, assurer une présence dans les débats financiers et budgétaires et, dans la foulée, sensibiliser nos collègues des pays où la même problématique existe, rechercher des convergences au plan communautaire. Tout ceci dans l'intérêt de la croissance, du développement des transactions et dans le respect de l'équité. Ce sont bien des enjeux vitaux.

Permettez-moi de répéter, en conclusion, que le développement du commerce électronique est véritablement un thème transversal. C'est un sujet de société qui doit, je l'espère, transcender les clivages politiques et contribuer à l'équilibre des finances publiques. On doit pouvoir y parvenir. Si l'on n'y parvenait pas, cela questionnerait très sérieusement nos institutions. Mesdames et messieurs, je vais à présent passer la parole au maître d'œuvre de cette rencontre, Pascal Perez, pour le lancement de la première table ronde. Merci de votre attention.

1^{ÈRE} TABLE RONDE - LE NUMÉRIQUE LEVIER DE CROISSANCE, POUR QUELS EMPLOIS, AVEC QUELS INVESTISSEMENTS ET QUELLE FISCALITÉ ?

M. Pascal Perez, directeur du cabinet Formules économiques locales. – Merci, Monsieur le président, pour votre introduction et pour avoir accepté de parrainer ce forum. Je remercie également Madame Morin-Desailly, Messieurs Trucy et Bourdin d’être présents et vous tous également parce que, finalement, vous êtes, peut être sans le savoir, l’expression d’une communauté jeune, pionnière et méritante. Jeune parce que, si vous parlez d’Internet, vous pouvez parler aux jeunes, même si vous leur parlez d’impôts. Ça les surprend mais ça peut les intéresser. Pionnière parce qu’évidemment, la fiscalité numérique est un sujet neuf mais qui a de l’avenir, surtout si nous parvenons, avec ces réflexions, à lancer un mouvement qui permette de faire émerger les recettes fiscales des Etats modernes du 21^{ème} siècle. Enfin, méritante parce que, se « coltiner » simultanément une réflexion sur l’économie, la technologie et la fiscalité est par nature assez décourageant.

Donc merci d’avoir accepté de partager ce cheminement logique, et de traverse, qui vous est proposé aujourd’hui. Un cheminement logique parce que, finalement, pour arriver à trouver de nouvelles assiettes fiscales, il est utile de s’interroger, avec les deux premières tables rondes et l’intervention en fin matinée de M. Bernard Stiegler, sur quatre phénomènes. Le premier phénomène, bien sûr, c’est la croissance économique à l’heure du numérique. Le deuxième, ce sont les mécanismes d’optimisation fiscale et les solutions à y apporter. Le troisième, ce sont les technologies, bien sûr. Et le quatrième, c’est la société que nous préparons. Ensuite, nous aborderons cet après-midi deux tables rondes sur les nouvelles assiettes fiscales. Celle qui est fameuse, puisqu’elle concerne la publicité en ligne et puis d’autres assiettes fiscales qui sont issues des formes de valeur nouvelles créées sur Internet. C’est un chemin de traverse aussi, que nous allons partager ensemble dans ce forum parce que, au fond, il ne s’agit pas d’ajuster des outils fiscaux qui semblent défailants comme on repriserait un filet à poisson. Le filet étant le territoire, le poisson étant les profits. En fait, nous sommes plutôt dans une situation où l’on s’aperçoit que la richesse, ce n’est pas le poisson, c’est la mer et qu’évidemment on n’attrape pas la mer avec un filet.

Donc, vous le voyez bien, les objectifs de ce forum sont concrets mais ils consistent aussi à agiter quelques idées neuves et à secouer quelques idées reçues. Pour y parvenir, je remercie bien sincèrement le Sénat qui nous a permis d’être ici. Je remercie, bien sûr, l’équipe du Président Marini qui s’est mobilisée pour parvenir à organiser ce forum. Je remercie également notre partenaire, la fédération française des télécoms, pour sa contribution opportune à ce débat public d’avenir et les intervenants qui ont accepté de

s'exposer sur un sujet très médiatique, et les journalistes et les associations qui ont relayé cette idée, sans oublier notre équipe du cabinet « Formules économiques locales ».

Nous allons commencer par une première table ronde au cours de laquelle l'objectif va être de partager, dans un premier temps, les réflexions du cabinet Arthur D Little qui a mené une étude sur les acteurs du numérique. Est-il possible de parler de fiscalité numérique sans redéfinir ce qu'est l'économie numérique ? Nous entendrons également Pierre Louette, président de la FFT et secrétaire général du groupe France-Télécom Orange, qui nous exposera le point de vue de son entreprise sur les acteurs de l'économie numérique tels qu'ils auront été présentés. Puis nous aurons un débat avec Gilles Le Blanc, professeur d'économie à Mines Paris Tech, sur la croissance et la fiscalité dans le secteur des nouvelles technologies. Ignacio Garcia Alvez, directeur du cabinet Arthur D Little, va nous faire partager les conclusions de son étude.

M. Ignacio Garcia Alves, directeur du cabinet Arthur D Little. – Mesdames, Messieurs, c'est un honneur de pouvoir vous présenter, en ces lieux, l'étude que nous avons réalisée pour mettre en perspective l'économie des télécoms en France. Lorsque la Fédération française des télécoms nous a sollicités, nous avons tout de suite accepté pour deux raisons. La première, c'est que nous étions convaincus que dans la cacophonie actuelle, en ce qui concerne la contribution des télécoms en France, il était intéressant de mettre un peu de rigueur dans l'analyse. La deuxième raison était que ce secteur des télécoms se trouve devant toute une série de défis majeurs et qu'il est important de les mettre en perspective. Je ne vais pas commenter tous les chiffres mais vous allez voir que les enjeux sont nombreux. Tout d'abord les emplois, 300 000 emplois dépendent de ce secteur. Les investissements atteignent 6 milliards d'euros. Enfin, la fiscalité est importante, et comprend ce qu'on appelle la surfiscalité propre aux télécoms. Outre la TVA et l'impôt sur les sociétés, cette fiscalité spécifique représente 1,2 milliard d'euros.

L'investissement nécessaire dans ce secteur, pour les quinze prochaines années, sera d'environ 100 milliards d'euros. Mais ce secteur peut contribuer positivement, par exemple, à créer de l'emploi. Les études qui ont été menées sur l'impact du très très haut débit font estimer que cet investissement pourrait engendrer à peu près 100 000 emplois. Il peut contribuer, en matière de développement durable, à réduire les émissions de gaz à effet de serre. Il peut encore contribuer à l'attrait des investissements directs étrangers et puis aussi à essayer de connecter toute une nouvelle économie qui concerne « l'Internet des objets ». Environ 300 millions d'objets pourraient être connectés.

Tout d'abord, les télécoms sont devenues un critère majeur pour les investissements directs étrangers. Quand on demande aux chefs d'entreprises étrangers de quelle façon ils évaluent un pays pour y investir, - et notamment la France -, le premier critère, ce sont les infrastructures de communication, avant le transport, la logistique, et même avant la taille du marché. Ce qui est

assez étonnant, c'est que la fiscalité arrive en dernier. Le critère de la fiscalité lui-même est perçu comme le critère le moins déterminant. Les chefs d'entreprise préfèrent avoir beaucoup d'infrastructures de communications. C'est peut-être là qu'il faut aller chercher des sources de taxes supplémentaires.

En ce qui concerne le haut débit, donc l'ADSL notamment ou le câble, on voit que la France a réussi à se classer parmi les premiers en Europe, avec 99 % des connexions supérieures à 5 mégaoctets par seconde prévues à l'horizon 2015, au lieu de 60 % en 2010. On peut voir que ceci a un impact sur l'économie. Nos collègues nordiques ont réalisé des analyses scientifiques pour comprendre quel est l'impact des infrastructures à très haut débit. Si on double la vitesse du débit que l'on offre à des entreprises ou à des particuliers, l'impact est de 0,3 % de croissance du PIB. Cela veut dire que si l'on passe à une infrastructure, par exemple de fibre optique, il peut y avoir une multiplication par cinq des débits, donc un impact positif important.

On constate également que, hormis un impact sur l'attrait de la France, c'est également un impact sur la compétitivité des entreprises. Des études montrent que les télécoms fournissent des gains, notamment dans l'efficacité des processus, la productivité individuelle, la qualité des projets, la satisfaction des clients, voire la motivation des salariés. On voit que l'usage des télécoms par les entreprises françaises est important en ce qui concerne la connexion Internet du haut débit (93 %) et en ce qui concerne l'utilisation d'un réseau intranet (44 %). 97 % des entreprises de plus de 10 salariés sont connectées à Internet et près de 80 % des entreprises de plus de 10 salariés pratiquent la e-administration.

On remarque également que les entreprises ou les PME qui ont un usage très intensif du web multiplient par deux leur croissance et leurs exportations. Donc, on voit que les télécoms, en dehors de l'aspect territorial, sont un formidable outil de productivité et de compétitivité pour les entreprises. En ce qui concerne la question importante des emplois, ce secteur, directement et indirectement, est responsable de 300 000 emplois en France. 126 000 pour les opérateurs, 34 000 autres emplois directs et puis des emplois de sous-traitance télécoms. Les 126 000 et 34 000 sont en général directement attribués par l'INSEE à l'industrie des télécoms et 150 000 sont des emplois indirects. Mais le plus frappant, ce sont les emplois localisés en France : 125 000 pour les cinq premiers opérateurs des télécoms, 11 500 pour les cinq principaux équipementiers, 1 978 pour les cinq principaux acteurs Internet et 1 116 pour les cinq principaux fabricants de terminaux.

On voit bien que c'est le secteur des télécoms qui localise le plus ses emplois en France. On aurait pu faire un graphique en pourcentages, afin de voir quel pourcentage de ces emplois mondiaux ces entreprises localisent en France. On aurait constaté que les opérateurs des télécoms localisent bien au-delà de 50 % de leurs emplois, et les autres acteurs bien moins de 5 %. Il apparaît donc que c'est un secteur qui, en dehors de créer son infrastructure localement, a aussi créé ses emplois localement. C'est également un secteur

qui investit en France. Le fait qu'il investisse 10 euros par Français et par mois est un indicateur intéressant. Il y a des clients « mobiles » et des clients « fixes » mais l'ensemble représente donc 6 milliards d'euros dans les télécoms. En comparaison avec d'autres réseaux d'infrastructures, ce chiffre est bien supérieur. On voit également que ce secteur, au fil de ces dernières années, a continué à investir et à maintenir cette équation d'à peu près 10 % de l'investissement par rapport au chiffre d'affaires. Mais le secteur n'y arrive plus. Le besoin en investissement est tellement énorme, que ce soit la fibre optique ou le très haut débit mobile, que le pourcentage est en train de diminuer et risque de se réduire encore davantage, notamment du fait que les revenus des opérateurs ne sont plus en train d'augmenter et risque même de décroître. Ceci pose une question très difficile : est-il possible de continuer à augmenter ces investissements alors qu'en même temps, le chiffre d'affaires diminue ? Près de 100 milliards d'euros sont nécessaires, dont à peu près 40 milliards d'euros pour les nouvelles infrastructures qui n'existent pas encore. Les opérateurs s'interrogent beaucoup sur la façon d'arbitrer dans toute cette masse d'investissement. Si on se met un peu en perspective, et je crois que c'est un peu le débat, on peut dire que c'est un secteur qui se trouve à l'intérieur d'un éco-système et qu'il nourrit donc également d'autres acteurs : des constructeurs qui déploient les réseaux, qui fournissent les terminaux et les fournisseurs de contenus et services. C'est un éco-système qui doit être équilibré pour que chacun puisse gagner sa vie et qu'il y ait un équilibre entre ce qui est investi entre chaque secteur et la fiscalité de chacun des acteurs. Mais sans cette infrastructure, il est impossible de fournir tous ces services et de nourrir, également, tous ces constructeurs. Pour entrer dans la partie de la fiscalité, c'est un secteur qui est mis à contribution à hauteur d'à peu près 1,2 milliard en 2010. Je crois que c'est même en train d'augmenter en 2011 du fait de nouvelles taxes qui se sont rajoutées. On a un peu l'impression que les télécoms sont perçues comme une « vache à lait », à laquelle on rajoute des taxes. On peut en comprendre la raison, mais dans cette équilibre entre investissements, taxes, réduction des prix, retour aux actionnaires, ça commence à faire beaucoup. Cette surfiscalité représente à peu près 20 % de leurs investissements annuels.

Ensuite, c'est un secteur qui est très attaché à la France par son infrastructure, par ses emplois, par sa fiscalité, et donc il peut moins optimiser sa fiscalité en allant vers d'autres pays. Quand on compare cela avec d'autres acteurs qui réussissent à payer moins de 5 % de leurs revenus, il y a une différence. Il y a également une différence avec les Etats-Unis et on voit que c'est une différence philosophique. Les Etats-Unis ont voté une loi qui est « *l'Internet Tax Freedom* » qui interdit toute taxe spécifique sur l'Internet. Cela ne veut pas dire qu'Internet ne paie pas de taxe, ils payent leurs taxes normales, la TVA et l'impôt sur la société. Mais les Etats-Unis ont compris que le secteur de l'Internet, et également le secteur des télécoms, étaient des secteurs fondamentaux pour l'économie et donc qu'il fallait les protéger pour qu'ils puissent se développer. Ils ont compris également que c'était une infrastructure qui allait créer de la richesse.

On peut également citer l'exemple du Japon qui, pour faire installer le très très haut débit, a allégé toutes les contraintes qui pesaient sur l'amortissement des investissements pour justement les déduire fiscalement. Certains pays ont donc su voir les télécoms comme un secteur dans lequel il fallait investir et dans lequel ils ont adapté la fiscalité pour encourager les acteurs à investir et à créer cette infrastructure, alors que d'autres pays le voient plutôt comme une « vache à lait ».

Concernant ces pays, on peut noter de faibles taux de fiscalité spécifique : le Royaume-Uni, 0,6 % ; l'Allemagne 0,12 % ; les Etats-Unis, 0,81 %. L'Espagne, l'Italie, la France ont peut-être des économies un peu plus fragiles et sont donc à la recherche d'impositions. Certains pays copient la France, par exemple l'Espagne. Quand ils voient une idée créative dans un autre pays, ils essaient de la copier, avec plus ou moins de succès. Ceci doit interpeller les décideurs sur la politique à mener par rapport à ces secteurs de l'infrastructure ou de l'Internet.

On s'est livrés à un exercice, certes un peu théorique, mais qui démontre un peu l'enjeu que représenterait l'utilisation de cette sur-fiscalité si elle était réinvestie. Sur une quinzaine d'années, cela représenterait à peu près 18 milliards. Ces 18 milliards d'euros permettraient d'accélérer à peu près de cinq ans le déploiement de la fibre et de la 4 G si on appliquait, par exemple, une politique à la japonaise dans laquelle on encourage justement les investisseurs et qu'on leur redonne une partie de ce qu'ils investissent.

Et que se passe-t-il si on investit de façon plus accélérée ? Par exemple, les 20 ou 30 milliards d'euros investis dans la fibre permettraient de multiplier par cinq les débits. Au début de ma présentation, je parlais de 0,3 % de la croissance du PIB chaque fois que le débit augmente. Cela veut dire qu'on pourrait avoir 0,75 % de PIB additionnel. Ceci créerait 100 000 emplois et accélérerait la compétitivité des entreprises, l'attractivité des territoires et les nouveaux usages.

Cette étude sera bien sûr mise à jour chaque année pour mettre en perspective les enjeux et donner une meilleure compréhension des enjeux des télécoms à l'intérieur de cette économie numérique.

M. Pascal Perez, directeur, Formules économiques locales. – C'était parfaitement bien illustré. J'appelle Monsieur Pierre Louette.

M. Pierre Louette, président de la FFT et secrétaire général du groupe France-Télécom Orange. – Bonjour à tous, merci beaucoup de me laisser la parole. C'était très clair et lumineux, éclairant à différents points de vue. Je souhaiterais juste partager avec vous quelques réflexions sur la fiscalité du numérique et l'état de notre secteur. Je souhaiterais également remercier le président Marini, pour ses propos sur la fiscalité de ce secteur.

Juste quelques mots sur France Télécom et le secteur des télécoms. Tout d'abord, comme nous l'avons vu à travers certains chiffres, il s'agit d'un gros secteur, dont le chiffre d'affaires est très important, environ 45 milliards

d'euros. Ce chiffre d'affaires est encore plus important quand on cumule tout. Par ailleurs, ce secteur a peut-être mal choisi l'indicateur de grandeur sur la base duquel il est jugé : l'EBITDA. L'EBITDA est un agrégat assez grossier. Il s'agit de la différence pure et simple entre un chiffre d'affaires et le coût des ventes directement imputables. C'est donc un solde assez frustré qui forcément ressort à des niveaux très élevés. On dit qu'on a 34 % à 35 % d'EBITDA. Certains comme Free, dans le domaine de l'ADSL, ont 40 % de marge. C'est également un agrégat qui est pauvre à partir duquel on commence à payer beaucoup de choses. A partir de ce solde, on va commencer à investir et, vous l'avez vu dans les chiffres qu'Arthur D Little a présentés, nous investissons beaucoup. Nous investissons une proportion considérable, environ 14 % du chiffre d'affaires de chacune des entreprises du secteur. Nous investissons beaucoup et de façon très utile d'une part pour l'économie du pays et, également, pour le développement de la connaissance. Des indicateurs ont montré ce qu'apportait chaque milliard supplémentaire, posé dans le numérique, au développement de la richesse du pays.

De plus, après avoir investi, dans le cas de France Télécom - et c'est valable pour d'autres groupes - nous remboursons de la dette. Nous maintenons un multiple d'EBITDA dans des proportions correctes. Puis nous commençons à distribuer de l'argent à toute une série de parties prenantes - et chez France Télécom, elles sont encore plus nombreuses que dans d'autres groupes-. Tout d'abord l'Etat, qui représente 27 % du capital du groupe, qui est un actionnaire tout à fait substantiel, tout à fait intéressé à recevoir des dividendes importants. L'Etat a de multiples besoins, aussi bien d'interventions que de financements. Donc, nous contribuons au financement de l'Etat par ces dividendes. Nous devons apporter l'essentiel des revenus du Fonds stratégique d'investissement (FSI), par exemple. Le FSI investit en de nombreux endroits, dans des entreprises qui ne font pas remonter de dividendes. Nous, nous en faisons remonter, c'est ce qui permet d'investir à droite ou à gauche et puis nous contribuons à l'alimentation des finances publiques, nous distribuons de l'argent aux actionnaires privés et aux personnels. Nous menons une activité de distribution.

Cet agrégat n'est donc pas forcément le meilleur. Aujourd'hui, nous allons chercher de plus en plus à être jugés sur un agrégat qui serait plutôt un EBITDA moins le CAPEX, c'est-à-dire ce qui reste quand on a produit de la richesse et quand on a aussi investi.

Deuxième réflexion, France Télécom en contribuant à peu près à hauteur de 1,4 % au PIB du pays, soit 1,7 % de la formation brute de capital fixe, est un acteur important de l'investissement. Nous employons en direct, en France, environ 104 000 personnes. Nous en faisons vivre au moins autant, peut-être même deux fois plus, en emplois indirects. Nous contribuons au développement de filières industrielles complètes, comme les équipementiers de réseaux, d'accès radios type Alcatel par exemple, dans notre pays. Nous estimons payer au total, TVA comprise, pas loin de quatre milliards d'euros

d'impôts sous toutes les formes. On nous dit souvent : « vous êtes fiscalisés plus que les autres parce que vous n'êtes pas délocalisables ».

Malgré cela, nous continuons à faire notre travail et France Télécom continue à recruter, ce qui peut surprendre dans l'environnement économique actuel mais Stéphane Richard s'y est engagé à son arrivée et cet engagement a été respecté.

En ce qui concerne la fiscalité, je souhaiterais simplement aborder trois thèmes qui nous sont chers. Tout d'abord, le thème de la surfiscalité. Puis je voudrais dire quelques mots de ce qu'on pourrait appeler le coût complet d'une mesure et ensuite un mot de la reterritorialisation qui est un thème qui m'est particulièrement cher.

En ce qui concerne la surfiscalité, elle est de 25 % pour les télécoms. Tout d'abord, on nous avait dit que la taxe professionnelle allait disparaître et se verrait substituer un nouvel impôt, l'IFER, mais qu'on ne payerait pas plus d'IFER que de taxe professionnelle. De fait, nous payons plus d'IFER que de taxe professionnelle.

Ensuite, s'agissant du financement de la télévision publique. C'est une autre très noble cause. On ne sait pas très bien pourquoi on la finance et cela a d'ailleurs été jugé illégal au niveau européen, aussi bien en Espagne qu'en France. Peut-être faudra-t-il un jour que l'Etat rembourse ces montants-là. Il se verra condamné, tôt ou tard, soit en manquement soit en exécution. A ce moment-là, il se verra sans doute obligé de créer une nouvelle taxe pour financer le remboursement du financement de la télévision publique. Donc, on finance la télévision publique et on finance aussi le compte de soutien aux industries de programmes (COSIP). Cette année, grâce aux efforts de l'industrie en général et grâce à la bonne intelligence des parlementaires de ce pays, on a obtenu, finalement, que ce financement soit quand même plafonné. Je rappelle qu'à l'origine un accord avait été établi, au terme duquel on maintenait un taux réduit de TVA sur une partie des abonnements des opérateurs de télécoms en contrepartie de quoi on allait financer l'industrie des programmes. Finalement, il n'y a plus de taux réduit de TVA et on a quand même maintenu le financement. On avait un moment craint que le CNC se trouve surfinancé mais il a su faire face à cette abondance de liquidités et a su trouver de quelle façon les dépenser. On parle maintenant de la création d'un centre national de la musique. J'ai lu qu'il était question de financer aussi un nouveau centre du livre.

Ceci m'amène à la deuxième réflexion, le coût complet d'une mesure. En payant autant d'impôts, nous allons nous trouver très vite face à des choix qui vont être assez simples. Est-il possible de payer tous ces impôts, contribuer à essayer de résorber un peu la question du chômage dans le pays, investir dans l'ensemble des territoires, déployer la fibre parce que c'est une mission d'intérêt général, à laquelle nous sommes attachés, et puis, dans le même temps, continuer à investir dans la recherche ? C'est un peu compliqué.

Si on aggrave notre charge en permanence, allons-nous pouvoir continuer à faire tout ce que nous devons faire par ailleurs ?

Il faut, également qu'il y ait de la concurrence dans notre pays. A quatre c'est mieux qu'à trois et les prix baissent. Il faut aussi une politique du consommateur, il faut une baisse des prix. Tout en répondant à l'ensemble de ces contraintes. Donc, au minimum, ce que nous attendons dans ce domaine-là, c'est que le législateur s'engage, ici ou là, dans l'approche du coût complet. C'est-à-dire, quel sera le coût d'une mesure, quel sera son impact dans la durée.

Troisième point important, la question de la reterritorialisation de la fiscalité du numérique. C'est un sujet sur lequel, avec les équipes de France Télécom et de la Fédération, nous avons beaucoup travaillé dans le passé et sur lequel nous allons continuer de travailler. Nous avons, nous-mêmes, contribué à financer une étude d'avocat que nous mettons volontiers en circulation aujourd'hui pour partager des réflexions qui ne sont pas totalement abouties mais qui sont des réflexions sur lesquelles les uns et les autres peuvent rebondir. Cette question de la reterritorialisation est évidemment posée dans des termes assez simples.

Une bonne partie des richesses qui se créent passe sous nos pieds dans des réseaux physiques, au-dessus de nos têtes dans des réseaux radio et donc circulent au-dessus de nous. Elles se créent avec, à un moment ou un autre, une forme d'ancrage territorial, puisque des consommateurs français vont, en cliquant, acheter, consommer, et éventuellement développer des modèles de revenus publicitaires.

Est-il possible de ne pas essayer de capter une partie de ces revenus ? Je n'ai pas le chiffre exact en tête, mais je crois qu'au moment où l'industrie paie plusieurs milliards d'euros d'impôts, où un acteur comme Orange France Télécom, avec la TVA, paie quelque quatre milliards d'euros, un acteur comme Google ne paie que quatre millions d'euros. Or, une bonne partie de la richesse nouvelle se crée dans une sorte de paradis fiscal puisqu'un « *Internet tax freedom act* » a été passé dans un pays qui, lui, s'est dit : « pour favoriser le développement de ce secteur, on va bien faire attention à ne pas le fiscaliser, à ne pas lui imposer trop de taxes spécifiques ». Pourquoi un acteur de cette nature, qui par ailleurs contribue - et c'est tout à fait louable - au financement d'opérations culturelles à Versailles et ailleurs, ne contribue-t-il pas plus au financement de l'économie générale du pays dans lequel il opère ?

Il existe des montages spécifiques qui permettent d'échapper à la fiscalité en passant par certains territoires. Il y a donc un besoin de reterritorialisation. Il faut empêcher le contournement. Il faut éviter aussi les effets de seuil, éviter de soumettre l'ensemble de cette économie du commerce électronique ou de l'économie du numérique qui se développe également en France, mais cibler : on attacherait à un clic sur une publicité, une ressource publicitaire et donc une taxe spécifique affectée ou non affectée. Il existe

différentes modalités, en tout cas, pour contribuer à ancrer de nouveau cette création de richesse dans le paysage fiscal du pays.

Surfiscalité, coût complet, reterritorialisation, voilà un peu les pistes sur lesquelles je voulais appeler votre attention. De notre côté, nous sommes tout à fait engagés à poursuivre l'ensemble des efforts évoqués, aussi bien dans le déploiement de la fibre, parce qu'elle est féconde et porteuse de richesse et de développement du pays, que dans le déploiement des réseaux fixes, mobiles ou dans l'accueil des MVNO sur ces réseaux. Nous allons continuer à le faire parce que nous sommes attachés, chez Orange, à l'esprit de déploiement de réseaux. Notre intérêt est simple, pouvoir déployer et exploiter autant de réseaux que possible et apporter des services sur ces réseaux.

Nous aimerions bien le faire dans un cadre qui soit stabilisé, pour la fibre et pour la fiscalité. Il est difficile d'agir à 20 ans et à 25 ans avec un cadre qui bouge tous les ans. En ce qui concerne la fibre, depuis environ un an un certain cadre commençait à être déposé, mais il est question d'une proposition de loi, portée par les sénateurs Hervé Maurey et Philippe Leroy, qui pourrait conduire à le remodifier encore. C'est assez inconcevable qu'on ait besoin d'adapter aussi souvent le cadre dans une industrie qui est faite de cycles longs.

Mais j'ai déjà été trop long, merci beaucoup pour votre attention.

M. Pascal Perez, directeur, Formules économiques locales. – Merci Monsieur Louette pour votre exposé. Je vais appeler Gilles Le Blanc afin que nous puissions débattre, à partir de ces deux exposés liminaires sur la question suivante : quelle croissance économique peut nous apporter Internet ? Gilles Le Blanc est professeur à l'école des Mines et il anime le laboratoire de stratégie industrielle qui s'appelle le CERNA et qui produit, notamment avec Olivier Bomsel, de puissantes études en français sur le déploiement de l'économie numérique. Et à ce titre-là, au plan intellectuel, le CERNA se distingue. Gilles Le Blanc a publié il y a quelques jours, dans un quotidien, une réflexion sur la croissance économique. L'idée est de partir de cette analyse de la croissance pour lui demander ensuite quelle est la part du numérique dans la croissance que nous n'avons pas et quelles pourraient être les conditions d'une fiscalité incitative au développement d'une croissance fondée sur les technologies du numérique en France. Donc ma première question est la suivante : « quel est le diagnostic de la croissance économique en France » ?

M. Gilles Le Blanc, professeur d'économie, Mines Paris Tech. – Merci de cette occasion d'apporter un regard économique sur ces questions. Les débats fiscaux et de finances publiques sont parfois très techniques, il y a d'ailleurs une frontière importante avec le monde des économistes. Mais lorsque des choses nouvelles apparaissent, il faut bien que tout le monde apporte sa contribution. Je crois que, dans ce qu'on a entendu ce matin sur la question de la fiscalité du numérique, il est très important de distinguer ce qu'il y a de véritablement novateur. Qu'est-ce qui se joue de nouveau dans ce

numérique et quels sont les mécanismes en jeu pour bien distinguer les réponses et les champs d'application possibles.

Je crois qu'un certain nombre de confusions demeurent. Donc, je vais reprendre très rapidement. Il y a deux approches possibles. La première est celle du lien avec la croissance économique et la seconde, peut-être plus intuitive, est celle de l'entreprise, de la nouveauté qui a été apportée par le numérique et de ses conséquences dont on a beaucoup parlé.

L'idée était, en numérisant l'information, de rendre son coût beaucoup plus faible et de rendre plus faciles des opérations qui sont en réalité très coûteuses dans notre économie, à savoir : chercher le bon produit, chercher le bon magasin, comparer les offres. Tout cela entraîne ce qu'on appelle les coûts de transaction et le numérique a baissé radicalement ce coût. Il offre donc une efficacité et diminue les barrières à l'entrée. On a vu effectivement dans le commerce se multiplier des dizaines de milliers de sites. Pour autant, cette efficacité accrue ne fait pas disparaître des économies d'échelle qui existent, à proprement parler, dans le matériel des serveurs, dans les sites, dans le transport et la logistique liés aux volumes et puis surtout dans le marketing et la publicité. Si bien qu'avec une configuration qui semble très concurrentielle, on a vu en réalité l'offre se concentrer très rapidement avec des acteurs traditionnels et des acteurs nouveaux, largement étrangers. Le fait que nous achetions des biens et des services à l'étranger n'est pas radicalement nouveau. Ce qui est nouveau c'est, en terme d'entreprise, l'attache physique qui a lieu avec le territoire. Le commerce international de biens et de services donne forcément lieu à un enregistrement local, donc à des emplois, donc à un lieu, donc éventuellement à des taxes sur l'aspect fiscal pour à la fois traiter les commandes, le paiement, le transport, le service après-vente, la distribution. Il y a donc un gain, y compris local, économique et fiscal d'importation de biens et de services. Ça a toujours été le cas.

Ce qui change dans ce commerce électronique vis-à-vis d'acteurs étrangers, ce sont deux choses de nature très différente. La première, c'est que l'absence d'attache locale en terme de magasin rend possible l'externalisation d'une partie des différentes fonctions citées précédemment : le paiement, la gestion des commandes, la distribution, éventuellement le service après-vente. Et même toutes les opérations, dans un cas qui reste minoritaire mais qui est important, celui du bien lui-même numérique, informationnel. Vous avez parlé en introduction des biens culturels. Aujourd'hui il existe un autre service très important, qui pèse plus lourd et dont les enjeux sont peut-être moins visibles, c'est le tourisme. Mais il ne s'agit que d'une feuille d'information puisque c'est du papier et qu'il n'y a pas de contenu matériel. Cette modification touche, en ce qui concerne la fiscalité, aux éléments de taxe sur la consommation véritablement et, éventuellement, des taxes liées à la présence d'un acteur économique, via des locaux ou autres, sur un territoire.

La deuxième modification, c'est que cette activité étant par essence, mondiale, on retrouve des stratégies d'optimisation de leur impôt sur les sociétés Ce qui en soit n'est absolument pas nouveau. Cette optimisation

fiscale existe dès lors qu'on est présent sur différents marchés mondiaux avec de grandes possibilités de faire bouger les choses. C'est assez classique, on a des filiales, on fait des transferts intra-groupes, on fait des redevances entre les différentes filiales. Cela existait bien avant le numérique et ne s'applique pas qu'aux acteurs étrangers puisque les acteurs français le font très bien également. Mais le point spécifique que va apporter le numérique, c'est que la valeur des actifs, c'est-à-dire ce sur quoi les entreprises jouent, ce n'est pas comme traditionnellement des magasins, des usines, des entrepôts ou autres, ce sont principalement des logiciels et des brevets attachés aux logiciels. Et ça c'est par nature quelque chose de très différent. Ce qui change radicalement c'est l'approche de l'entreprise.

L'autre approche c'est, bien sûr, de considérer l'Etat. On ne voit pas seulement les contributeurs de fiscalité mais également celui qui les perçoit. Le décalage entre l'explosion du commerce électronique (+ 20 % par an de croissance depuis cinq ans) et la croissance globale de notre pays, de son produit intérieur brut (1,1 % depuis dix ans) semble un véritable mystère. Toute nouvelle activité dans une économie qui se développe, - ce qui est le cas du commerce électronique -, va normalement toucher la croissance par différents biais : la consommation des ménages, l'investissement, lorsque les acteurs de ces nouvelles activités vont déployer du capital, le commerce extérieur si on vend à l'étranger et si on le substitue à des importations. Il faut ajouter également la dernière composante de la croissance qui est la dépense publique puisque toute nouvelle activité étant fiscalisée, fournit des moyens qui peuvent être utilisés dans un tout autre domaine par l'Etat.

Or on n'observe rien de tel. Ce développement de l'activité, non seulement fait échapper une base fiscale, mais surtout n'entraîne pas la croissance économique de notre pays. On a donc également une perte globale liée à cette absence d'effet d'entraînement que devrait avoir, historiquement, toute nouvelle activité, même totalement importée. Et ce point spécifique joue un rôle très particulier en France parce que notre croissance est massivement, principalement liée à la consommation. C'est une caractéristique française. Les trois quarts de la progression de notre PIB, depuis dix ans, sont dus à la consommation. Plus de la moitié des recettes de l'Etat sont indirectement tirées de la taxe à la consommation qu'est la TVA. Cette absence de prise du développement d'une activité via la consommation joue donc chez nous un rôle très important.

De ce fait, - et je vais publier un « *policy paper* » sur ce thème dans les prochaines semaines - les comparaisons internationales classiques menées sur l'impact du numérique qui regardent l'accumulation du capital et la production de la productivité montrent que la France, finalement, bénéficie, certes, d'une dynamisation de son économie via le numérique mais en profite moins que d'autres pays. Et l'une des explications de cette différence vient, indépendamment des effets fiscaux, du fait que cela touche principalement la consommation des ménages. Or, dans le cas du numérique, cette consommation échappe assez largement à l'ancrage territorial.

La première solution pourrait consister à imposer des règles aux acteurs. Il faudrait établir un rapport de force et jouer sur la logique du droit et de la fiscalité. Il faudrait considérer l'horizon du marché domestique et la légitimité des biais concurrentiels que cela proposerait. Ce serait une première lecture.

La seconde lecture, que je souhaite avancer à la fois par provocation mais aussi par expérience historique, consisterait en une approche strictement économique. Si des acteurs étrangers gagnent de l'activité, des emplois, des recettes grâce à cette approche, pourquoi ne donnerions-nous pas également à certaines de nos entreprises les moyens de les combattre ? Cela imposerait des dérogations, parce que cela imposerait des pertes de recettes fiscales directes, mais cette perte directe de fiscalité pourrait être compensée par les gains indirects de croissance qui seraient obtenus par ces acteurs. Ceux-ci ne se limiteraient pas aux marchés domestiques mais pourraient alors concurrencer sur les marchés mondiaux les sites tels qu'Amazon, Google et autres d'aujourd'hui.

Il y a là conflit entre le besoin d'être équitables et la volonté de lutter contre l'évasion fiscale. Et d'autre part, cette logique économique indirecte qui permettrait à certains acteurs de se rendre concurrentiels serait difficile à mettre en œuvre.

Cela peut paraître complètement utopique mais ce mélange des genres existe dans le transport aérien. Le rapport de force consiste à imposer certaines règles, en contrepartie de l'accès à nos aéroports, ce qui nous permet de maîtriser l'espace. Mais en parallèle il existe une subvention massive du kérosène. Ce qui revient à donner à nos acteurs nationaux les moyens de se doter d'atouts concurrentiels vis-à-vis d'autres compétiteurs.

Pour terminer, cette utopie m'incite aussi à une réflexion. Dans le paysage du numérique, on insiste beaucoup, et à raison, sur l'investissement des opérateurs télécom et les infrastructures qui leurs sont nécessaires. Ils constituent des atouts à la fois technologiques et de capacité de modernité d'offres. Mais il faut rappeler que la France, il y a dix ou quinze ans, était très bien placée dans le commerce. Les grandes entreprises françaises ont été les premières à projeter des hypermarchés à l'étranger, à aller conquérir de nouveaux marchés. Elles ont mis au point des organisations, par l'intermédiaire de branches et des réseaux spécialisés, ce qui a ensuite été imité dans certains pays. La France était également très performante dans le domaine de l'informatique applicative. Et elle l'était aussi dans le domaine du tourisme qui reste, encore aujourd'hui, le principal destinataire du commerce électronique. Le commerce électronique touche massivement le tourisme, ensuite les produits dits techniques, l'habillement et puis ensuite les biens culturels et bien d'autres éléments. En résumé, nous étions très performants dans le domaine du tourisme, dans le domaine des télécoms, dans le domaine du commerce, et également celui de l'informatique applicative. Alors pourquoi a-t-on raté le développement du commerce électronique ? Quels sont les facteurs qui ont fait que, soit les acteurs, par intérêt propre, soit la puissance

publique par incitation, ne se sont pas projetés dans cette nouvelle activité de croissance que l'on observait quand même partout dans le monde, y compris aux Etats-Unis qui sont un exemple. Cette question peut aider à réfléchir à des mesures, y compris fiscales. Elle peut aider à réfléchir à ce que seront notre croissance et nos ressources de demain.

M. Pascal Perez. – Merci pour cet exposé qui ouvre des perspectives très concrètes pour le court et le moyen terme et je souhaiterais que nos participants à la table ronde réagissent à tes propos.

M. Ignacio Garcia Alves. – Par rapport à la question « pourquoi n'a-t-on pas réussi et pourquoi d'autres ont réussi ? » je pense que la Chine et les Etats-Unis ont adopté une politique fiscale très efficace sur la partie logicielle. Ils ont su créer tout l'environnement nécessaire, pour devenir les leaders dans ce domaine, en ce qui concerne les mécanismes de taxes, d'emplois, de facilités, tout ce qui concerne la création d'entreprises. L'Europe, elle, n'a pas vraiment choisi cette bataille et manquait un peu de vision à l'époque, je pense que c'est l'une des raisons.

M. Pierre Louette. – J'ai été très intéressé par ce que disait Gilles Le Blanc, notamment sur l'absence d'effet d'entraînement, parce que ça rejoint un peu le thème de la déterritorialisation. Quelque chose se crée, dont on profite assez peu. Ce qui est frappant c'est que, dans le domaine de l'Internet comme dans celui du commerce, il existe différents modèles. Un modèle dans lequel on échange des bits contre des bits, c'est-à-dire typiquement ce que fait un Apple avec iTunes. Il s'agit vraiment d'un produit numérique acheté sur un vecteur numérique, payé de façon numérique. Il y a là quelque chose de presque pur et parfait dans le développement et le succès et cela nous échappe totalement.

Ce modèle peut renvoyer de l'argent vers des ayant-droit qui sont localisés un peu autour de la planète mais c'est quand même un modèle qui se constitue de façon désincarnée, « désintermédiée » aussi, et déterritorialisée. C'est en suspens, c'est un peu « gazeux ». Par voie de conséquence, cela n'est pas inscrit ou très peu, dans la réalité d'un pays.

Concernant le commerce du tourisme, on a aussi une transaction en ligne, une recherche et puis cela devient quelque chose de physique dans un pays. La France en bénéficie d'ailleurs énormément mais c'est vrai un peu partout.

Mais en dehors de cet aspect du commerce, il existe tout de même quelques exemples de réussite dans le commerce électronique français. Je ne veux pas citer de noms, mais on a réussi, malgré tout, à obtenir de grands succès dans le domaine du commerce électronique, alors même que rien n'a particulièrement été fait en matière d'environnement, de simplification des procédures, ou de création de zones franches de développement d'opérateurs de commerce afin de les faire bénéficier de toutes les conditions du succès. Ils se sont quand même bien développés. On y arrive malgré tout mais c'est toujours un peu plus compliqué pour les Français.

M. Pascal Perez. – Merci. Nous allons commencer un échange avec les personnes qui veulent initier quelques questions.

Mme Sylvie Forbin, directrice des affaires institutionnelles et européennes de Vivendi. – Je trouve extrêmement utile et intéressante l'analyse que vient de nous faire Gilles Le Blanc. Je souhaiterais ajouter quelque chose à l'analyse par pays parce que, même s'il est vrai que l'on peut, effectivement, faire notre *mea culpa* en considérant que nous n'avons pas été au rendez-vous alors même que nous possédions des atouts majeurs.

Nous pouvons néanmoins constater que dans les dernières années, la France n'est pas la seule à avoir manqué ce rendez-vous de la croissance de l'économie numérique et que peut-être, au-delà même de « l'analyse pays », on peut se livrer à une « analyse secteur » ou une « analyse-opérateur ». En réalité, certains opérateurs ont gagné, on les connaît, et certains opérateurs ont perdu, ce sont les opérateurs télécom. Et je pense qu'il serait peut-être plus utile, pour trouver les solutions que nous recherchons, de nous interroger sur les opportunités qu'ont pu saisir les grandes plateformes des « *over the top* » (OTT) dont vous avez parlé par rapport aux opérateurs télécom.

Et par ailleurs, dans cette phase de déploiement, nous savons que la part du piratage est extrêmement importante. Il faut le prendre en considération en ce qui concerne les pertes de recettes fiscales qui sont liées à cette situation qui est, fort heureusement, en train de changer aujourd'hui.

M. Philippe Marini, président de la commission des finances. – Je me demandais si Gilles Le Blanc avait analysé les stratégies mises en œuvre par les grands acteurs mondiaux. Nous avons commencé en examinant les questions qui se posent aux grandes entreprises de réseaux non délocalisables présentes sur notre territoire et dont on a vu que, du point de vue de l'emploi, elles jouent un rôle tout à fait majeur. Mais nous avons aussi observé dans l'étude Arthur D. Little que d'autres segments de l'économie du numérique, qui induisent autant d'activité, ont des contreparties d'emplois très faibles et, bien entendu, des contreparties fiscales inexistantes ou extrêmement faibles. A votre avis, une situation de cette nature résulte-t-elle d'une sorte de dessein ou est-ce simplement le hasard des choses ? Pourriez-vous aller un peu plus avant dans votre analyse, que je trouve très éclairante, dans laquelle vous nous dites que la France est plus pénalisée que d'autres, compte tenu des structures de son économie, de son modèle de croissance mais aussi de son modèle d'organisation socio-politique ?

M. Gilles Le Blanc. – Je peux peut-être juste esquisser quelques éléments parce que c'est un peu compliqué. Tout d'abord, je ne veux absolument pas donner l'impression que je critique la France en disant « on a été mauvais ». Ce n'est vraiment pas le point. Il s'agit plutôt de dire « on a fait certains choix, on aurait pu en faire d'autres ». Il faudrait vraiment bien comprendre ce qui a empêché ces choix d'être faits à une certaine époque.

En ce qui concerne le lien entre activité économique en volume et emploi, et la contribution relative entre les différentes couches ou étapes qui

composent le numérique, nous avons effectivement une prédominance et ce n'est pas une prédominance uniquement française mais également européenne. Je pense qu'il est intéressant de parler de numérique et pas seulement de télécom ou d'Internet. Il faut vraiment avoir une approche du numérique. Par exemple, la carte vitale dans sa nouvelle formulation, c'est du numérique qui a un impact économique important.

Quand on parle du numérique au sens large, en examinant toutes les activités concernées, c'est vrai qu'en Europe et en France, on a un poids beaucoup plus important à la fois dans l'emploi, dans le chiffre d'affaires, dans les classements mondiaux des entreprises les plus significatives et dans la recherche et le développement des télécoms *stricto sensu* et également, un peu, dans le domaine des logiciels. Quand on regarde ensuite secteur par secteur ce qui contribue le plus à la croissance française et européenne, ce sont ces deux domaines-là, les télécoms et les logiciels.

Ce sont des choix. On a orienté et spécialisé nos ressources dans cette direction. On a incité et on a dépensé, y compris des ressources publiques, pour le faire. On a réussi puisqu'on a des acteurs européens dans les télécommunications de premier rang mondial.

Le problème c'est qu'à côté de ça il existe tout un autre ensemble d'activités qui sont principalement tous les services et le commerce qui peuvent être développés sur ces plateformes, sur ces outils et sur lesquels on est clairement moins performants. D'autres acteurs ont donc pris la place et comme il s'agit d'éléments dématérialisés, les emplois associés à ces autres activités ne sont pas situés dans notre pays. Du coup il y a une répartition un petit peu internationale qui est la résultante, et je précise bien européenne versus restant du monde plus que française, qui est cette séparation entre les infrastructures, les ressources de communication et les services associés. Ces services peuvent être extrêmement « main-d'œuvre intensive » et c'est quand même intéressant de préciser que dans le commerce électronique, nous avons des acteurs qui se développent et créent des emplois. Simplement, la localisation des fournisseurs de ces services n'est que marginalement domestique.

M. Philippe Marini, président de la commission des finances. – Et le biais fiscal existe parce qu'il peut attirer ici, dissuader là, et il aggrave en réalité cette situation que vous décrivez.

M. Gilles Le Blanc. – Absolument, il l'aggrave de deux façons. La première, l'évasion de recettes fiscales, est à l'origine de votre préoccupation et de la construction possible de remèdes. Second point de vue, les fournisseurs et concurrents français domestiques ne peuvent se construire dans des conditions concurrentielles tenables. D'où le dilemme fiscal auquel nous sommes confrontés : réussir à mieux taxer des choses qui nous échappent ou, dans un environnement qui est ce qu'il est au plan mondial, donner le moyen à des acteurs français de développer des offres concurrentielles avec,

éventuellement, des bénéficiaires indirects. C'est un choix non pas économique mais largement politique.

M. Pierre Louette. – On retrouve bien, dans ce que Gilles Le Blanc évoque, cette question de la création d'un lien entre la richesse créée, l'endroit où elle est créée et ses bénéficiaires. Je rapproche cela, à certains égards, et là je quitte un instant le terrain de la fiscalité, de la question assez large du financement des réseaux. Il y a, d'une part, des producteurs d'infrastructures qui sont en concurrence aggravée les uns avec les autres, avec une concurrence sur les infrastructures par ailleurs et, d'autre part, il y a ces producteurs qui doivent déposer, dans le sol ou dans les airs, des réseaux de plus en plus importants pour transporter des données d'acteurs qui ne contribuent pas, ou très faiblement, au financement des réseaux.

A ma connaissance, c'est l'une des premières fois où une telle déconnexion existe entre l'intensité de l'usage que l'on a et la contribution au financement que l'on fait. Que l'on soit un énorme transporteur de données ou que l'on soit un petit, on est à peu près autant ou aussi faiblement contributeur au financement d'un réseau. C'est d'ailleurs quelque chose qui est assez justement strictement encadré et surveillé par la thématique de la neutralité. On ne voudrait pas non plus, selon que l'on soit riche, puissant ou pauvre, être plus ou moins vite acheminé.

Cette question de la neutralité ressort des contenus mais il y a également le problème des « *Free riding* ». Des producteurs d'énormes quantités de données circulent, naviguent sur des infrastructures onéreuses qui grèvent les comptes de ceux qui les construisent et les gèrent sans contribuer de façon importante à ce financement. C'est un autre aspect de la rupture de lien entre intensité d'usage et financement.

Dans tous ces domaines, on a le sentiment qu'il faut qu'on appelle nos experts et notre législateur à faire œuvre originale pour reconstituer, recréer et rétablir ce lien-là. Dans le domaine de la fiscalité et, peut-être au niveau européen, dans le domaine des infrastructures.

M. Ignacio Garcia Alves. – Une petite précision. Quand on parle du numérique, il y a la partie télécoms, il y a la partie des services et des logiciels et puis il y a la partie du matériel. Ce qui s'est passé en France, c'est que, en 2005, un français moyen dépensait à peu près 2,5 % pour ses services télécoms et à peu près 2,5 % pour le matériel. Le matériel, c'est l'ordinateur, les téléphones, la radio, la télévision, qui sont également numériques. En 2010, un français moyen dépense 2,8 % pour sa téléphonie et à peu près 4,2 % pour l'équipement numérique et multimédia. Les télévisions, les écrans plats, les ordinateurs, les tablettes, les *smartphones*, etc. La part plus grande dépensée par les français concerne des produits issus majoritairement de l'étranger. Les français dépensent plus dans le numérique mais cela bénéficie plutôt aux économies extérieures.

Mme Fanny Favorel-Pige, secrétaire générale du Conseil du commerce de France. – M. Marini nous a rencontrés récemment. Nous

regroupons tous les acteurs traditionnels du commerce : l'habillement, les grands magasins, les succursalistes de la mode. Nous sommes aujourd'hui tout à fait présents sur Internet. Nous sommes des e-commerçants autant que des commerçants physiques.

J'ai bien relevé que vous disiez que les opérateurs de télécoms pouvaient être considérés comme une « vache à lait » facilement taxables parce que non délocalisables. J'ai le sentiment qu'on aurait peut-être envie de se tourner vers une autre « vache à lait » qui est le commerce et notamment le commerce physique qui a été, ces dix dernières années, une grande « vache à lait » de la fiscalité, notamment de la fiscalité locale.

Nous sommes parfaitement conscients de tous les enjeux d'évasion fiscale et des problèmes d'assiette fiscale. C'est un problème qui ne touche pas que la France. Mais il ne faudrait pas non plus que cela n'aboutisse qu'à alourdir la recherche sur un secteur qui fait aussi du développement informatique et du développement technologique. Je vais organiser pour mes adhérents un petit déjeuner sur la façon dont certains pourraient utiliser le crédit impôt-recherche pour la recherche dans le secteur, même si nous ne sommes pas du tout dans les mêmes proportions que le secteur des technologies. Et deuxième point, je souhaiterais connaître l'état des réflexions dans d'autres Etats européens ou extra-européens sur ce point.

M. Yann Moulier Boutang, professeur de sciences économiques, Université de Technologie de Compiègne et directeur adjoint du laboratoire Costech (Connaissance, Organisation, systèmes techniques). – J'ai une question et une suggestion. En ce qui concerne les possibilités pour la France de favoriser des industries en faisant des choix fiscaux protecteurs, il me semble qu'on ne peut pas parler de cela à l'échelle nationale sans avoir immédiatement non pas l'Europe sur le dos mais également les traités internationaux. On ne peut pas avoir une politique nationale dans un domaine aussi sensible que les nouvelles technologies en prônant quelque chose qui ne soit pas un mécanisme européen.

La deuxième question est une suggestion. Je me demande si, dans l'analyse de ce qui manque du point de vue des retombées de la richesse de l'économie numérique sur le territoire et donc sur la fiscalité, il n'y a pas un biais qui continue d'être industriel dans notre réflexion qui explique peut-être pourquoi nous sommes beaucoup moins performants, dans le domaine de l'économie numérique, que les Etats-Unis à pourcentage de l'industrie dans le PIB à peu près équivalent. Entre 16 et 14 %. Il me semble que c'est la question.

Les Etats-Unis ont clairement choisi, depuis la dérégulation ITT, une politique non pas de soutien des opérateurs industriels de fournisseurs des télécoms – c'est plutôt le choix de la France - et ont tout misé sur une réflexion sur le circuit économique nouveau de l'économie numérique. Ce circuit est celui pratiqué par Google, celui pratiqué par Apple. Et tandis que nous nous enfonçons dans une logique classique des portails avec une

fréquentation des portails et uniquement de la publicité directe, Google et Apple s'engageaient dans une vision de plateformes intégrées beaucoup plus puissantes, qui mêlaient à la fois la conception du *hard-ware* et la conception des modèles économiques qui incluent beaucoup plus les externalités positives qu'elles ne le sont dans le modèle français actuel.

Ce qui manque, ce n'est pas simplement une stratégie industrielle, c'est une réflexion sur les modèles d'économie numérique globaux dont certains pays ont compris la complexité et qu'ils utilisent, avec le « *cloud computing* ». De ce point de vue, nous restons effectivement en-deçà de cette réflexion.

Il faut peut-être s'orienter vers une piste qui irait dans le sens d'une taxation des transactions globales sur le numérique et pas simplement dans celui d'une taxation sectorielle industrielle, avec un bénéfice particulier pour une industrie de plate-forme industrielle.

M. Philippe Marini, président de la commission des finances. – Il me semble que la fonction de la fiscalité, en la matière, c'est d'être neutre, de ne pas favoriser spécifiquement un mode d'organisation industriel ou juridique. Et cette neutralité peut être placée en symétrie par rapport au principe de neutralité de l'Internet. Cette notion de neutralité doit vouloir dire qu'une transaction est une transaction, quelles que soient ses modalités techniques, et a vocation à être appréhendée et de manière équitable.

Deuxième élément, notre économie possède, en effet, des structures très caractéristiques qui ont été fort bien rappelées. Une fiscalité plus neutre devrait au moins être en mesure de permettre au tissu économique de faire ses choix. Ce serait le contraire d'une fiscalité interventionniste ou de pénalité interventionniste ou d'incitation interventionniste dont, au demeurant, nous n'avons plus ou n'aurons plus les moyens.

Enfin, sur les aspects soulevés par l'Alliance du commerce, il me semble que votre problématique, toutes proportions gardées, est assez voisine de celle qui a été développée par les opérateurs de télécommunication. Vous n'êtes pas délocalisables. Vous vous appuyez sur des éléments physiques qui permettent d'asseoir facilement des taxations et notamment des taxations locales. Et dans l'exercice que nous allons faire, sous le principe de territorialisation, nous pourrions aussi nous interroger sur la déclinaison locale de la territorialisation. La cotisation sur la valeur ajoutée d'une entreprise, que je considère comme un impôt tout à fait moderne, est un impôt qui n'a pas encore pris toute sa place dans le système fiscal et qui a vocation à couvrir un domaine tel que celui que nous traitons aujourd'hui.

2^{ÈME} TABLE RONDE - LA NÉCESSAIRE ADAPTATION DE LA FISCALITÉ FACE À L'INDUSTRIALISATION DES ÉCHANGES NUMÉRIQUES SANS FRONTIÈRE

M. Pascal Perez, directeur, Formules économiques locales. – Je serais heureux d'appeler Philippe Laurent et je l'invite à nous rejoindre ainsi que Franck Le Mentec, Michel Calmejane et Jean-François Vilotte.

Je remercie Philippe Laurent d'avoir bien voulu se prêter au jeu du grand témoin dans la mesure où il possède de nombreuses expertises pour appréhender ce que nous allons traiter dans cette table ronde, c'est-à-dire les finances, la fiscalité et la dimension culturelle qu'il incarne à travers sa présidence de la fédération des villes pour la culture et parce qu'il est maire de Sceaux également et grand spécialiste des finances locales.

Je ne vais pas vous demander de faire un exposé initial sur le sujet. En revanche, nous serons très attentifs à vos réactions sur les thèmes qui vont être développés dans cette table ronde et qui ont pour objet d'approfondir la première. A travers son exposé liminaire, Franck le Mentec nous expliquera notamment les mécanismes d'optimisation fiscale. Puis Michel Calmejane interviendra sous la forme d'un exposé de questions-réponses sur la technologie et la façon dont les phénomènes d'informatique en nuage sont de nature à amplifier notre préoccupation. Il nous fera part de la façon dont il voit, effectivement, l'adaptation de cette fiscalité à cette nouvelle économie. Enfin, Jean-François Vilotte, président de l'Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL) qui a déjà un exercice et un acquis remarquable, nous fera part d'une expérience unique et récente de captation réussie de recettes fiscales sur une activité numérique.

M. Franck le Mentec, avocat, cabinet Cotty, Vivant, Marchisio, Lauzeral. – Merci. Mon propos est un propos introductif aux discussions techniques de cet après-midi sur les nouvelles assiettes fiscales qui peuvent être trouvées. Mon propos est objectif, non partisan et l'objet est de présenter de manière claire, je l'espère, les principes fiscaux qui s'appliquent aux activités numériques.

Il existe un préconditionnement médiatique. On nous parle d'évasion fiscale, de montages sophistiqués. Il y a un grand brouillard finalement sur la fiscalité numérique et lorsqu'on regarde de près les principes qui s'appliquent, les traitements fiscaux qui sont réservés aux grands acteurs, les choses sont très claires, très simples. Il n'existe en fait aucun montage sophistiqué. Ces montages ne sont pas destinés à éluder l'impôt français, ce sont plutôt des montages d'optimisation de l'impôt américain. Ce sont donc les Etats-Unis qui devraient s'en plaindre plutôt que la France.

En tout état de cause, il existe effectivement des distorsions de situation. Ce ne sont pas des différences de traitement, les règles sont les

mêmes pour tous, mais ce sont des différences de traitement entre les acteurs français et les grands acteurs qui ont été cités, principalement américains. Ces distorsions sont le résultat de deux éléments.

D'une part, l'absence d'harmonisation communautaire en matière de taux d'imposition. Vous êtes acteur américain, vous souhaitez vous implanter en Europe pour proposer une activité de téléchargement à vos clients et vous avez le choix entre plusieurs Etats européens. Pourquoi iriez-vous vous établir dans un Etat où vous seriez plus imposé que dans un autre ? C'est finalement une décision de gestion assez saine de s'implanter là où l'on paie le moins d'impôt.

D'autre part, l'inadaptation des règles fiscales qui sont très anciennes et qui ne permettent pas aux Etats de consommation de capter la valeur créée par les activités du numérique. La marge de manœuvre des gouvernants qui souhaitent introduire de nouvelles taxes fiscales ou para-fiscales est extrêmement étroite compte tenu de ce cadre fiscal séculaire qui ne permet pas d'appréhender complètement les richesses créées par ces activités numériques.

S'agissant du cadre technique, il n'y a que deux principes qui expliquent ces traitements de faveur. Le cadre fiscal qui s'applique en France à ces activités numériques date de 1914, c'est la loi sur l'impôt sur le revenu, et de 1965, c'est le cadre de l'impôt sur les sociétés. On demande donc à une loi de 1965 d'essayer de capter des richesses du numérique. Il y a donc une certaine inadaptation de règles qui n'avaient pas du tout anticipé ces développements informatiques et numériques.

Puis il y a les conventions fiscales et c'est sans doute la pierre angulaire du système en la matière parce que les activités sont essentiellement internationales. Les conventions fiscales qui sont pratiquement toutes, - en tout cas celles de la France -, basées sur le modèle OCDE qui date de 1945 et qui sont fondées sur le principe d'établissements stables. Cette notion a déjà été évoquée et c'est effectivement le fondement de la situation que l'on connaît aujourd'hui.

Enfin, il y a un quatrième pilier fiscal qui est le système de la TVA et qui date de 1954. On a donc un cadre fiscal qui date des années 50-60 et on essaie de le solliciter pour qu'il capte des créations de valeur qui sont des activités quelque peu « gazeuses » comme le disait tout à l'heure Monsieur Louette et qu'on a du mal à capter. Sachant que tous ces systèmes fiscaux sont basés sur un critère physique, une activité physique, de magasin.

Il existe donc deux grands principes qui font qu'aujourd'hui un grand nombre de sociétés sont établies au Luxembourg ou en Irlande. Premièrement, un principe basé sur les conventions fiscales, selon lequel un Etat, tel la France, ne peut taxer en France que les sociétés étrangères qui ont, sur son territoire, un établissement stable.

Lorsque vous téléchargez des fichiers depuis les sites de Google ou Amazon, vous téléchargez auprès d'une société irlandaise ou

luxembourgeoise, qui n'a pas de présence physique en France, pas d'établissement stable en France. Un établissement stable est une installation fixe d'affaire. Ces acteurs n'ayant aucune installation fixe d'affaire en France ne sont pas taxables en France.

Et ce concept d'établissement stable s'accommode assez mal de toutes ces activités numériques. Il y a eu des discussions au sein de l'OCDE afin de savoir si un site pouvait constituer un établissement stable, la réponse est non. Un serveur peut-il constituer un établissement stable ? La réponse est oui, sous conditions. Ces conditions sont assez exceptionnellement remplies en pratique. Un réseau peut-il constituer un établissement stable ? La réponse de principe rendue par l'OCDE assez récemment est non.

En revanche, nous voyons que d'autres secteurs d'activité tels les distributions de produits pétroliers, sont, eux, soumis à des caractérisations d'établissements stables sur les pipe-lines, donc sur les tuyaux, dans certains Etats. Alors pourquoi ne pas prévoir également une taxation sur les réseaux ?

On observe que certains Etats commencent même à considérer qu'on a un établissement stable dans un pays lorsqu'on y installe des dispositifs permettant de capter un signal. Le Venezuela et l'Equateur ont tous deux commencé à taxer des entreprises de télécommunications parce qu'ils se sont aperçus que les satellites tournaient toujours autour de leur espace aérien. Ils ont considéré que ces satellites devaient être considérés comme un établissement stable chez eux, tout simplement parce qu'ils se trouvaient à 36 000 kms au-dessus de leur tête en permanence.

On assiste donc à une sorte d'élargissement de la notion d'établissement stable qui s'accommode mal, encore une fois, de ces activités numériques que le législateur de 1965 n'avait pas anticipées et que, surtout, les conventions fiscales, qui lient actuellement la France, ne prévoient pas de manière précise.

Il existe aujourd'hui à peu près une centaine de conventions fiscales signées par la France et si on souhaite introduire, par exemple, la notion d'établissement stable virtuel, il faut renégocier une centaine de conventions fiscales avec nos partenaires. Sachant que pour une convention, le délai de négociation est d'environ trois ou cinq ans, je pense qu'avant d'avoir modifié les cent conventions fiscales, nous serons passés encore à une nouvelle technologie. Et dans le monde, il existe à peu près deux mille conventions fiscales. Sachant que la France peut difficilement agir seule en ce domaine, ça veut dire qu'il y aurait deux mille conventions fiscales à renégocier et dont il faudrait débattre au Parlement pour modifier les fondements de l'imposition. Ce concept d'établissement stable est le premier principe, qui est essentiel.

Deuxième principe, très important, selon lequel, en matière de TVA dans les relations *B to C*, lorsqu'un prestataire fournit un service par l'intermédiaire de sites de téléchargement à un consommateur qui n'est pas assujéti à la TVA, la TVA est due exclusivement dans le lieu de l'établissement du prestataire. On aboutit donc à une concurrence fiscale entre

Etats qui conduit, dès lors que le taux de TVA n'est pas harmonisé au sein de l'Union européenne, à s'implanter dans un Etat où le taux de TVA est le plus bas.

Et de ce fait, quand on tient un discours qui consiste à jeter l'opprobre sur les acteurs, on se trompe de cible. Ce sont plutôt les Etats qui pratiquent du dumping fiscal qui devraient être visés par ces mesures. Les résultats seront sûrement meilleurs si on met en œuvre une discussion collective, comme cela a été fait en matière de TVA, permettant de modifier les fondements du système, plutôt que de créer de petits impôts qui finalement ont très peu de portée, sont très sectoriels et rapportent, comme la «taxe Google», 20 millions d'euros, ce qui représente vraiment un petit impôt.

Voilà donc les deux grands principes, établissement stable et TVA. Je ferai un bref rappel des discussions antérieures sur la fiscalité du numérique. C'est amusant de voir ce débat ressurgir aujourd'hui. Il n'est pas nouveau, il y a eu énormément de discussions au début des années 2000. Les travaux de l'Union européenne, en 1996, avaient prévu d'instaurer ce qu'on appelait une «*bits tax*», une taxe sur les octets, qui a vite été abandonnée parce qu'on taxait des octets sans aucune considération de la valeur des informations transmises. Vous pouvez avoir une grande photo qui ne vaut rien mais qui prend beaucoup d'octets et, en comparaison, un petit rapport de recherche d'une grande valeur potentielle mais pouvant revêtir le format Word. Donc, taxer les octets échangés n'avait pas grande pertinence puisqu'on ne considérait pas la valeur sous-jacente des informations échangées.

Puis il y a eu cet important «*Internet tax freedom act*» de 1998. Les Etats-Unis ont souhaité privilégier le secteur et se sont interdit d'introduire toute taxe sur les activités numériques. Ensuite, de 2000 à 2003, l'OCDE a fait un important travail pour essayer d'adapter les règles des conventions fiscales à ce nouveau secteur d'activité.

En 2000, des tas de rapports sont parus sur la manière de modifier les conventions fiscales pour éventuellement créer un nouveau concept d'établissement stable afin que les Etats de consommation puissent bénéficier de l'activité numérique. La conclusion de l'OCDE a été très claire : en pratique, il est impossible de modifier les règles, on ne peut que les adapter. Deux conclusions ont été tirées : un site ne constitue pas un établissement stable et un serveur peut, en revanche, en constituer un.

On constate que pendant dix ans, il n'y a plus eu aucune étude de doctrine, de gouvernement ou d'Institut international sur ce thème. Depuis 2003, depuis le rapport Ottawa de l'OCDE, il y a eu une sorte de renoncement. Les Etats se sont dits qu'il n'y avait finalement pas de solution, que mieux valait essayer de capter ce qui était possible et qu'ils verraient ensuite.

Actuellement, crise oblige, on essaie de ressortir les projets des tiroirs, sans doute pour construire de nouvelles assiettes fiscales et on voit le débat se repositionner sur le numérique.

Il y a eu la tentative de la taxe Google, avortée, qui va sans doute revenir aujourd'hui. Et ensuite, les autres mesures prises en la matière, qui visaient surtout à mettre fin à la discrimination entre des ventes physiques et des ventes par Internet.

Je pense au livre numérique, depuis janvier 2012, je pense au domaine de la presse, avec un alignement partiel entre la presse diffusée par voie papier et la presse diffusée par Internet. Et la réforme la plus marquante, bien sûr, c'est celle de la TVA, que vous connaissez. Ce sacro-saint principe selon lequel la TVA en *B to C* est exclusivement due dans le lieu du prestataire va être modifié et la TVA sera alors due dans l'Etat de consommation. En pratique, nous n'avons aucune idée de la façon dont cela va fonctionner.

Le texte dit que la TVA est due dans l'Etat d'établissement ou du domicile du consommateur. Comment les Etats vont-ils pouvoir identifier l'établissement ou le domicile du consommateur ? Lorsqu'un luxembourgeois télécharge un fichier dans un cyber café en France, comment établir le domicile ou l'établissement du consommateur ? De nombreux problèmes pratiques vont se poser. Se fie-t-on à l'adresse IP, faut-il envoyer son numéro de passeport - qui n'indique d'ailleurs pas le lieu du domicile ? En pratique, nous allons être confrontés à de grandes difficultés pour identifier le domicile du consommateur. Ceci est un autre débat pour 2015.

M. Pascal Perez. – Merci pour cet exposé qui, j'espère, aura éclairé ceux qui ne sont pas familiers de la fiscalité mais qui sont familiers de l'Internet. Il nous donne un paysage historique, conceptuel de ce qu'est la fiscalité et montre aussi la difficulté à traiter des sujets à partir des outils et des dispositions, en tout cas des postures gouvernementales à ce jour.

Pour approfondir cette problématique illustrée de l'optimisation fiscale qui a sa source dans la nature des technologies, il est intéressant d'interroger Michel Calmejane. Il est le directeur de Colt Technology Services. Colt est un opérateur dont on entend beaucoup moins parler que les opérateurs « grand public » parce que c'est un opérateur « *B to B* ». Sa spécialité est le service aux entreprises en matière de télécoms et de gestion de données. Colt a investi, dès 1992, dans un réseau de fibre optique européen et dans des centres d'hébergement qui sont un des cœurs de notre réflexion d'aujourd'hui. Je remercie d'ailleurs Michel Calmejane car il a beaucoup contribué à l'élaboration des réflexions préalables à cette journée et je voudrais lui demander comment il peut illustrer le fait que la technologie et, notamment, l'informatique en nuage, ce qu'on appelle le « *cloud computing* », est un élément d'optimisation fiscale, d'accélération du phénomène. Je crois d'ailleurs que le président sera très intéressé d'avoir une explication simple de ce qu'est le « *cloud computing* », comme nous tous d'ailleurs.

M. Michel Calmejane, directeur général de Colt Technology Services. - Je ne suis pas sûr d'arriver à faire simple. Mon actionnaire est une famille américaine de Boston qui a eu le courage d'investir six milliards de

dollars dans les territoires européens, avec une vision qui consistait à interconnecter toutes les métropoles européennes. A ce titre, nous avons déployé de la fibre, des *data centers* et nous avons profondément investi. L'inconvénient, c'est que les plus grands acteurs de l'Internet sont aussi mes clients. Je me trouve entre le marteau et l'enclume.

Ceci dit, je voyage beaucoup et je regarde ce qui se passe dans les différents pays, notamment autour du « *cloud* ». J'observe les différentes législations qui sont en train de se mettre en place que ce soit en Angleterre, en Irlande, au Luxembourg, en France, (je suis aussi PDG de la filiale française) et dans d'autres pays de type plus exotique.

Pour en venir au « *cloud* », c'est quelque chose qui est en train de révolutionner à nouveau le monde de l'Internet et de l'informatique. C'est la possibilité, pour une entreprise ou un particulier, de louer, tout simplement, des ressources (un logiciel, des ressources serveurs, des données) à sa convenance, où que soit localisée cette ressource. Et ça c'est relativement important. L'ancêtre du « *cloud* », c'est l'électricité. Il y a quelque temps, chacun construisait sa centrale électrique. On va bientôt louer. Le particulier entrera dans une pièce, appuiera sur un bouton et il y aura de la puissance numérique.

Pour revenir au « *cloud* », le « container » a permis de délocaliser la production en Chine. La fibre, il ne faut pas l'oublier, a permis de délocaliser les services. On pense à l'Inde mais la fibre a permis de délocaliser beaucoup de services, à Londres aussi. La Bourse française est partie grâce ou à cause de la fibre. Il faut donc bien penser, lorsqu'on déploie de la fibre, que c'est un accélérateur de tendance dans un sens mais dans l'autre aussi. Le « *cloud* » n'est ni plus ni moins que la délocalisation de la consommation. Cela veut dire que, de plus en plus, la consommation va pouvoir technologiquement se localiser à l'endroit le plus efficace pour elle. Et je rebondis aussi sur ce que M. Le Blanc a dit puisqu'effectivement, la France subit de plein fouet cet effet-là du fait de son orientation à la consommation.

Je vais essayer d'être beaucoup plus pragmatique et de vous donner des exemples que j'observe tous les jours, soit transporter par nos réseaux, soit naître dans nos « *data centers* ». On a vu naître « Meetic », entre autre, et à ce sujet, je pense que l'industrie du numérique française, contrairement à ce qui a été dit, est extrêmement performante par rapport à d'autres pays. On a des acteurs du numérique qui ne sont pas puissants à hauteur d'un Facebook ou d'un Amazon mais en comparaison de l'Angleterre, de l'Allemagne ou de l'Italie, nous n'avons pas à rougir et la plupart du temps, cela s'est fait malgré les pouvoirs publics ou malgré la fiscalité. Meetic est une vraie réussite française.

Je pense qu'on pourra parler aussi, plus tard, des jeux sur Internet puisqu'il y a quelques PME françaises qui ont participé à l'élaboration de ces plate-formes-là dans le cadre de la nouvelle loi. Je vais vous donner deux exemples. Je vais prendre un exemple sur les particuliers pour vous montrer

quel va être l'impact du « *cloud* ». Actuellement, il existe une taxe relativement injuste qui est la taxe sur les disques durs. Elle taxe de la même manière les gens qui font de la copie pour raison marchande et ceux qui font de la copie pour raison privée. Le « *cloud* » va rajouter une injustice. Les gens qui vont acheter un disque dur pour stocker de la musique chez eux seront taxés à peu près de 15 euros par disque dur. Les gens qui vont décider d'héberger leur musique chez un fournisseur de musique en ligne ne seront pas taxés. Il existe donc déjà une grosse injustice.

Or, ce qui m'intéresse dans l'impôt, ce n'est ni la redistribution, ni l'incitation, c'est vraiment le financement des dépenses publiques, avec la notion d'équité. Que tout le monde soit taxé pour la même chose, de la même façon. On pourrait taxer les hébergeurs de musique en ligne, ce qui reviendrait à taxer des gens qui hébergent la musique en France. Or, technologiquement, le « *cloud* » permet de basculer facilement cet hébergement dans le pays le plus « accueillant ». Le « *cloud* » rajoute donc une troisième injustice.

Ensuite, je vais prendre l'exemple de l'expérience - à laquelle nous avons participé - faite par l'Islande. Ce tout petit pays a décidé de créer une industrie du « *cloud* ». Il a acheté un « *data center* », qu'on a construit en Angleterre et qu'on a transporté là-bas par bateau. Il a déployé de la fibre, parce que sans fibre, il n'y a pas de « *cloud* ». Avant même d'acheter le « *data center* », il a harmonisé son système fiscal, pour être compétitif. Il a baissé toutes les TVA, il s'est mis en règle, et il a lancé cette industrie du numérique en Islande. La raison pour laquelle il a lancé cette industrie, c'est parce qu'il avait de l'électricité très peu chère et très verte.

Ce tout petit pays a pris conscience de la totalité de l'éco-système : fibre, électricité, écologie et fiscalité et il a construit ce « *data center* ». Enormément de clients sont en train de migrer leurs systèmes d'information, soit des Etats-Unis, soit d'Europe, vers ce *data center*. Il leur permet, d'une part, d'avoir une empreinte carbone neutre, mais surtout de bénéficier d'une fiscalité relativement favorable.

Et troisième point : la protection des données. Il existe un phénomène important actuellement aux Etats-Unis. Je pense que vous connaissez tous le « *patriot act* » qui fait que les données particulières sont très peu protégées aux Etats-Unis.

Un mécanisme est donc en train de se mettre en place : des gens vont être de plus en plus incités à localiser leurs données, - donc leurs infrastructures, donc leur assiette fiscale - dans un pays qui va leur garantir, certes, une fiscalité relativement accueillante, mais également une empreinte carbone moins importante et une protection des données.

Quand on parle de fiscalité numérique, il ne faut pas oublier qu'il existe un éco-système autour de cela qui doit être pris en compte. Nous hébergeons beaucoup de nos clients, nous hébergeons quelques « *start-up* » dans nos « *data center* » et en France, la fiscalité n'est pas forcément le point numéro un de leur intérêt pour implanter leur localisation.

Je terminerai par l'exemple d'un fond d'investissement qui venait de racheter une société du numérique. Les responsables sont venus nous voir en disant « nous avons besoin de construire une plate-forme pour héberger cette nouvelle société et nous voulons deux *data centers* pour des raisons de sécurité. Nous voulons absolument un data center en Suisse. Le deuxième, vous le mettez n'importe où sauf en France ». Pour quelle raison ? Le territoire français est très attractif en termes d'hébergement du fait de la fibre déployée, du fait de la proximité des ingénieurs, du fait de la proximité de l'électricité relativement peu chère. La seule raison pour laquelle ils souhaitaient un autre pays que la France c'est qu'ils prévoyaient déjà la revente de leur société. Et en cas de revente de cette société, - c'était un fond d'investissement, ce n'était pas du tout un entrepreneur -, la taxation sur la plus-value de la revente en France est totalement dissuasive.

Voilà donc trois exemples. Une fiscalité injuste, qui va l'être encore plus. Le besoin de créer un éco système global et un comportement, non pas d'évasion fiscale, mais d'optimisation. Personne ne triche dans le monde du numérique. Il existe des « pirates », qu'il faut évidemment condamner, et, à côté, des « flibustiers » qui vont dans des îles où ils sont moins taxés. Bien qu'ils aient un comportement de flibustiers, ils ne sont pas illégaux.

Je terminerai juste avec un dernier point. On a beaucoup parlé de Megaupload récemment. L'une des raisons pour lesquelles Megaupload s'est fait attraper, c'est qu'il a eu le tort de mettre ses serveurs en Virginie, pays où l'Etat fédéral américain est le plus fort. Il les aurait mis en Suisse, il ne serait pas en prison.

M. Pascal Perez. – J'ai une question concernant le secteur de la culture. Il existe en France une réflexion très importante autour de la culture pour deux raisons et j'aimerais connaître votre opinion sur ce sujet. Premièrement, la culture est perçue comme une industrie d'avenir, à laquelle le numérique offre une grande opportunité. Comment appréhender ce postulat et les acteurs se préparent-ils mieux que ne l'ont fait les acteurs de la musique ? Et deuxième interrogation, plus stratégique, aujourd'hui la fiscalité numérique bénéficie largement aux acteurs de la culture. Au fond, est-ce une fiscalité numérique qui va permettre aux acteurs de la culture français de réussir à s'imposer sur ce marché mondial qu'est celui de la culture numérique ?

M. Michel Calmejane, directeur général de Colt Technology Services. – Là on déborde un peu de la fiscalité. Je vais essayer de vous répondre en toute humilité en vous donnant ma vision personnelle qui n'est pas forcément celle de Colt.

Je pense que deux visions du monde de la culture sont en train de s'affronter. Une économie de la contribution est en train de se mettre en place, ce qui est relativement important. D'où le succès d'acteurs du type Facebook et d'autres réseaux sociaux, Google +, etc... Il y a une vision de la culture sanctuarisée et il y a une vision de la culture qui est beaucoup plus

collaborative, avec ce que M. Stiegler appelle le retour de la figure de l'amateur.

Je pense que ce sont ces questions-là qu'il faut poser, au-delà de la fiscalité de la culture. Il faut taxer pour redistribuer, mais redistribuer pour faire quoi ? Il faut aider la culture mais pour faire quoi ? C'est comme la fibre. Il faut déployer de la fibre, mais pour faire quoi ?

Quelle est la vision de la culture numérique en France ? Quelle est la vision du ministère de la culture en termes de culture numérique ? Je ne dis pas qu'elle n'existe pas, je ne la connais pas. Il faudrait un Malraux de l'Internet, que quelqu'un écrive « le tome IV de la métamorphose des dieux » qui serait le virtuel, à la suite de l'irréel et du surnaturel. Je suis français et je suis relativement optimiste même si je me balade pas mal dans les pays européens et aux États-Unis. La culture française, au même titre que le tourisme, - qui pour moi est aussi une forme de culture - attire énormément de monde. Google est prêt à dépenser des fortunes et éventuellement de l'impôt en France pour accéder au patrimoine numérique de la France. Je pense qu'on oublie que le nouvel or noir, ce sont les données. Les données comportementales mais aussi les données numérisées. On oublie qu'un certain nombre d'acteurs américains veulent accéder aux données des archives nationales pour gagner de l'argent, ce ne sont pas des bénévoles. Je pense qu'il y a une vision de la culture numérique qui doit ou qui devrait se dessiner.

M. Pascal Perez. – Merci. La problématique de cette optimisation fiscale que l'informatique en nuage amplifie conduit à s'interroger, dans le cadre fiscal qui a été évoqué par Franck Le Mentec, sur les formes techniques qui peuvent permettre de maintenir des données dans le pays et de capter les informations de nature financière, transactionnelle qui sont produites dans le cadre du commerce électronique.

De ce point de vue là, l'exemple de la loi qui a permis la légalisation et l'organisation des jeux en ligne est extrêmement intéressant mais elle est encore peu connue. C'est la raison pour laquelle je demande à Jean-François Vilotte de nous faire part du dispositif qu'a introduit le législateur qui se traduit, dans son activité, par un certain nombre de mises en place techniques. Celles-ci sont extrêmement éclairantes, même si la question se posera ensuite de savoir dans quelle mesure elles seront duplicables à d'autres activités.

M. Jean-François Vilotte, président de l'ARJEL. – Je vais donc livrer l'expérience de l'autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL) qui est confrontée depuis maintenant près de deux ans à un secteur d'activité économique un peu spécifique, avant même d'être numérique.

Tout d'abord, j'aimerais insister sur cette particularité. Je pense que la régulation qui a été mise en place s'explique en grande partie par cette spécificité. Il s'agit des jeux de hasard et d'argent qui, pour des raisons tout d'abord théologiques puis culturelles et ensuite d'ordre public et d'ordre

social, ont toujours fait l'objet d'une régulation très singulière partout en Europe et en France.

Cette régulation a d'abord été strictement quantitative. C'est un principe d'interdiction des jeux d'argent et de hasard. Puis, cette régulation quantitative s'est assouplie, avec un principe d'interdiction sauf exceptions limitativement énumérées par le législateur. En 2010, ces principes de régulation quantitative ont été confrontés et mis à mal par la réalité de l'économie numérique. Quand, dans un marché domestique, il existe une demande réelle de jeux d'argent et de hasard, la régulation quantitative, l'interdiction, la prohibition ou le monopole peuvent-ils être un outil de régulation efficace ? La réponse était manifestement non. En France, comme partout en Europe. Quand cette demande est forte sur le marché domestique, si en face l'offre est faible, quantitativement et qualitativement, la demande trouve à se satisfaire auprès d'opérateurs illégaux qui, trop nombreux, peuvent être très difficilement combattus.

Donc, en mai 2010, le législateur français, - et il n'est pas le seul en Europe - a substitué à cette régulation quantitative une régulation qualitative et le marché s'est ouvert. Il s'est ouvert à la concurrence pour générer une offre légale, attractive, transparente et contrôlée. Et d'une certaine façon, et c'est assez singulier, l'ouverture à la concurrence n'a pas été une finalité de l'ouverture mais un instrument de régulation de ce secteur économique très particulier. Depuis cette ouverture, la demande sur le marché français a très majoritairement basculé de l'illégal vers le légal.

En 2009, l'offre sur Internet de jeux d'argent et de hasard, dans les secteurs des paris sportifs, du poker et des paris hippiques qui sont traités par la loi de mai 2010, représentait un peu moins de 650 millions d'euros de mises. En 2011, dans le cadre de ce nouveau marché régulé, cette offre légale, transparente, contrôlée, et fiscalisée dans les conditions qu'on va évoquer dans un instant, a représenté 10 milliards d'euros de mises. 650 millions avant mai 2010, annuels, 10 milliards en 2011.

Aujourd'hui, 46 agréments ont été délivrés à 34 opérateurs. Chaque opérateur doit être agréé préalablement pour prester en France. Ces opérateurs n'ont pas à être établis fiscalement en France. Ils ne sont pas non plus dans l'obligation de localiser leurs serveurs informatiques, leurs plateformes informatiques en France pour prester. Ils doivent être établis fiscalement dans un pays de l'Union européenne ou dans un pays de l'espace économique qui a passé avec la France un traité de coopération fiscale.

Dix milliards d'euros d'assiette imposable, puisque l'assiette qui a été retenue est l'assiette des mises, et un demi milliard d'euros de recettes fiscales en 2011. Un peu moins de cent millions d'euros s'agissant des paris sportifs. Les prélèvements obligatoires représentent 9,3 % des mises ; 215 millions d'euros pour les paris hippiques. Les prélèvements obligatoires représentent 14,4 % et 154 millions d'euros de recettes fiscales pour le poker, le

prélèvement représentant 2 % des mises plafonnées à 1 euro la donne. Je ne rentre pas dans le détail de la fiscalité de ces jeux.

Pourquoi arrive-t-on, dans un cadre de régulation assez contraint, en raison des objectifs de régulation d'ordre public et d'ordre social, à appréhender cette assiette et à recouvrer l'impôt ? Pour trois raisons. D'abord, le législateur s'est doté de moyens de recouvrement ou a doté les services de l'Etat de moyens de recouvrement. Le législateur a prévu des moyens de contrôle de l'assiette et enfin, le législateur a prévu des moyens de lutte contre l'offre illégale.

Des moyens de recouvrement, d'abord, en obligeant les opérateurs agréés à avoir un représentant fiscal en France et en les obligeant à s'établir dans un pays de l'Union ou de l'espace économique disposant d'un traité de coopération fiscale avec la France.

Comment peut-on contrôler l'assiette ? J'ai indiqué qu'il n'y avait pas d'établissement en France, pas de serveur. Par contre, a été imposée la mise en place d'un dispositif d'enregistrement et d'archivage informatique de l'ensemble des transactions qui sont échangées entre les opérateurs agréés et leurs clients sur le marché domestique français. Le fisc peut accéder, au travers de l'autorité de régulation, à ces données enregistrées pour éventuellement redresser l'assiette si elle est incorrectement déclarée.

Ces données, ces transactions entre les opérateurs et leurs clients sont archivées dans des coffres informatiques localisés en France, pendant une durée de cinq ans et auxquels l'autorité de régulation accède à distance et sur place.

Enfin, évidemment, à partir du moment où des opérateurs, sur un marché donné, sont régulés et fiscalisés, il faut trouver des moyens pour lutter contre l'offre illégale et donc ces moyens ont été renforcés par le législateur. Aucun d'entre eux n'est efficace à 100 % et il faut donc combiner l'ensemble de ces moyens : des moyens de procédure civile, avec l'intervention d'un juge, en l'espèce le président du tribunal de grande instance de Paris, pour le blocage de l'accès à ces sites. Des moyens de justice pénale : l'activité et la publicité pour des sites non agréés et délictuels, et des moyens de procédures administratives : le blocage des flux financiers entre ces opérateurs illégaux et leurs clients français.

Mais complémentaires à la mise en place de ces instruments de lutte contre l'offre illégale, le pari du législateur, et c'est le pari le plus important, a été de générer, sur son marché domestique, une offre suffisamment attractive pour que la bonne monnaie chasse la mauvaise. Alors il faut, et c'est le paradoxe de ce point d'équilibre, qui doit être continuellement recherché, être toujours attentif à l'attractivité de cette offre sans qu'elle ne génère de l'addiction, sans qu'elle ne génère des problèmes de criminalité, de blanchiment, des problèmes d'insincérité des opérations de jeux, des problèmes d'éthique des compétitions hippiques ou sportives sur lesquelles des paris sont enregistrés. Enfin, il faut que la demande, assez

naturellement, passe de l'illégal vers le légal, avec la sécurité que lui offre la légalité.

Alors la boucle, d'une certaine façon, est bouclée. Et se pose évidemment, à la lumière de l'expérience, la question de l'attractivité eu égard aux choix fiscaux. Et il faut donc toujours interroger l'assiette et les taux pour savoir si le curseur a été placé au bon endroit. L'autorité de régulation s'est déjà exprimée sur cette question fiscale en estimant que l'assiette était probablement économiquement difficilement justifiable. L'assiette qui a été choisie repose sur les mises. La logique économique d'un opérateur, c'est son produit brut des jeux (PBJ), c'est-à-dire les mises moins les gains. Mais alors, puisqu'il n'y a pas d'établissement fiscal en France, se pose la question de la capacité à recouvrer un impôt qui serait assis sur le PBJ et non sur les mises. Et donc on a un problème de norme OCDE qui doit être réglé, soit parce qu'on éclaire cette question des normes OCDE qui visent à éviter les doubles impositions, soit parce qu'on règle le problème avec des conventions fiscales bilatérales, donc un problème d'assiette.

Aujourd'hui, les mises, demain, peut-être, si le problème juridique est réglé, le PBJ et puis un problème de taux : quand on applique au PBJ le taux qui est aujourd'hui appliqué aux mises, on s'aperçoit que ces taux d'imposition sont extrêmement variables d'un secteur à l'autre. Cela représente 35 % du PBJ pour le poker, 50 % du PBJ pour les paris sportifs et près de 60 % du PBJ pour les paris hippiques. Or, pour les paris sportifs, je ne rentre pas dans le détail des jeux, ce sont des paris à cote fixe, c'est-à-dire que l'assiette du produit brut des jeux peut produire une double peine. Vous pouvez avoir une assiette très importante mais un PBJ négatif si les joueurs sont plus malins que vos coteurs. Donc vous payez beaucoup d'impôts alors que votre activité est déficitaire.

Voilà les éléments de témoignage que je pouvais apporter du point de vue de l'autorité de régulation des jeux en ligne. Encore une fois, je pense qu'il y a des éléments reproductibles, ou en tout cas qui peuvent faire l'objet d'interrogations quant on réfléchit à une fiscalisation du numérique, et puis il y a des dispositions d'encadrement qui tiennent compte de l'activité très particulière, pour des raisons d'ordre public et d'ordre social, que sont les jeux d'argent et de hasard, même sur Internet.

M. Pascal Perez. – J'ai deux questions à vous poser. La première, c'est comment les opérateurs étrangers se sont-ils comportés lorsqu'ils ont vu arriver une régulation et une réglementation des jeux en ligne en France ? Avez-vous dû utiliser la procédure qui consiste à faire bloquer des sites situés à l'étranger ?

M. Jean-François Vilotte. – Je ne partage pas l'avis selon lequel aucun acteur du numérique n'a intentionnellement des activités délictueuses. Je pense que beaucoup d'acteurs du numérique ne sont pas seulement dans une recherche d'optimisation fiscale mais franchement dans des postures intentionnelles de contournement des lois nationales.

Tout d'abord, le dispositif de régulation français s'inscrit vraiment dans un mouvement européen. Et je crois que tous les pays ont fait le constat que la régulation quantitative ne marchait pas et qu'il fallait adapter cette régulation. La communauté des grands opérateurs de paris ou de jeux d'argent et de hasard a parfaitement admis le principe d'une régulation. Le débat avec ces acteurs a considérablement évolué depuis deux ou trois ans. Les modalités techniques et fiscales de cette régulation sont débattues mais le principe d'une régulation est admis.

Pour autant, il est très difficile pour un acteur de passer d'une activité non fiscalisée à une activité fiscalisée, d'une activité sans règle et sans contrainte à une activité régulée. Et évidemment, l'ensemble des moyens de justice pénale et de procédure administrative a dû être utilisé.

L'autorité de régulation a mis plus de 2 000 sites en demeure de cesser leur activité en France. Je dois dire que l'immense majorité d'entre eux a géobloqué l'accès de ses sites aux clients français, spontanément, sans qu'il soit nécessaire d'aller devant le président du tribunal de grande instance de Paris. Pour autant, celui-ci a dû prendre un certain nombre de décisions ordonnant, sous astreinte, le blocage des sites aux fournisseurs d'accès Internet.

M. Pascal Perez. – Ma deuxième question porte sur le rôle des banques, des intermédiaires de paiement dans votre dispositif de connaissance des flux, voire même d'intervention pour faire cesser des flux qui ne seraient pas licites.

M. Jean-François Vilotte. – C'est sans doute le sujet le plus compliqué qui soit parce que le trépied de la lutte contre les opérateurs illégaux devait comporter une procédure civile, le TGI de Paris, une procédure pénale, pour le délictuel, et une procédure administrative.

Le président de l'autorité de régulation peut demander au ministre du budget d'ordonner au réseau bancaire français le blocage des flux entre les clients et les opérateurs illégaux. Encore faut-il être en mesure d'identifier les comptes bancaires des opérateurs illégaux. La question s'est posée des compétences des procédures d'investigation dont pouvaient disposer les agences assermentées de l'ARJEL. Aujourd'hui, seuls les agents de police judiciaire peuvent accéder à ce type d'information dans le cadre de leurs prérogatives d'enquête. C'est la raison pour laquelle le Gouvernement, dans son rapport de revoyure remis au Parlement il y a quelques semaines, a préconisé que les agents assermentés de l'ARJEL puissent jouer anonymement, pas seulement auprès des opérateurs légaux mais également auprès des opérateurs illégaux, pour identifier les références bancaires des opérateurs et pour mettre enfin en œuvre cette procédure administrative de blocage des flux financiers.

M. Pascal Perez. – Cela illustre, si on comprend bien, le fait que des collaborateurs puissent se voir confier un pouvoir assez puissant d'immixtion dans des affaires privées.

M. Jean-François Vilotte. – Il n’y a aucune pénalisation du joueur en France. Ce que nous pourchassons, c’est l’activité illégale de prestataires de service qui ne respectent pas le cadre de régulation du pays considéré. Les Italiens et les Espagnols le font, ainsi que les Anglais, avec des différences de régulation importantes. Les Danois le font également. Par exemple, nous ne désanonymons jamais les données que nous captions. Nous ne le faisons éventuellement que dans le cadre de procédures judiciaires et sur réquisition. De ce point de vue, la préoccupation de la protection des données individuelles de jeux est une préoccupation constante, que nous partageons d’ailleurs pour toutes nos procédures avec la CNIL.

M. Pascal Perez. – Y-a-t-il des questions, à ce stade, de la perception des enjeux techniques d’amplification des phénomènes d’optimisation. On ne s’est pas amusé à les chiffrer mais certaines revues américaines évoquent le chiffre de 1,2 trillion de dollars localisés dans des îles, des paradis fiscaux. Nous sommes donc sur des enjeux qui, d’un côté, sont considérables, et de l’autre, sur des solutions qui en sont à leurs débuts mais qui semblent, en tout cas au travers de ce que vous évoquez, opérationnelles.

M. Pierre Louette, président de la FFT et secrétaire général du groupe France-Télécom Orange. – Le dernier exposé a éclairé quelque chose de très important pour la suite. Par rapport à une taxation des octets, qui ne s’occupait pas des contenus, nous passons à une taxation des transactions effectuées, avec des mises et d’un certain point de vue, on voit que la valeur de la transaction fait partie de la donnée recueillie.

Ce qui est intéressant c’est que, par rapport à des données de téléchargement de contenu culturel, notamment celles de gros opérateurs sur des contenus plus ou moins couverts par le droit de propriété intellectuelle, le critère qu’on a n’est pas l’octet mais le nombre de téléchargements, c’est-à-dire l’audience, le public et la valeur des choses, la valeur marchande.

Il est très intéressant de voir que, si l’on adopte un principe de « *flat tax* » dont beaucoup proposent l’adoption, que ce soit dans les solutions de forfaits globaux ou dans d’autres solutions, c’est le public, l’audience, le nombre de gens et le nombre de choses qui sont téléchargées qui créent la valeur économique, qui la mesurent et, à ce moment-là, l’anonymisation peut être parfaitement garantie. Mais ce qui apparaît dans ces coffres où seraient archivées les données, c’est que les flux qui ont beaucoup de valeur économique paient une contribution et que, à la marge, les choses contributives très peu téléchargées paient moins.

On aurait donc là un principe de mesure extrêmement intéressant par rapport à la législation des octets qui avait été donnée au départ dans les années 2000.

M. Ignacio Garcia Alves, directeur, Arthur D Little. – C’est un sujet exploratoire très intéressant et j’espère qu’on en parlera cet après-midi. Mais cela dit, cela ne répond pas au phénomène du « *streaming* » si on reste

sur le mode du téléchargement, et on a vu très rapidement que Hadopi a fait basculer certains usages assez rapidement dans le « *streaming* ».

Mais il n'empêche que votre notion de valeur procurée est extrêmement pertinente. Au-delà des taxes ponctuelles, - peu importe l'unité que l'on taxe -, je pense que cette idée de patente, proche de ce que fait la Chine, ou de ce qu'ont fait les jeux, puisqu'il faut prendre une licence pour pouvoir opérer en France, mériterait d'être explorée un peu plus profondément. Mais, technologiquement, il y a des impossibilités, ne serait-ce que par le « *streaming* ».

Mme Sylvie Forbin, directeur des affaires institutionnelles et européennes de Vivendi. – Je ne suis pas certaine que le tour que prend notre discussion n'introduise pas un peu de confusion ou d'amalgame. Nous sommes sur une problématique de taxe à partir d'une transaction. Vous parlez du contenu qui se substitue à la transaction. Je pense qu'il est plus utile d'aller jusqu'au fond de la logique de la fiscalité, de la neutralité et de l'équité fiscale sur des opérateurs et par rapport à différents types d'opérateurs, sur le contenu de ce qui est échangé.

M. Pascal Perez. – Mais si je comprends bien, ce qui semble être soulevé dans ces derniers échanges, c'est le fait que la valeur créée sur Internet n'est pas que de la transaction. La valeur créée sur Internet peut être nulle mais, comme 500 millions de personnes accèdent à un contenu, même s'il est nul, même s'il occupe peu d'octets, il a finalement une vraie valeur de captation d'attention. Et d'autres valeurs sont créées sur Internet, sinon Facebook ne vaudrait pas si cher puisqu'ils font assez peu de chiffre d'affaires.

Donc, dans la question même du rééquilibrage entre taxation subie par des opérateurs non délocalisables et taxation subie par des opérateurs à l'étranger, le cheminement qui consiste à s'interroger sur les nouvelles valeurs créées par des plateformes est intéressant parce que c'est probablement sur ces valeurs nouvelles que vont pouvoir être définies des assiettes fiscales nouvelles.

M. Ignacio Garcia Alves. – Il faut, effectivement, prendre en compte la valeur de la transaction. Il faut certes taxer la transaction, mais cela ne prend pas en compte la valeur de la contribution ni un certain nombre de nouveaux usages. L'un n'est pas forcément opposable à l'autre mais la question est de savoir comment taxer la transaction.

On peut le faire « à la coréenne du nord », totalement en autarcie. On peut le faire « à la chinoise » en filtrant les accès. On peut le faire aussi « à l'ultra-libéralisme » en ne taxant rien du tout. C'est ce qu'ont fait les Etats-Unis. Mais maintenant, ils ne savent pas comment rapatrier les résultats. Apple doit rapatrier l'argent pour rentrer aux Etats-Unis et il ne sait pas comment faire.

Je préfère l'harmonisation fiscale mais je pense que la notion de création de valeur, dans ce monde-là, est incontournable dans la réflexion de la fiscalité. Il faut vraiment se poser la question de la création de valeur ainsi que celle de la notion d'avantage procuré.

Le modèle économique d'Amazon est extrêmement pertinent mais c'est l'accès à une grosse communauté qui fait la richesse. Ce n'est pas la transaction unique, c'est le fait d'avoir 70 millions de clients. Un internaute français, pour Google, Facebook ou Amazon n'a pas le même prix – et ce n'est pas une notion de civilisation - qu'un internaute en Inde.

M. Philippe Marini, président de la commission des finances. – Si je ne me trompe et si l'on considère les transactions sur Google, je crois que la France est le cinquième territoire au plan mondial, ce qui montre bien l'attractivité et, en même temps, le potentiel de consommation.

Ce que disait Monsieur Vilotte sur l'expérience de l'ARJEL est tout à fait passionnant parce que c'est concret et que cela s'est mis en place en peu de temps. Les ordres de grandeur sont impressionnants, au moins 9 milliards et demi d'euros de transactions sur des sites illégaux. Si l'on prend comme hypothèse que le comportement de jeu est raisonnablement constant, le fait de passer de 650 millions de mises connues à 10 milliards, outre les 500 millions de prélèvement fiscal, qui ne sont pas négligeables, il y a évidemment un progrès de l'ordre public et des dommages sociaux évités.

Même s'il s'agit d'un domaine spécifique, reconnu comme tel par les législations nationales et communautaires, l'expérience qui consiste à mettre en place un système d'agrément et de représentation fiscale en France est une expérience qui permet d'appréhender des transactions, quel que soit le lieu où se trouvent les serveurs et les centres de profits.

C'est une référence qui mérite d'être vraiment creusée pour savoir si elle est transposable de manière plus générale. A priori, en première analyse, pourquoi ne le serait-elle pas ? Monsieur Vilotte a-t-il, sur ce point, des compléments à apporter, au-delà même de son seul secteur d'activité ?

M. Jean-François Vilotte. – Pour confirmer votre raisonnement, Monsieur le président, les 10 milliards de mises ne sont pas des mises qui seraient la conséquence de l'ouverture du marché. C'est le passage, dans la transparence, d'un marché qui préexistait. Ça ne veut pas dire non plus qu'aujourd'hui, il n'y a plus de mise illégale. Tous les secteurs n'ont pas été ouverts à la concurrence dans les mêmes conditions. Il reste des secteurs qui, y compris sur le net, s'agissant des jeux d'argent et de hasard, restent sous monopole, que ce soit des monopoles de casinotiers terrestres ou des monopoles de la « Française des jeux ». La réflexion doit tenir compte des intérêts de la filière.

Je crois, comme vous, qu'il n'est pas impossible d'approcher l'assiette et de recouvrer l'impôt, même quand les serveurs sont installés partout dans le monde. Les opérateurs de paris en ligne ont un tropisme

insulaire tout à fait remarquable. C'est sans doute de l'optimisation fiscale mais enfin les îles se prêtent parfaitement bien à l'installation des plate-formes et des serveurs. Pour autant, avec des dispositifs peu coûteux de captage des transactions échangées, on arrive à approcher l'assiette.

Dans le même temps, il est nécessaire de mettre en place des dispositifs extrêmement pointus et scrupuleux de respect des conditions d'exploitation des données individuelles. C'est fondamental. On approche et on capte, mais il faut protéger la confidentialité et les données individuelles. Il faut toujours garder présent à l'esprit cette exigence voulue par le législateur.

M. Ignacio Garcia Alves. – Cette loi a permis de faire émerger des PME françaises. Ce n'était pas le but mais il n'empêche que c'est un effet collatéral appréciable.

M. Jean-François Vilotte. – Vous avez parfaitement raison, il existe deux marchés vraiment concurrentiels. Je ne parle pas du marché hippique qui est un peu particulier. Mais s'agissant du marché des paris sportifs, il y a quatre acteurs importants en termes de parts de marché, dont trois sont français. S'agissant du poker en ligne, il y a deux acteurs importants en termes de liquidités, et l'un d'entre eux est français. La part des entreprises françaises qui ont su occuper ces segments de marchés, dans un cadre légal, est extrêmement importante. Et ce ne sont pas nécessairement les anciens monopoles.

M. Pascal Perez. – Nous évoquons la question fiscale mais il y a aussi la question sociale. Chaque fois qu'un opérateur ne s'installe pas en France, on se demande comment récupérer l'équivalent d'une TVA ou d'un impôt sur les sociétés, mais il faut aussi bien mesurer que 20 milliards d'euros d'activité, c'est 100 000 emplois. Quand on observe une croissance annuelle de 20 % du commerce électronique, 40 milliards pour cette année, cela signifie que si une partie de ce commerce électronique se délocalise en ce qui concerne toutes les parties marketing, paiement, logistique, systèmes d'information, cela représente, sur le plan social, un manque à gagner d'assiette de cotisations sociales qui est considérable.

On peut imaginer également qu'un certain nombre d'acteurs sur le marché du travail imaginent que 85 % des travaux seront connectés et pourront être payés avec des crédits Internet. A ce moment-là, la réflexion devra encore être menée par les pouvoirs publics et il serait souhaitable que cette réflexion ne soit pas trop tardive par rapport à la réalité.

Philippe Laurent, vous êtes familier de la fiscalité et en tant qu' élu local, vous savez comment les élus appréhendent ces enjeux de nouvelles technologies. En ce qui concerne votre département, vous observerez qu'ils les appréhendent beaucoup sur les usages, beaucoup sur les réseaux. Cela serait intéressant de vous voir réagir sur ce qui a été dit mais aussi du point de vue du spécialiste de finances locales.

Quel décalage observez-vous entre le niveau de technicité et de conscience des enjeux économiques et fiscaux de l'Internet, des communications électroniques dans l'univers des élus locaux, et les priorités de ces élus ?

M. Philippe Laurent, maire de Sceaux, président de la fédération nationale des collectivités locales pour la culture. – S'agissant de la fiscalité et, singulièrement, de la fiscalité locale qui est mon domaine de prédilection, nous nous inquiétons, depuis déjà de longues années, face à une certaine délocalisation de la fiscalité locale. Il n'y a plus guère que la fiscalité foncière qui soit vraiment localisée et évidemment, la fiscalité qui peut s'appliquer au domaine dont nous parlons est assez difficilement localisable.

Nous pouvons peut-être réfléchir à des mécanismes de relocalisation au travers de mécanismes de type « contribution à la valeur ajoutée » qui ont été introduites dans la loi qui a institué la contribution économique territoriale suite à la suppression de la taxe professionnelle. Mais la question de la localisation de la fiscalité locale se pose. C'est l'une des conditions du maintien d'une certaine autonomie fiscale locale.

Les milieux qui s'intéressent aux politiques culturelles publiques réfléchissent aux problèmes qui concernent la culture. Le ministère de la culture y réfléchit également. Cela n'est certainement pas suffisant. Les élus locaux et les collectivités territoriales s'interrogent également et des solutions sont en train d'émerger. Ils se sont beaucoup intéressés aux tuyaux, à la façon de faire et au matériel, à tout ce qui était le « hard ». Je ne reviens pas sur l'équipement des territoires.

Je préside la FNCC, fédération qui regroupe à peu près 600 collectivités territoriales. Certaines sont modestes mais la plupart des grandes villes y adhèrent également. Aujourd'hui, je crois qu'un certain nombre d'élus - et notamment ceux de cette fédération -, souhaitent mener une réflexion de fond sur l'évolution, la révolution même que le numérique est en train d'instaurer dans le domaine du partage de la connaissance culturelle et dans le domaine de l'éducation. Les deux sont d'ailleurs très liés, notamment pour les élus locaux.

Nous organisons un séminaire, le 5 juin, sur cette question. Les élus locaux de la FNCC, qui sont les plus engagés dans ces domaines-là, souhaitent vraiment dépasser la simple question du matériel. Mais la réflexion ne fait pratiquement que commencer. Nous sommes extrêmement préoccupés, dans le milieu culturel, de la question du juste retour vers la création, la rémunération de la création culturelle.

On ne sait pas très bien où s'arrête la création culturelle et j'ai été très intéressé par les réflexions sur la création de valeur générée par le numérique. Ce n'est pas uniquement le contenu lui-même, c'est aussi la capacité, pour des milliers ou des centaines de millions de gens, de partager l'émotion culturelle à un moment donné. C'est très difficile à mesurer. Des économistes se penchent quand même sur la question. Cela rejoint le domaine social, le

domaine sociétal en tout cas. Nous ne sommes, à mon sens, qu'au début de la réflexion, que ce soit au niveau des élus locaux ou au niveau national. Et c'est une réflexion qui est tout à fait passionnante.

Si on distingue la création et l'industrie culturelle, on trouve des exemples intéressants. L'une des grandes réussites en France est le cinéma, avec le CNC. Le CNC résulte d'une politique du cinéma, conduite avec constance depuis de longues années, qui a permis que nous ayons en France à la fois une capacité de création et une industrie cinématographique qui marche bien. Mais chacun a participé : l'Etat, le législateur, les acteurs économiques eux-mêmes, les collectivités territoriales qui ont maintenu un réseau de salles, etc... Il existe, en France, plusieurs milliers de salles dans des communes de moins de 10 000 habitants. Il y a donc là quelque chose d'intéressant.

Comment cela s'est-il fait ? Simplement parce qu'il y a eu un système de taxation de l'industrie cinématographique qui est revenue à la fois vers la création et vers le soutien au maintien des réseaux.

Et aujourd'hui, en ce qui concerne le numérique, il existe un système de soutien à l'équipement numérique des salles de cinéma qui fonctionne bien, avec un financement qui est pratiquement assuré, autour de 80 %, par le CNC lui-même. Bien que le législateur ait plafonné un peu ses recettes, le CNC s'est procuré des équipements des salles en matière numérique. Cette politique du cinéma a permis de conserver cette industrie.

On étudie actuellement la mise en place du même type de projet en ce qui concerne la musique, éventuellement le spectacle vivant, mais nous ne sommes pas totalement dans la même logique. Notamment, la question se pose de savoir comment l'industrie culturelle sur le numérique va ou peut contribuer à cela. Aujourd'hui, je n'ai pas la réponse mais les élus locaux sont mobilisés sur cette question.

Il est vrai que les données sont un élément d'attractivité. Nous en avons énormément dans notre pays et cela constitue un facteur d'attractivité économique global. C'est d'ailleurs une évolution qui se fait peu à peu.

La culture est désormais considérée comme un élément d'attractivité touristique et économique. L'industrie numérique a son rôle à jouer dans ce domaine. Je ne peux pas en dire beaucoup plus parce que ma propre réflexion est certainement loin d'être aboutie sur la question.

M. Pascal Perez. – Je remercie les participants de cette deuxième table ronde.

TRIBUNE LIBRE :
BIG BROTHER FISCAL, TAXER EN SACHANT TOUT SUR
TOUS ? QUELS IMPÔTS DANS L'ÉCONOMIE DE LA
CONTRIBUTION ?

M. Pascal Perez, directeur, Formules économiques locales. – Je vais maintenant donner la parole à Bernard Stiegler qui est l'auteur de livres que je vous recommande de lire, notamment « Les critiques de l'économie politique » paru chez Galilée. Le titre est ambitieux mais les 150 pages marient à la fois une compréhension de la société, une compréhension des hommes et une compréhension des mécanismes économiques dans une perspective historique. Or, nous avons le souci d'être concrets, avec les nouvelles assiettes fiscales, mais nous avons aussi le souci de donner du sens à la société à laquelle nous participons. Il nous a donc semblé opportun d'inviter Bernard Stiegler à réagir à ce sujet de société qu'est la fiscalité numérique.

M. Bernard Stiegler, philosophe, directeur de l'Institut de recherche et d'innovation du Centre Georges Pompidou. – Merci au président Marini et à Monsieur Perez de leur invitation sur un sujet qui est absolument fondamental.

Mon intervention va être un peu dramatisante. Nous sommes en train de vivre un changement structurel extrêmement profond. Nous nous trouvons dans une situation de transition, au niveau non pas national ou européen, ni même occidental, mais planétaire. Cette transition s'opère dans un processus où beaucoup de choses mauvaises se font jour parce que quelque chose est en train d'émerger et que l'émergence de cette chose est perçue tout d'abord comme la disparition d'une autre.

Nous vivons la fin d'un modèle industriel et c'est dans ce contexte-la que se pose la question de la fiscalité numérique. Ce modèle industriel, qui domine comme il n'a jamais dominé, est le modèle consumériste qui a atteint son apogée. Le monde n'a jamais consommé autant qu'aujourd'hui. Il n'a jamais produit autant de carbone, autant de plaisir, autant de transactions. Et ce monde est en voie de disparition. Nous sommes les témoins de ses craquements, en particulier depuis 2008.

Depuis 2008, c'est une question qui se pose d'une manière franchement angoissante à tout responsable, qu'il soit public ou privé, à toutes les personnes qui ont la responsabilité d'une entité collective.

Ce processus produit de l'insolvabilité généralisée, du discrédit, à partir duquel la dette apparaît insoutenable.

Cette transformation se fait dans un contexte où le sentiment général est que les structures sociales élémentaires, l'institution familiale par exemple, les institutions religieuses, l'institution éducative, semblent être extrêmement fragilisées, pour ne pas dire parfois purement et simplement anéanties.

Le consommateur n'est plus heureux. Il consomme de plus en plus mais par addiction, comme aux jeux. Non par désir, mais par dépendance.

Par ailleurs, cela produit dans les appareils psychiques des jeunes générations des effets ravageurs. S'appuyant sur des travaux américains, il y a deux ou trois mois, le journal « Le Monde » titrait sa jaquette : « la télé tue ».

Tout cela produit ce que j'appelle un processus d'incapacitation structurelle. Les évolutions récentes, et en particulier à travers les anciens et les nouveaux médias, ont fait de nous des « incapables structurels ». On parle d'incapacitation. La capacitation est la constitution de l'autonomie. C'est une question absolument fondamentale des sociétés. La capacitation, c'est le « savoir sous toutes ses formes ». Savoir-vivre, savoir-faire, savoir-penser, etc... Les savoirs politiques et la démocratie sont des formes de capacitation.

Au fil des décennies, avec l'entrée dans la société contemporaine, qu'on appelle aujourd'hui la société numérique, des phénomènes extrêmement importants de pertes de savoir et de connaissances se sont opérés. Paradoxalement, nous vivons dans une économie de savoir et une industrie de la connaissance mais on assiste dans le même temps à une instrumentation des individus. Par exemple, je suis instrumenté par un GPS dans mon automobile. Mon téléphone portable me permet d'externaliser toutes sortes de choses de ma mémoire. On observe des phénomènes de pertes de savoir absolument considérables. La calculette – qui fait que les enfants aujourd'hui apprennent de moins en moins leurs tables de multiplication - le microscope à effet tunnel, sans lequel vous ne pouvez pas accéder aux échelles nanométriques - , le système GPS sont des transferts de savoir-faire, de savoir-vivre et de savoir-théoriser dans les machines. Aujourd'hui, beaucoup d'économistes posent le problème du rôle des robots dans la crise contemporaine.

L'accélération extrêmement grande des temps de transfert de technologie, les robots financiers, tous ces processus ont conduit à une transformation du capital qui est devenu un capital extrêmement spéculatif et de moins en moins un capital d'investissement.

Pendant ce temps-là, à travers les mêmes technologies, et en particulier les technologies numériques, nous avons vu apparaître de nouvelles formes de savoir. Des savoirs de types tout à fait inédits, des savoirs contributifs qui se produisent dans un nouveau paysage industriel qui est en train d'émerger et que Jeremy Rifkin appelle « la troisième révolution industrielle ».

Il démontre qu'un monde industriel nouveau est en train d'émerger qui repose sur un nouveau partage des savoirs et des capacitations, c'est-à-dire aussi des responsabilités et de l'autonomie. D'autres formes de savoir sont en train d'émerger avec cette technologie numérique qui est celle-là même qui, par exemple, produit de l'incapacité publique parce qu'elle détruit des possibilités d'action publique, à travers la fiscalité par exemple.

Michel Calmejane disait tout à l'heure que la technologie est toujours à « double-face », c'est-à-dire qu'elle apporte toujours à la fois des possibilités nouvelles et qu'elle en ferme aussi. En tout cas, elle peut être très toxique et nous sommes aujourd'hui confrontés à cette question.

L'industrie numérique menace la puissance publique de devenir incapable. N'ayant pas la capacité de percevoir l'impôt et de percevoir des taxes, elle est mise dans une situation d'incapacitation structurelle.

L'impôt, ce sont des contributions, directes ou indirectes. Je pense qu'en réalité, la question de la fiscalité numérique est une nouvelle question de la contribution. Il faut donc repenser la contribution fiscale dans un appareil contributif beaucoup plus vaste, à l'intérieur duquel Wikipédia et toutes sortes de choses de ce type-là, qui sont des exemples que l'on cite toujours en matière de contributivité, constituent ce qu'on appelle des externalités positives. Car dans l'économie de la contribution, les externalités positives jouent un rôle extrêmement important.

C'est à partir d'une analyse suffisamment précise et robuste de cette situation, encore émergente même si on la voit se développer très fortement à travers les nouveaux grands acteurs, qu'il faut essayer de poser le problème de la fiscalité de demain. Et c'est évidemment difficile parce que nous sommes dans une économie de transition.

L'ancien modèle existe encore. Non seulement il existe encore mais il est encore totalement dominant. On pense toujours avec les concepts de l'ancien modèle et, en même temps, le nouveau modèle est non seulement émergent mais extrêmement dynamique. On voit bien, même s'il reste très embryonnaire dans la réalité, que la dynamique est là et que l'avenir est là.

Je dirais qu'il faut penser la fiscalité contributive à travers ce que j'appelle une économie de la contribution. Quand je dis moi, c'est-à-dire Ars Industrialis, une association que j'ai créée autour de cette problématique il y a maintenant sept ans. Par rapport à cette question de la fiscalité contributive et de l'économie contributive, un pays comme la France est un très grand contributeur. Même s'il n'a pas de très grandes industries ou des plateformes, il a des PME et il a surtout une population qui a une valeur et la question de la valeur est absolument centrale dans cette affaire.

Il est essentiel de se préparer à une négociation internationale, de niveau planétaire. Dans une note que m'a fait passer Monsieur Perez est évoquée une possibilité que je trouve extrêmement intéressante. Il s'agit de l'octroi numérique, qui serait négocié au niveau international. Il faudra mener cette négociation non seulement au niveau national mais au niveau européen. C'est au niveau de l'Europe qu'une telle négociation doit d'abord se faire pour ensuite aller vers l'organisation mondiale du commerce (OMC). Et il n'est possible de mener une telle négociation que si l'on est porteur d'un projet d'économie contributive. Cela signifie qu'il faut repenser l'économie en profondeur. On ne peut pas aborder ces questions fiscales de façon partielle avec des mesures partielles. Les mesures partielles sont nécessaires, les

mesures techniques sont toujours partielles mais il faut qu'elles soient inscrites et encapsulées dans une vision d'ensemble.

Le sénateur américain Al Gore avait porté un programme qui inscrivait déjà en filigranes la protection fiscale, c'est-à-dire le soutien par l'Etat de cette industrie. Ne pas taxer, c'est subventionner d'une autre manière. C'est une action qui a été argumentée très fortement par Al Gore et le parti démocrate à l'époque, disant que la reconquête économique du monde par les Etats-Unis se ferait par le numérique.

Je connais très bien le sujet parce que, en tant que directeur de l'INA, j'ai été en charge d'institutions et d'activités économiques et j'ai beaucoup suivi la politique américaine dans cette matière. Cette politique est pensée très en profondeur depuis les années 80. Dès la fin des années 80, les Etats-Unis avaient pris la décision de ne pas aller, par exemple, sur la TV HD en disant, qu'il fallait faire converger l'informatique avec les télécoms et l'audiovisuel. Cette politique, qui a maintenant presque 30 ans, l'Europe ne l'a jamais eue. L'Europe n'a jamais eu ce genre de réflexion et c'est ce qui la met aujourd'hui dans une situation, extrêmement préoccupante, de déclin.

Par rapport à cela, une approche globale de ces questions doit être une approche de recapacitation structurelle des territoires. Quand je dis les territoires, je veux dire les nations, le continent européen lui-même mais aussi les villes, les régions, les départements. On a beaucoup parlé de déterritorialisation, mais la numérisation est aussi un processus de reterritorialisation. Les collectivités territoriales ont des capacités d'action avec le numérique qu'elles n'avaient absolument pas avec l'analogique. Vous ne pouvez rien faire au niveau des technologies analogiques quand vous êtes une ville ou un département parce que les tickets d'entrée sont infiniment trop élevés. En plus, il y a toute une réglementation de l'accès aux fréquences, etc... mais vous pouvez faire énormément de choses avec le numérique.

Il y a donc des capacités d'« initiative absolument » formidables. Encore faut-il qu'il y ait une politique, une « compactibilisation » des différents niveaux de territorialité et une négociation, à un moment donné, de synthèse territoriale au niveau de la nation.

Il faut amener dans la table de négociation des politiques ce que j'appellerais de la synthèse territoriale. Il faut négocier la valeur des populations. L'économie de la contribution ne fonctionne que dans la mesure où les gens qui sont destinataires des réseaux numériques ne sont pas des consommateurs. Ils consomment mais ce n'est pas ce qui fait qu'ils sont des acteurs du réseau. Ils sont des contributeurs, parfois très peu, et souvent d'ailleurs sans le savoir.

Sur Facebook, la traçabilité est très souvent masquée, les gens ne s'en rendent même pas compte. Quand on va sur des services beaucoup plus évolués, typiquement Wikipédia, c'est de la contribution très volontaire et même très réfléchie et qui s'organise de plus en plus. Aux Etats-Unis, des

universités entières réfléchissent à des politiques contributives, c'est très important.

J'ai créé l'association Ars Industrialis, aujourd'hui très connue dans le monde, parce que nous avons développé une démarche contributive. Il devient essentiel que les puissances publiques se mettent véritablement à tout repenser. Il faut repenser aussi la formation des personnels, des inspecteurs des finances, des technocrates. Il faut que tout soit entièrement repensé.

L'avantage procuré doit se renégocier. Dans l'économie contributive, l'avantage est procuré par une capacitation des populations. Le fait qu'ils soient bien éduqués, bien nourris, bien équipés, dotés d'un pouvoir d'achat. Le fait que, dans une société démocratique, ils aient des relations qui leur donnent une grande autonomie, fait qu'ils vont contribuer fortement. Cela constitue une très grande valeur pour Amazon, pour Google, etc... et ça doit se négocier, mais au niveau planétaire. Ça ne concerne pas que la France, c'est le nouveau modèle industriel qui est en train d'émerger. Il faut donc absolument repenser tous les indicateurs de valeur à partir de ce concept.

Derrière tout cela, de très nombreuses questions sont posées. Ces questions se sont développées dans le logiciel libre il y a maintenant plus de vingt ans. Il y a des investigations sérieuses à faire. Derrière tout cela, il faut gérer des conflits d'intérêts énormes. C'est le rôle de la puissance publique de gérer les intérêts de chacun mais au bénéfice de l'intérêt de tous. Il faut bien faire des arbitrages. C'est l'enjeu de la fiscalité contributive.

Très rapidement, j'aurais voulu resituer un peu toutes ces questions dans un contexte qui avait été défini il y a maintenant plus de quarante ans par Bertrand Gilles.

J'aurais souhaité vous parler de ce qu'il appelait le processus de désajustement. Bertrand Gilles, spécialiste de l'histoire industrielle, a mis en valeur le fait qu'à partir du début du XIX^{ème} siècle, avec la révolution industrielle, tout à coup les sociétés découvrent la technique et la technologie. A partir du moment où l'industrie, avec le machinisme et les transformations qui se sont opérées, au plan capitaliste également, a commencé à produire la société qu'on a appelée la société du progrès technique, et que les gens ont vu se transformer leur paysage autour d'eux, ils ont pris conscience de la technicité de leur situation et, aussi, de difficultés qui se sont imposées et qui, d'après Bertrand Gilles, ont été quasiment à l'origine de la conception napoléonienne de l'Etat.

Par exemple, le système technique français n'est pas seulement français, il est d'Europe occidentale et, de toute évidence, date de l'époque de Napoléon. Le système technique est essentiellement localisé en Angleterre, en Allemagne et en France. D'autre part, une société est appuyée sur un système technique mais également sur d'autres systèmes : le système juridique, le système fiscal, le système éducatif, le système linguistique. Une société peut être caractérisée par toutes sortes d'organisations sociales sans lesquelles elle ne pourrait pas fonctionner.

Ce que montre Bertrand Gilles, c'est que l'évolution technique met régulièrement en crise les systèmes sociaux. Pendant le XIX^{ème} siècle, ces crises sont relativement sporadiques parce que la durée de vie, par exemple, du système technique thermodynamique de la machine à vapeur est de soixante-dix ans. Donc il y a un début avec crise, puis une relative stabilité, la prospérité et il y a à nouveau crise autour de 1850-60, etc...

Nous vivons dans une situation particulière qui est un processus de désajustement permanent. A la différence des systèmes techniques très anciens qui avaient une durée de vie et une aire clairement identifiée de rayonnement géographique, nous sommes dans un système technique qui est devenu planétaire. Il n'a plus d'aire géographique, il est la planète entière, il fait le tour de la planète. Aucun pays ne lui échappe et par ailleurs, il est perpétuellement en transformation, il n'est plus du tout stabilisé. Il est dans un processus métastable constamment transformé.

Cette transformation constante s'est mise en œuvre au début du XX^{ème} siècle, à travers une politique que Joseph Schumpeter a appelée la destruction créatrice. La destruction créatrice a conduit à un retard structurel de plus en plus grand entre les systèmes sociaux d'un côté et le système technique de l'autre.

A un moment donné, au cours des années 70, cela a conduit à un sentiment de caducité de la structure de l'Etat. Et au cours des années 70, c'est le marketing qui s'est substitué à l'Etat et à la puissance publique pour prescrire la façon de s'emparer des techniques. On peut s'emparer des techniques de différentes manières. La technique n'est pas une réalité déterministe, c'est une réalité qui conditionne les sociétés. Par ailleurs, la technique a des possibilités d'évolution à l'intérieur desquelles il existe des choix possibles. Ces choix, pendant longtemps, ont été faits par l'Etat et à partir des années 70, il a été fait par le marché et plus précisément par le marketing. A ce moment-là, les entreprises ont été dirigées par le marketing stratégique.

Des processus politiques, mais aussi de grands processus économiques se sont mis en place, qui ont conduit à ce que, progressivement, la financiarisation s'opère dans ce contexte-là et substitue à la démarche d'investissement entrepreneurial une démarche de recherche de profit capitaliste spéculatif, dans un contexte qui a été largement favorisé par les réseaux. Ceux-ci permettent de faire des aller-retour extrêmement facilement quand on possède une bonne intelligence du réseau. A partir de là, à un moment donné, on a rencontré une limite. Parce qu'à un moment donné, la destruction créatrice devient purement destructrice. Elle n'est plus créatrice. Tout simplement parce que quand vous avez réduit les temps de transfert à quasiment rien, il n'y a plus d'anticipation possible et donc tout le monde a le sentiment de vivre à court terme.

Dès la fin des années 70, ça donne le slogan « *no future* » d'un mouvement anglais qui s'appelle « *punk* » mais aujourd'hui, ce ne sont pas

simplement les *punks* qui pensent cela, c'est pratiquement toute la communauté économique qui est confrontée à ces questions.

Comment resituer la question de l'économie contributive et de la fiscalité contributive dans ces situations ? Je reviens sur le système technique ou technologique numérique. Celui-ci paraît rendre impossible ce que j'appellerais la synthèse territoriale du système technique et des systèmes sociaux. La synthèse territoriale est ce qui fait que, à un moment donné, il y a une politique qui rassemble des effets et qui a une vision de son avenir par rapport à une technologie qu'elle maîtrise plus ou moins. Là, le système technique numérique semble totalement faire exploser cette possibilité de synthèse pour les raisons qui ont été très bien décrites et qui ont été pensées par Gilles Deleuze sous le nom de la déterritorialisation.

Les philosophes ont travaillé sur ces questions depuis longtemps et il faudra peut-être revenir sur ces questions. Par ailleurs, le système technique numérique est en train d'opérer des processus de reterritorialisation.

De nouvelles réticulations territoriales sont en train d'être rendues possibles avec de nouveaux processus d'attractivité. Je pense beaucoup à quelqu'un que vous connaissez sans doute qui s'appelle Pierre Weiss qui a travaillé beaucoup sur les économies de proximité et sur l'importance de la territorialité pour la construction des modèles économiques modernes du XXI^{ème} siècle.

Quoi qu'il en soit, je pense que l'avenir des territoires – on a souligné plusieurs fois aujourd'hui que la fiscalité basse n'est pas le critère d'attractivité des territoires - est la qualité des populations. Et ce qu'on recherche, que ce soit pour trouver des employés, des clients mais aussi, aujourd'hui, des prescripteurs, ce sont des entreprises où l'écosystème est constitué d'abord par les habitants. Ces habitants devenant des contributeurs, nourrissent, à travers ce qu'on appelle l'« *open innovation* », l'innovation ascendante, ce que Yann Moulier-Boutang appelle une société pollen. C'est une société où l'intelligence collective, qui est une externalité positive, qui n'est pas monétarisée en tant que telle, devient un élément fondamental de l'attractivité et du dynamisme économique.

C'est à partir de ces données-là qu'il faut repenser la fiscalité contributive et s'interroger sur sa raison d'être. Elle sert évidemment à donner des moyens d'action à la puissance publique. Elle sert à redistribuer dans cette action publique, plus ou moins, certaines politiques sont très redistributives, d'autres le sont beaucoup moins. Mais fondamentalement, elle sert, pardon pour cet anglicisme barbare, à « *topdowniser* » le « *bottom up* ». L'économie contributive est une économie « *bottom up* », c'est-à-dire ascendante. Les contributeurs sont des individus ou des petits groupes qui produisent de la valeur, valeur extrêmement protéiforme mais non valorisée - la valeur peut ne pas être valorisée -. Les diamants qu'on n'exploite pas n'ont pas de valeur. Par une démarche « *top-down* », descendante, à travers laquelle on va être capable, territorialement, d'avoir une politique qui va faire

redescendre, sur le territoire lui-même, et non pas à San Francisco, au Bahamas ou au Luxembourg, une valeur qui va devenir une valeur palpable. C'est l'objet d'une recapacitation territoriale.

Aujourd'hui, nous avons à mener, dans une époque de transition, un chantier extrêmement difficile. C'est un chantier qui, à la fois doit tenir compte de l'économie encore valide et qui fait vivre 95 % de la population et donc qu'il faut protéger. En même temps, ce chantier doit disparaître et il faut accompagner sa disparition. Et il faut parfois convaincre les acteurs en leur disant qu'il faut qu'ils passent à l'autre économie. Même si leurs intérêts à court terme ne le rendent pas évident, à moyen ou long terme, ils sont tous morts.

Il est donc indispensable que cette fiscalité contributive soit au service d'une telle mise en perspective d'un avenir national et européen et que les principes types prioritaires de cette fiscalité soient déterminés par rapport à cette reconstitution.

Tout ce qui a été dit ce matin était très intéressant mais à un moment donné j'étais un peu ennuyé par ce qu'on réduisait un peu le numérique aux télécommunications alors qu'effectivement, le numérique ce n'est pas uniquement les télécommunications. Et d'un certain point de vue, les télécoms relèvent presque de l'externalité positive. On peut penser qu'il faut les nationaliser, comme cela a été fait avec les réseaux. C'est le genre de raisonnement qui peut se tenir parce que, finalement, ça n'est plus là que se produisent véritablement les transformations mais sur les plateformes, sur les contenus, les populations, les attitudes, etc... Merci beaucoup de votre attention.

3^{ÈME} TABLE RONDE - FISCALITÉ DE LA PUBLICITÉ EN LIGNE : DE NOUVELLES PISTES ?

Mme Catherine Morin-Desailly, sénatrice de Seine-Maritime, présidente du groupe d'étude « Média et nouvelles technologies ». – Mesdames et Messieurs, charge à moi d'introduire cet après-midi, à travers notamment le rôle de grand témoin qui m'est confié. Celui-ci va me permettre de m'exprimer non seulement au nom de la Présidente Marie-Christine Blandin de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, mais aussi en mon nom propre en tant que présidente du groupe « Médias et nouvelles technologies » rattaché à cette commission. Je précise que ce groupe d'études rassemble des sénateurs venus de différentes commissions, partageant des intérêts communs principalement de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication, mais aussi des affaires économiques, des lois, des finances et des affaires étrangères.

En introduction, je vous propose de vous livrer une brève synthèse de la table ronde que j'ai organisée, le 26 janvier dernier, ici-même, au Sénat, sur ce thème de la fiscalité numérique, avant d'ailleurs même que le compte-rendu en soit rendu public.

Depuis plusieurs années, notre assemblée réfléchit à la nécessaire évolution de la fiscalité française et européenne qu'implique ou qu'impose désormais la révolution numérique. C'est le sens du travail que font nos commissions. Philippe Marini l'a rappelé ce matin, à son initiative, le Sénat avait voté ce qu'on a improprement appelé la « taxe Google ». A titre personnel, je m'étais d'emblée opposée à ce projet parce que j'ai tout de suite pensé qu'elle aurait touché notamment les PME de l'Internet et le commerce électronique. Elle aurait pu aussi conduire les grands investisseurs français à se délocaliser, si bien que la taxe manquait tout à fait sa cible. Cette disposition a malgré tout eu le mérite de l'électrochoc, qui nous conduit aujourd'hui à poursuivre notre réflexion. Elle a incité chacun à se mobiliser, à contribuer au débat sur ces échanges immatériels en ligne.

Aujourd'hui nous pensons qu'il y a clairement urgence. Le développement du numérique pose des défis structurels à la fiscalité française, en particulier en matière d'équité fiscale. Il nous semble qu'il faut aller vers une plus grande neutralité technologique.

Le thème de cette première table ronde porte sur la fiscalité de la publicité en ligne. Ces dépenses atteignent 2,6 milliards d'euros en France, ce qui est une somme importante. D'autres voies méritent également d'être explorées mais on touche vraiment là au cœur de la problématique. Les grands acteurs de l'Internet, largement cités ce matin, ont utilisé et utilisent les tuyaux numériques pour aspirer une part croissante de la valeur ajoutée et des bénéfices au détriment des opérateurs existants. Philippe Marini a dit ce matin

que ceci est tout particulièrement le cas pour le secteur de la culture mais également pour les médias, quels qu'ils soient, l'audiovisuel comme la presse.

C'est le cas de façon directe par le biais de la désintermédiation organisée par les grandes plateformes de l'Internet qui facilite l'accès aux œuvres – et je ne parle même pas de piratage - et également de façon indirecte avec les nouveaux modèles économiques dont le financement est majoritairement assuré par la publicité en ligne dont les créateurs de contenus ne bénéficient pas ou peu. Un intervenant à notre table ronde du 26 janvier a indiqué que la publicité en ligne représente 500 milliards de dollars, dont 100 milliards alimenteraient des entreprises telles que Google, Yahoo, Msn. En outre, ces véritables « aspirateurs » de publicité captent une partie des recettes publicitaires, qui permettent habituellement aux médias traditionnels de vivre et contribuer au financement de la création mais aussi de la diffusion de la culture et de l'information.

Je pense notamment à la presse qui n'est pas en bonne santé en ce moment et qui dépend très fortement des recettes publicitaires. On voit bien que le secteur souffre de leur contraction sans pour autant que les modèles économiques en ligne ne permettent pour l'instant de compenser ce manque à gagner. Et dans une assemblée comme le Sénat qui est très attachée au pluralisme et aux libertés, c'est une réelle préoccupation de se dire comment ce secteur va pouvoir survivre, se réformer et muter pour assurer les grands principes de la démocratie que sont le pluralisme, la diversité et l'indépendance des médias.

Je pense aussi aux chaînes de télévision qui se partagent en nombre croissant un gâteau publicitaire dont la taille va tendre forcément à se réduire au fur et à mesure que les géants de l'Internet le siphonneront. Elles assurent, on l'a dit ce matin aussi, une majeure partie du financement de la production cinématographique et audiovisuelle. Aujourd'hui nous entrons dans une seconde révolution numérique, qui va bouleverser encore plus la donne, je pense notamment à l'info-nuage, le *cloud computing*, et bien sûr, la télévision connectée. A cet égard, l'application de la contribution à l'audiovisuel public, anciennement appelée redevance, aux ordinateurs ou aux terminaux informatiques, équipés pour recevoir la télévision dans le cas où on n'a pas un poste de télévision traditionnel, n'a toujours pas été résolu. J'avais avancé cette proposition en 2010 dans mon rapport sur les comptes de « France télévision : « quelle ambition pour la télévision publique ? ».

Cet exemple que je viens de citer montre bien qu'il faut aborder la question de la fiscalité numérique dans sa globalité. Il faut en définir clairement les objectifs, puis les différentes modalités : quelles assiettes, quels taux, au bénéfice de qui ? Et ceci dans un contexte qui évolue très rapidement. Il ne faut pas attendre la révision des règles européennes de TVA, prévue pour 2015. D'ici 18 mois à 2 ou 3 ans, les plateformes de l'Internet auront eu les moyens de capter l'essentiel de la valeur ajoutée des secteurs récréatifs et culturels. Les distorsions fiscales auront donc irréversiblement structuré les marchés et ceci en partie d'ailleurs grâce à une fiscalité américaine

particulièrement avantageuse et à l'optimisation fiscale que permet aujourd'hui la jungle fiscale européenne. S'agissant des secteurs de la culture, il nous faut imaginer l'adaptation de nos modèles qui intègrent une fiscalité de transfert entre médias avec un financement de l'amont vers l'aval aux nouveaux supports quels qu'ils soient. Ceci doit s'envisager dans un souci d'équité fiscale, de juste rémunération de chacun et de financement à la diversité culturelle. Le 26 janvier dernier, certains ont défendu la nécessité d'associer à la réflexion sur la fiscalité, une approche en termes de création de valeurs et de marges réalisées. D'autres ont défendu l'idée d'une réflexion d'ensemble avec nos partenaires européens plutôt que de rechercher des solutions sectorielles.

Les projets de taxation de la publicité en ligne doivent donc prendre en compte une réalité bien complexe. S'est posée également la question de la responsabilité des hébergeurs et autres intermédiaires du Net, en quelque sorte au titre du principe du « pollueur-payeur » évoqué par l'économiste Olivier Bomsel. Il s'agirait de contrebalancer les effets négatifs du développement de l'économie numérique. Je crois pouvoir dire enfin qu'une majorité d'intervenants partageaient le souhait de mise en place d'une véritable politique industrielle européenne, la fiscalité en étant le bras armé.

Notre approche doit être plus offensive dans ces domaines, dans le cadre d'une Europe davantage consciente de l'impérieuse nécessité d'agir en faveur de ses intérêts et de ceux de ses industries. Je crois pouvoir dire que notre assemblée, le Sénat s'emploie à y contribuer, compte tenu des textes adoptés l'an dernier en faveur notamment du livre numérique. Nous avons proposé une TVA à 5,5 % équivalente à celle pour le livre papier et plus récemment, lors de la dernière loi de finances, nous avons imposé une TVA à 2,1 % pour la presse numérique, équivalente à celle pour la presse papier.

Marc Tessier, lors de cette table ronde, a regretté l'absence de réflexion théorique sur la fiscalité du numérique. Nous lui donnons tort aujourd'hui puisque cette journée lui est consacrée. Enfin, le 26 janvier, certains ont aussi souligné les difficultés techniques et juridiques d'une taxation de la publicité en ligne. Ils se sont interrogés par exemple sur la manière de taxer les plateformes qui, telles Amazon, reposent sur un modèle économique de vente de produits plus que de publicité en ligne. Certains, en l'occurrence les annonceurs eux-mêmes, craignent qu'une telle taxe n'ait des effets pervers sur le financement de la culture en incitant les gros annonceurs à déplacer leurs investissements publicitaires vers d'autres médias.

Toutes ces questions que je viens d'évoquer, et bien d'autres encore, méritent d'être approfondies cet après-midi. Je propose donc d'emblée de donner la parole aux intervenants de cette première table ronde afin qu'ils nous fassent partager leurs propositions, leurs avis, leurs recommandations et ainsi alimenter notre réflexion. Je vous remercie de votre attention.

M. Pascal Perez, directeur, Formules économiques locales. – Je vais donner la parole très vite à Romain Girtanner, avocat du cabinet Watson, Farley et Williams.

M. Romain Girtanner, avocat, cabinet Watson, Farley et Williams. – La contribution qui nous a été demandée a été essentiellement une étude qui devait déboucher sur une proposition. Nous souhaiterions que cette proposition vienne en complément d'autres dispositifs et ne possède pas d'emblée toutes les précisions souhaitées en termes d'assiette, de taux et également de validité au niveau international.

Cette proposition se doit d'être modeste parce que, comme l'a rappelé mon confrère ce matin, nous avons subi de nombreux échecs au niveau de l'OCDE, dès les années 90, lorsque nous avons voulu appréhender le commerce électronique et nous poser la question d'établissements stables. Au niveau communautaire, nous n'avons pas encore d'assiette commune de l'impôt sur les sociétés et ce point de la fiscalité numérique n'est pas encore traité.

Au niveau interne, la taxe proposée par le sénateur Marini a finalement été abrogée. Pourquoi cette idée de taxe sur les revenus de la publicité en ligne ? Ce n'est pas une idée nouvelle, même si nous avons été consultés dès 2009 sur ce sujet. Nous avons pointé du doigt que, selon nous, c'était, dans une vision à court terme, le mécanisme le plus faisable à mettre en œuvre, à condition d'être accompagné d'autres dispositions.

Nous allons aujourd'hui débattre de ces dispositions face aux limites de nos grands impôts.

L'impôt sur les sociétés : on ne peut pas renégocier l'ensemble des conventions fiscales internationales de la France en quelques années. On peut réfléchir à modifier la définition d'établissement stable en créant une notion d'établissement stable virtuelle, par exemple. Même si c'est une vision à long terme, on se doit d'y réfléchir.

Nous pouvons également revisiter une notion de notre droit fiscal interne, qui est le cycle commercial complet d'activités. Nous pourrions imaginer un cycle commercial complet d'activités au niveau virtuel avec un site Internet. Là encore, cela nécessite une discussion au niveau international. Nous avons vu la rapidité avec laquelle la politique a pu se mobiliser et permettre de signer des traités en matière de paradis fiscaux.

La TVA : on parle beaucoup de la réforme de la TVA qui va entrer en vigueur en 2015, mais celle-ci concerne essentiellement la relation entre les professionnels et les consommateurs. Là, nous visons vraiment les biens ou les services qui seront rendus aux consommateurs. Effectivement, on appliquera le taux de TVA qui est celui du pays du consommateur.

Ce qui nous intéresse lorsqu'on regarde les revenus de la publicité en ligne, ce sont les relations entre deux entreprises. Une entreprise située en dehors de France, lorsqu'elle facture ses prestations de service, sa fourniture

de service de publicité, n'acquiesce pas la TVA. Cette TVA est ce qu'on appelle auto-liquidée par le client français. On a une entreprise française qui va déclarer la TVA sur sa déclaration et qui va immédiatement la déduire, - lorsqu'elle est autorisée à déduire 100 % de la TVA - ce qui est pour la plupart du temps le cas.

Quand on a regardé l'ensemble de ces taxes et principaux impôts, on s'est rapidement focalisés sur les autres taxes, les anciennes taxes parafiscales et notamment les taxes liées à la dépense de publicité. Historiquement, ce sont des taxes qui ont toujours bien fonctionné. En France, nous possédons une expérience et un savoir-faire sur la façon d'appréhender les revenus liés à la publicité. Souvent, c'est en fonction des dépenses et on a vu qu'il existe un lobbying assez fort, une position qui peut-être entendue d'un point de vue économique. L'idée aujourd'hui, c'est de reposer le problème en se situant sur le terrain des « revenus ». Je mettrais ce terme entre guillemets car il y a vraiment une discussion à avoir au niveau de l'assiette.

Concernant la validité de cette proposition, sur le plan du droit fiscal interne, c'est relativement simple. Nous ne devrions pas rencontrer d'obstacle au Sénat pour créer une telle taxe. Sur le plan du droit fiscal international, en revanche, nous nous heurtons à un obstacle significatif, l'obstacle de la notion d'impôt sur les bénéfices. Lorsqu'on taxe les revenus, la frontière entre le terme bénéfices et le terme revenus est relativement minime. On pourrait finalement classer la taxe sur les revenus de la publicité en ligne dans la taxe sur les chiffres d'affaires. Dans ce cas-là, les traités, c'est-à-dire, les conventions fiscales ne s'appliqueraient pas et on ne pourrait pas être limité par la théorie de l'établissement stable.

Maintenant, il faut savoir qu'on aura forcément des débats. L'idée est également de réfléchir sur ce sujet-là, peut-être également avec les services du ministère des finances.

En droit communautaire, de nombreuses taxes ont fait l'objet d'enquêtes, d'avis, de procédures au niveau de la Commission européenne. Au sein du Cabinet, nous avons travaillé avec mes confrères spécialistes en droit communautaire et droit constitutionnel Eric Diamantis et Laurent Batou. Une solution consisterait à créer une taxe non affectée, liée au budget général et qui ne serait pas destinée à subventionner telle ou telle industrie ou secteur d'activités afin de limiter les problématiques d'aides d'Etat.

En droit communautaire, il faut également regarder les problèmes de liberté d'établissement, de distorsion de concurrence, mais après études, ce sont des sujets sur lesquels on peut avoir un certain confort. C'est le cas également au niveau du droit constitutionnel. Le principe à prendre en compte en droit constitutionnel, c'est le principe d'égalité des contribuables devant l'impôt et là, on voit que le Conseil constitutionnel, en ce qui concerne la taxe liée au financement de l'audiovisuel suite à la suppression de la publicité, a évolué, a fait une interprétation assez large en utilisant un concept de rationalité, et lorsqu'on est en face de gros contributeurs ou de personnes qui

gènèrent des revenus importants, on a une certaine marge de manœuvre. Et lorsqu'on vise, ce qu'on appelle les OTT (*over the top*), on est en face de ce type de gros contributeurs.

En résumé, concernant la validité, ce n'est pas parfait, on aura la question du droit fiscal international, des questions communautaires et constitutionnelles, mais je pense que c'est un terrain sur lequel on peut travailler ensemble.

La mise en œuvre est un sujet de discussion important. Lorsqu'on s'adresse à des personnes qui ne sont pas ou très peu localisées en France, les services sont fournis essentiellement depuis un territoire hors de France. On ne se trouve pas face à des personnes qui font des optimisations complexes. Elles s'installent de façon très logique dans un pays, l'Irlande ou le Luxembourg par exemple, où elles bénéficient d'un régime fiscal tout à fait légal, tout à fait autorisé. Une structure complexe n'est pas nécessaire. L'idée, pour ces fournisseurs de services, c'est d'utiliser la représentation fiscale. On a vu ce matin que c'est le mécanisme qui a été utilisé par l'ARJEL sur les jeux en ligne. Le concept de représentations fiscales, c'est quelque chose qu'on connaît depuis très longtemps en matière de TVA, même s'il est moins utilisé parce que maintenant on a la théorie du guichet unique. Mais c'est un schéma qui fonctionne encore. Lorsque, par exemple, des non-résidents vendent un bien immobilier, au-delà d'un certain seuil ils sont tenus de nommer un représentant fiscal et je vois mal de grands acteurs internationaux refuser de nommer un représentant fiscal. Cela peut être fait relativement simplement à partir du moment où ils possèdent souvent déjà une société. Certes, ce n'est pas celle qui génère le plus de revenus car il y a un problème de base taxable d'impôt sur les sociétés mais elle a déjà une substance qui est immatriculée et, enregistrée auprès du Tribunal de commerce.

En ce qui concerne les redevables, on vise donc plutôt les fournisseurs de services de publicités en ligne. La problématique de recouvrement serait résolue *via* le mécanisme de la représentation fiscale. On s'est inspiré de la taxe de la publicité radiodiffusée. C'est une taxe affectée au financement des radios locales qui a évolué en 2002 et 2003 et qui visait clairement les régies. L'idée, c'est que même si la régie ou le fournisseur est situé en dehors de France, on peut quand même appréhender les revenus à partir du moment où, à mon sens, on n'aurait pas une taxe affectée mais liée au budget général pour ne pas tomber dans la problématique d'aide d'Etat.

En conclusion, pour nous, cela reste, à ce stade, une piste de réflexion, quelque chose à travailler en termes d'assiette. On a vu, concernant l'ARJEL, qu'ils n'ont pas pu appréhender les revenus du jeu mais on a bien fait la distinction, ce matin, entre les revenus et la mise. L'assiette, c'est la mise du joueur. Pourra-t-on appréhender raisonnablement les revenus de la publicité en ligne, c'est le point d'interrogation ? Il faut vraiment fournir un travail sur l'assiette, puis sur le taux. Mais cela est du domaine des économistes. Il faut appréhender ce qui est mesurable et créer une dynamique. C'est aussi l'objet de ce forum d'aujourd'hui. On recrée cette dynamique, on

se repose la question et peut-être pourra-t-on définir une taxe où ces acteurs étrangers, qui nomment un représentant fiscal en France, jouent le jeu, commencent à déclarer et à contribuer un minimum au budget général de l'Etat.

M. Pascal Perez. – Merci pour cette explication. On voit bien qu'un pas en avant est fait, mais c'est comme un moule qui resterait encore à affiner. Je me demande s'il ne serait pas pertinent de faire un petit pas de côté en demandant à M. Luc Tran Thang de réagir au retour d'une idée de taxation. Je pense qu'avant d'essayer de finaliser votre proposition, c'est bien de pouvoir entendre finalement le futur acteur clé dans ce projet de taxation de la publicité en ligne via les régies.

M. Luc Tran Thang, président du syndicat des régies Internet. – Je trouve le projet intéressant. En tant que représentant des régies, je peux dire que nous ne sommes forcément pas favorables aux taxations dans ce domaine. Je reviens sur la réaction que nous avons eue à l'époque, par rapport au projet de « taxe Google ». Ce dont il faut se rendre compte c'est qu'à l'intérieur des investissements publicitaires sur Internet, il faut bien distinguer les différents types d'acteurs. L'Internet représente, d'après la dernière étude sortie en janvier, à peu près 1,1 milliard sur le *search*, avec *grosso modo*, deux acteurs, dont l'un représente probablement 90 % des investissements effectués dans le domaine du *search*. Dans le domaine du *display* qui est la seconde grande poche d'investissements dans la publicité numérique, il y a probablement à peu près 150 acteurs sur le marché français. Cette poche représente 600 millions d'euros pour 150 acteurs. Le syndicat des régies Internet (SRI), qui représente 26 des principales régies qui agissent sur ces 600 millions, représente de l'ordre de 500 millions. C'est-à-dire que la moyenne des investissements publicitaires numériques qui sont captés par les régies Internet qui agissent dans le domaine du *display* est de l'ordre d'une vingtaine de millions. On se rend donc bien compte de la différence qu'il peut y avoir entre un acteur qui ne doit pas être loin du milliard et la plupart des régies Internet qui pèsent de l'ordre de 20 millions d'euros. On est face à un problème. On souhaite, en termes de compétition, ne pas défavoriser un certain nombre d'acteurs vis-à-vis d'autres. Or, de notre point de vue, il existe effectivement aujourd'hui une distorsion de concurrence qui se fait sur la fiscalité puisque aujourd'hui, un certain nombre de grandes sociétés ne sont pas soumises aux mêmes règles que les autres.

Le *display* est pour moi un segment particulièrement important car c'est le mode de monétisation le plus important pour un certain nombre d'éditeurs français. Ce sont les titres de presse qui sont sur le numérique. Toute cette économie du numérique en France a besoin de ces revenus publicitaires pour pouvoir développer, créer de l'emploi et de la croissance. Il faut faire attention, lorsqu'on prévoit de taxer les « pourvoyeurs » de financement à cette économie numérique française, que ça n'handicape pas ceux qui créent et développent cette économie. Il est donc important de se rendre compte que taxer les principaux pourvoyeurs, qui, en plus ne vont pas

chercher la plus grosse part des investissements, va handicaper. Mécaniquement, ce sont ces 150 régions qui sont sur le territoire français qui vont handicaper tous les acteurs qui investissent dans la création de contenu et dans les sites. Ce sont les e-commerçants qui bénéficient en partie de ces investissements dans le numérique.

Il faut trouver le bon équilibre afin de faire en sorte de ne pas désavantager les acteurs locaux qui sont de beaucoup plus petites tailles que les acteurs américains, dans un domaine où la technologie et les effets de taille sont très importants. On a besoin d'investissements dans la technologie pour pouvoir agir sur le numérique. Il est certain que si on investit pour attaquer le marché américain, on bénéficie tout de suite d'un effet de taille. Les groupes basés sur des territoires beaucoup plus grands, comme les Etats-Unis, ont un avantage concurrentiel par rapport aux acteurs français. Parmi les acteurs nationaux, certains sont vraiment tous petits et d'autres moyens et il n'y a pas de comparaison avec le volume de *business* que peuvent représenter les gros acteurs.

Il faut faire attention à ces différents paramètres. On ne peut pas se réjouir en se disant qu'un enjeu de taxation supplémentaire arrive sur un domaine économique. Aujourd'hui, il existe un problème d'équité entre les différents acteurs. Ce problème n'est pas forcément négatif, mais il faut bien faire attention à ne pas aller handicaper les petits acteurs français, ce qui serait complètement contreproductif pour notre économie.

M. Pascal Perez. – L'hypothèse d'une fermeture du service en France, de la part d'un acteur étranger qui serait ainsi taxé, peut-elle entrer dans une anticipation des rapports de force entre un Etat et un grand opérateur de recherche sur Internet ?

M. Luc Tran Thang. – Je pense que ce ne serait pas bénéfique à l'économie de l'Internet en général d'envisager ce genre de scénario. Je pense que nous avons besoin en France d'avoir des services de recherche qui soient efficaces. C'est un écosystème général et la recherche sur Internet permet de fluidifier l'accès à l'information. Elle permet aussi de générer des bénéfices d'usage pour les consommateurs et pour les différents acteurs. Ça ne se pose pas en ces termes là. Il suffit de regarder les rapports annuels des différentes sociétés qui sont cotées pour se rendre compte qu'on n'est pas dans une dynamique de faible profitabilité des grands acteurs mondiaux. On a atteint des effets d'échelle qui sont largement suffisants pour participer à une fiscalité. C'est toute une question d'échelle des investissements qui peuvent être significatifs et qui sont très difficilement faisables par des acteurs sur un seul territoire français. Il faut donc protéger ces entreprises françaises qui essayent de se développer sur la base du territoire national. On a vu par le passé un certain nombre de sociétés françaises se délocaliser pour aller sur le marché américain afin de bénéficier de ces effets de taille. Il ne faudrait pas non plus s'handicaper.

Mme Sylvie Forbin, directrice des affaires institutionnelles et européennes de Vivendi. – On est quand même dans un domaine où la progressivité est un concept connu. Ne pourrait-on pas imaginer d'avoir, par rapport à des grands acteurs et à des petits acteurs, une même progressivité avec des seuils déclenchants d'une fiscalité de la publicité en ligne ?

M. Luc Tran Thang. – Je pense effectivement que la question des seuils doit être abordée. Cela peut permettre de sauvegarder ou de conserver certains petits acteurs en voie de développement. On peut faire aussi un lien avec l'innovation. L'idée n'est pas de créer un coup de massue mais justement de faire quelque chose d'un peu sur mesure et d'enclencher cette dynamique à l'attention des fournisseurs et non pas à l'attention des annonceurs. On avait vu tous les reproches qu'on pouvait faire à ce titre et les risques de délocalisation.

Au niveau du syndicat des régions Internet, nous venons tout juste de commencer à discuter de cette question : quelle est la bonne façon de faire évoluer cela ? Nous n'avons pas pu amener cette discussion à son terme. Je vais donc avoir du mal à vous répondre. Il est certain qu'il faut trouver des mécanismes qui répondent aux besoins collectifs, qui permettent de rétablir une équité sans handicaper les acteurs français qui sont en limite de rentabilité. Pour un très grand nombre, ils n'ont pas atteint cette rentabilité, du fait des investissements nécessaires pour exister sur le marché du numérique.

Les seuils sont peut-être une bonne réponse mais je ne peux pas me prononcer là-dessus. Il y a peut-être d'autres mécanismes, mais il faut vraiment faire attention et faire la différence entre un acteur, un très petit nombre d'acteurs, qui font plus d'un milliard d'euros en France, avec des taux de croissance impressionnants, et une myriade d'acteurs qui font quelques centaines de millions d'euros, avec des rapports de 1 à 100.

Mme Bénédicte Sander, directeur fiscal du groupe Pages Jaunes. – Si je comprends bien, en ce qui concerne la TVA, les services de publicité en ligne comme les annonceurs sont généralement des professionnels et il n'y a pas de problème de TVA puisque la TVA est auto-liquidée. Les problèmes de TVA ne concernent donc que les services vendus en ligne puisque cela s'adresse plus à des particuliers, et cette proposition ne traite pas du tout des services vendus en ligne où la distorsion de concurrence persiste.

M. Luc Tran Thang. – Tout à fait. Là, on vise les services de publicité en ligne. Le client de ces services de publicité en ligne est en général une entreprise et non pas un consommateur. On pourrait augmenter le taux de TVA, ça ne changerait rien.

Mme Bénédicte Sander. – Cette proposition laisse donc complètement de côté les services.

M. Romain Girtanner. – Oui, ce n'est vraiment pas une proposition globale, c'est l'idée d'approfondir une taxe. Encore une fois, c'est une vision à

court terme, ce qui nous a semblé le plus faisable pour enclencher la discussion et traiter de la problématique d'équité fiscale.

Mme Bénédicte Sander. – Et d'un point de vue européen, c'est une sorte de nouvelle taxe sur la valeur ajoutée ?

M. Romain Girtanner. – Oui, toute la difficulté est de savoir si, en termes d'assiette, on vise le chiffre d'affaires ou les revenus pour éviter l'application des conventions fiscales internationales qui nous empêchent de taxer les bénéficiaires. Faut-il introduire une notion d'établissement stable ? Est-ce qu'on taxe plus le chiffre d'affaires ou même une autre assiette ? On l'a vu ce matin sur le jeu en ligne, c'est une masse, c'est la mise du joueur. Je pense qu'il y a une réflexion à avoir sur l'assiette.

Mme Maxence Demerlé, déléguée générale adjointe du Syndicat des industries des technologies de l'information. – Ce débat est très intéressant. J'étais, ce matin, au Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique où ont eu lieu une présentation et des débats très intéressants sur la problématique de l'adaptation de la notion de copie privée et/ou du droit exclusif dans l'univers du *cloud computing*. Le sujet était un peu différent mais il se rejoint sur le fait que nous discutons d'une taxe affectée, dans ce comité, indirectement. Vous parlez, éventuellement, d'une taxe non affectée afin d'éviter certains écueils. C'est peut-être un peu ambitieux mais la piste que vous ouvrez est très intéressante. Il y aurait aussi une problématique de feuilletage de taxes affectées avec des taxes non affectées et qui financeraient, directement ou indirectement, le domaine de la création. Nous sommes tout à fait favorables à ce que ce domaine reste dynamique, nous avons besoin des contenus. Néanmoins, il ne faut pas oublier qu'il existe d'autres taxes et c'est bien aussi que l'on discute de nouvelles taxes.

??? . – C'est également sur ce sujet que je voulais intervenir. Je note que la proposition intégrait en fait le droit communautaire. C'est toute la problématique qui s'est posée lors de notre réflexion sur la suppression de la publicité sur France télévision. Les revenus de la publicité et leur compensation par la création d'une nouvelle taxe sur les fournisseurs d'accès Internet et l'invalidation par Bruxelles par la suite puisque l'argument était de savoir si la taxe est affectée ou non. C'est un point à prendre réellement en considération.

M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique. – J'ai une question sur la proposition de taxe des revenus publicitaires. Tout à l'heure vous parliez de l'assiette, mais plus sur la logique de bénéficiaires. Sur qui cela porte-t-il exactement ? Sur le support de publicité ou sur les régies publicitaires ? Parce que la différence n'est pas neutre. Lorsque le support publicitaire encaisse 100, la régie publicitaire, elle, perçoit sa commission de régie qui est à peu près entre 25 et 35 %. D'un seul coup, l'assiette de la taxe, c'est soit, 2,5 milliards, 2,6 milliards qui sont les revenus publicitaires d'une part, soit de 30 % de ces sommes là, auxquelles il faut encore ajouter 1 ou 2 % de taxe. Le montant que vous allez pouvoir récupérer

potentiellement sur cette taxe là, va être relativement faible. Qu'entendez-vous par le concept de fournisseur de services de publicité en ligne ? Le support de publicité ou uniquement les revenus perçus par la régie publicitaire ?

M. Romain Girtanner. – C'est une très bonne question. A ce stade, nous n'avons pas de position arrêtée. Nous avons plutôt étudié les régies publicitaires mais je pense que le débat doit avoir lieu sur le redevable. Le terme de fournisseurs est un terme délibérément large.

Mme Sylvie Forbin. – Mais il y a de nouveaux arrivants. Je crois que nous devons être extrêmement précis dans notre débat. Nous ne sommes pas en train de parler d'autre chose que de fiscalité. Nous ne sommes pas en train de parler de copie privée, ni de compensation, nous sommes en train de parler de fiscalité directe et indirecte sur l'économie numérique. C'est très important de faire la différence et de ne pas faire d'amalgame.

M. François Momboisse, président de la FEVAD. – Quel est l'objectif de cette taxe ? Compenser une différence de compétitivité entre les acteurs établis à l'étranger et les acteurs français ? Donner des revenus à la création ? Ou accroître les finances de l'Etat ? Il faudrait qu'on le sache quand même.

M. Romain Girtanner. – Notre cahier des charges visait à améliorer la compétitivité mais aussi à augmenter l'équité fiscale. Lorsqu'on étudie les différents impôts, l'impôt sur les sociétés, la TVA,... et comme cela a été fait dans de nombreuses études, on arrive tous au constat que de gros acteurs ne contribuent pas aux finances publiques de l'Etat. Après, on peut voir si c'est affecté ou non affecté.

Si on considère une taxe affectée, on risque d'avoir des problèmes au niveau communautaire puisque ce sont des acteurs qui peuvent très bien se délocaliser en dehors de l'Union européenne et donc on ne franchirait pas l'étape de la Commission.

Ensuite il faut réfléchir sur les questions de seuil et de progressivité.

M. Olivier Guillemot, directeur financier juridique du Conseil national du numérique (CNC). – Pour réagir sur la question de l'affectation, je suis un peu surpris par votre raisonnement. Nous avons l'habitude de traiter de ces questions avec la Commission européenne. Lorsque nous faisons examiner nos aides, la question de l'affectation de la taxe n'intervient pas dans l'examen de l'aide d'Etat en tant que telle. Ce qui intervient, c'est comment cette aide, trouble éventuellement le jeu économique des acteurs du marché. Pour ce qui est de la fiscalité, la Commission n'examine pas l'affectation en tant que telle, elle regarde si cette taxe trouble ou pas le jeu de la concurrence entre les acteurs du marché. Elle ne fait pas de lien, quand elle examine la validité de la taxe, entre l'affectation et l'examen de l'aide d'Etat qui est examinée par ailleurs. Je suis donc un peu surpris par votre remarque. Je pense que ce n'est pas, à mon avis, une piste d'examen justifié quand on examine ces questions de fiscalité, à l'échelle communautaire.

M. Romain Girtanner. – Au niveau communautaire, nous avons effectivement fait cette distinction lorsque la taxe était affectée ou non à un certain secteur d'activités. Il nous semblait plus réalisable de poursuivre dans le sens d'une taxe non affectée, plutôt liée au budget général. Encore une fois, l'idée était de raisonner à court terme et de trouver une solution pragmatique.

M. Luc Tran Thang. – Un exemple le démontre en particulier, c'est la taxe qu'évoquait Madame Morin-Dessailly, dite « Télécom », instituée à la suite de la suppression partielle de la publicité sur les chaînes de télévision publique. Elle n'a pas été affectée en tant que telle, elle a été versée au budget général et ce n'est pas l'affectation qui a fait l'objet d'une plainte de la part de la Commission européenne qui l'a examinée. C'est le fait que, potentiellement, cette taxation allait venir aider une entreprise publique qui, par ailleurs, bénéficiait de subventions publiques, et c'était donc par rapport à la question des aides d'Etat.

M. Pascal Perez. – Madame Morin-Dessailly, peut-être pourriez-vous conclure, en reprenant peut-être l'une des questions qui a été posée de manière faussement naïve : dans quel but retravailler l'idée d'une taxe sur la publicité en ligne ?

Mme Catherine Morin-Dessailly, sénatrice de Seine-Maritime. – Pour rebondir sur ce que vient de dire le représentant du CNC, malgré tout, nous nous sommes retrouvés devant une difficulté, que nous, les législateurs, avons soulevée à l'époque. Il s'agit de la création de cette nouvelle taxe qu'on savait bien, en définitive affectée. Le texte de loi était assez clair là-dessus et c'est tout de même la raison pour laquelle cette taxe a été invalidée à l'époque par Bruxelles.

Je pense que c'est important, surtout si on veut raisonner à l'échelle européenne aujourd'hui. J'ai parlé d'une stratégie industrielle avec une politique fiscale plus intégrée. Je pense qu'il faut d'ores et déjà réfléchir à ce niveau-là. Ça me semble tout à fait essentiel. La question de fond est celle posée par Monsieur Momboisse : pourquoi taxer ? Au bénéfice de qui ? Quelle assiette ? C'est la question que j'ai posée en préambule. Il est évident qu'on ne crée pas des taxes pour le plaisir de créer des taxes. Il peut y avoir un souci de neutralité technologique, d'équité entre les différents acteurs. Il peut y avoir également, pour ce qui concerne le cas de la création en France, des secteurs culturels mais aussi des médias afin de permettre de pérenniser une création à laquelle nous sommes tous attachés pour différents motifs. Pour ce qui concerne par exemple la presse, l'audiovisuel, il s'agit de motifs de représentation démocratique.

En tout état de cause, il faudrait un système économique qui se substitue ou qui vienne compléter un système existant dans un monde plus réel, plus palpable. Ce système permettrait d'aborder, dans des conditions satisfaisantes, toutes ces problématiques. L'équité fiscale à tous les niveaux. Sans doute des éléments d'appréciation complémentaires devront être livrés à la réflexion. Si ce sont des taxes non affectées, comment tout cela se

redistribuée ? C'est une question plus interne à notre pays. Voilà quelques éléments d'appréciation sur ce projet mais je crois que Monsieur a quelque chose à ajouter.

M. Luc Tran Thang. – Je suis étonné de voir que le problème des nouvelles pistes fiscales envisageables n'ait pas encore été soulevé. Nous sommes relativement gênés par les conventions fiscales et par deux conventions fiscales principalement, celle avec l'Irlande et celle avec le Luxembourg, qui nous empêchent de taxer les acteurs qui sont en Irlande et au Luxembourg. A ce sujet, une réponse très simple pourrait être apportée. Elle consisterait à mettre fin à ces conventions fiscales. La France l'a déjà fait avec le Danemark. Le Danemark nous a en fait imposé la fin de la convention fiscale et cela n'a pas du tout gêné les échanges entre la France et le Danemark. Nous avons des directives communautaires qui permettent une exonération retenue à la source sur les dividendes, sur les intérêts, sur les redevances. Nous avons le régime-mère, filiales, etc...

Il existe des directives communautaires qui nous permettent d'assurer une sorte de neutralité fiscale sur les échanges principaux entre la France et l'Irlande, la France et le Luxembourg. Nous pourrions très bien nous passer des conventions fiscales.

Dès lors que nous avons enlevé cette barrière de la convention fiscale, nous pouvons aménager dans notre propre droit interne d'autres critères de cycles complets d'activités. Nous pouvons avoir des critères qui permettent de taxer autre chose qu'un cycle complet d'activités sans avoir cette barrière des conventions fiscales. Mettre fin à la convention fiscale France-Luxembourg qui est une vieille convention fiscale datant de 1958 et qui a été peu mise à jour serait une solution éventuellement envisageable.

4^{ÈME} TABLE RONDE - FISCALITÉ, DES PISTES CONCRÈTES DE NOUVELLES ASSIETTES FISCALES

M. Pascal Perez, directeur, Formules économiques locales. – Je voudrais remercier les courageux participants à cette table ronde, au premier rang desquels Madame Morin-Dessailly.

Je vais appeler les participants à la dernière table ronde consacrée à la recherche de pistes concrètes de nouvelles assiettes fiscales : le président Marini, Nicolas Duboille, Maïté Gabet, Maxime Gauthier et Yves Le Mouël.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances du Sénat. – Mesdames et Messieurs, au cours de la table ronde précédente, Romain Girtanner a formulé une proposition de taxe sur les revenus de la publicité en ligne qui me semble tout à fait intéressante car elle aurait pour objectif de s'appliquer à toutes les régies publicitaires en ligne, qu'elles soient basées en France ou à l'étranger. Ce qui veut dire que, un peu sur le modèle du système de l'ARJEL, ces entreprises devraient se déclarer, feraient l'objet d'une fiscalité, quel que soit leur lieu d'établissement, d'où l'absence de risques de délocalisations. L'obligation de déclaration d'un référent fiscal à partir d'un certain seuil d'activités permettrait aussi bien d'étendre le recouvrement des taxes affectées à la culture, que nous venons d'évoquer, que de créer de nouvelles contributions. Nous allons remettre à l'honneur le terme de contribution, de manière à rétablir l'équité fiscale en matière de taxe sur la publicité et même, peut-être, ce qui est une voie de recherche féconde, en particulier dans cette maison, pour la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises. Nous sommes donc à présent dans le vif du sujet, et pour ouvrir ce dernier débat et inciter chacun des membres du panel à apporter son témoignage et ses idées, je voudrais me livrer à un bref rappel.

Dans le cours de la discussion du projet de loi de finances pour 2011, j'avais proposé deux amendements, portant respectivement création d'une taxe sur la publicité en ligne, ce dont nous avons déjà parlé, mais aussi d'une taxe sur les services de commerce électronique : la « Tascoé ». Le premier amendement avait créé temporairement un article 302 *bis* KI du Code général des impôts, instituant une taxe sur les services de publicité en ligne due par tout annonceur professionnel assujetti à la taxe sur la valeur ajoutée et égal à 1 % du montant hors taxe de la prestation.

A la demande du Gouvernement, son application avait été repoussée du 1^{er} janvier au 1^{er} juillet 2011, afin de laisser le temps de prévoir les modalités de l'instruction fiscale et de prendre les contacts nécessaires avec les professionnels. Je voudrais d'ailleurs rendre hommage à la DGFIP qui a fait tout le nécessaire pour travailler sur ladite instruction fiscale. La disposition a été supprimée en juin en loi de finances rectificative pour 2011, avant la date d'entrée en vigueur du dispositif, sous la pression très forte, médiatiquement bien relayée, du secteur de l'Internet et l'argument, en partie

fondé, que le dispositif ne s'appliquant qu'aux annonceurs basés en France, il présentait le risque de voir s'opérer des délocalisations, notamment de jeunes entreprises. Il est clair que si cette initiative a contribué à lancer le débat, on pouvait également la critiquer et prétendre, qu'au moins pour une large part, elle n'atteignait pas tout à fait la bonne cible.

Le second amendement visait à créer une taxe sur l'achat de services de commerce électronique. J'avais retiré cet amendement à la suite d'une réponse du Gouvernement qui parlait d'engager une réflexion globale. La réflexion globale, nous l'avons notamment ici aujourd'hui, mais la portée de cette initiative était plus large.

Le produit de la taxe sur la publicité en ligne, initiative assez symbolique, était alors estimé au plus à 20 millions d'euros en prenant 1 % d'un chiffre d'affaires estimé à 2 milliards d'euros. Par contre, le rendement fiscal de la taxe sur les services de commerce électronique ou « Tascoé » pourrait-être de l'ordre de 500 millions d'euros en prenant 0,5 % d'un chiffre d'affaires estimé de 100 milliards d'euros dans les activités de e-commerce, *business to business (B to B)*.

Il s'agissait d'appliquer un principe d'équité fiscale entre le commerçant physique et le commerçant électronique, et il ne s'agissait que de transposer la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom).

Dès lors, par analogie avec la « Tascom », je pense que si cette idée était reprise, on pourrait considérer que la contribution sur la valeur ajoutée des entreprises, donc l'un des deux éléments de la contribution économique territoriale, devrait également s'appliquer aux acteurs étrangers de l'Internet qui tirent partie de l'accès au marché français.

Il y a un gros travail technique à faire pour parvenir à territorialiser, pour trouver le bon système pour répartir les assiettes mais je serais intéressé par les réactions des participants à cette table ronde sur ces éléments historiques et sur ces quelques idées.

De nombreux modèles de contribution peuvent être imaginés, mais pour ne pas subir les critiques déjà formulées de risques de délocalisations et d'atteinte à la compétitivité des PME, ces modèles doivent obéir à deux principes : ne pas peser sur les particuliers et n'atteindre que les échanges *B to B* en veillant à rétablir l'équité fiscale entre les entreprises installées à l'étranger et en France.

Je voudrais, au moment de leur passer la parole, remercier vivement chacun des intervenants de cette dernière table ronde pour avoir accepté de nous éclairer, sachant par ailleurs que pour chacun d'entre vous, il s'agit dorénavant d'un rendez-vous annuel.

Je cite tout particulièrement Nicolas Deboille, avocat fiscaliste, qui évoquera une idée à la fois très archaïque et très moderne, puisqu'il s'agit de la piste d'un octroi numérique. Je cite Benoît Tabaka, qui représente le président du Conseil national du numérique et qui nous éclairera sur les

travaux dudit Conseil. Bien sûr, Yves Le Mouël, délégué général de la Fédération française des télécommunications, qui reprendra les propositions des opérateurs de télécoms, François Momboisse, président de la FEVAD et vice-président du Conseil national du numérique, qui pourrait nous exposer les attentes, en matière de fiscalité du numérique, des acteurs du commerce électronique. Les représentantes de la Direction générale des Finances publiques, Madame Maxime Gauthier, directrice de la gestion fiscale et Madame Maïté Gabet, chef du bureau des affaires internationales, nous éclaireront en particulier sur les conditions pratiques de la reterritorialisation de la TVA après 2015. Vous pourrez aussi réagir sur la faisabilité des propositions formulées au cours de cette table ronde ainsi que de la précédente.

Pour commencer, je passe la parole à Maître Duboille pour commenter les pistes d'assiettes fiscales. Que pensez-vous de cet inventaire que nous nous efforçons de dresser comme initiative possible ? Comment pourriez-vous classer ces projets par ordre de faisabilité, par ordre d'urgence et par ordre d'intérêt économique, tout en veillant à l'équité qui nous guide tous.

M. Nicolas Duboille, avocat, cabinet Granrut. – Merci, Monsieur le Président, pour cette invitation. Nous sommes sur des terrains aujourd'hui exploratoires, même si l'idée est de trouver des solutions pratiques et opérationnelles. L'idée est de faire un tour de table sur les propositions qui vont être présentées pour ensuite débattre plus précisément des aspects techniques de faisabilité des différentes propositions que nous pourrions présenter.

Pour ma part, j'ai eu la chance de travailler parmi un collègue de techniciens et de représentants des professionnels de l'économie du numérique. Les propositions qui vont être faites ressortent d'un travail collectif. Il ne s'agit pas de mon idée personnelle mais d'un travail issu de nombreuses heures de discussions et d'échanges techniques. Ce travail nécessite sans doute encore des avancées et des perfectionnements mais l'idée est d'avancer vers des résultats opérationnels assez rapidement.

Dans le cadre de ces réunions préparatoires, nous nous sommes techniquement posé la question : pourquoi cette taxe ? Pourquoi une imposition qui permettrait de régler le problème de territorialité. La territorialité de l'impôt sur les sociétés fait sans doute face à une obsolescence évidente, compte tenu du développement des activités numériques, et nous nous sommes demandés comment parer cette difficulté de territorialité.

Il s'agit d'une taxe générale qui viserait l'ensemble des activités économiques réalisées, notamment, par l'intermédiaire d'Internet ou de canaux de distribution d'Internet numérique. Nous reviendrons ensuite sur le débat sur l'affectation ou non de cette taxe. L'idée de la simplicité tendrait vers la non affectation de la taxe, mais l'idée, c'était une taxe non affectée

générale, sans doute, avec des mécanismes de franchise et des mécanismes probablement progressifs.

C'est une taxe qui ne dit pas son nom. Ce n'est pas une taxe sur les bénéfices, pour éviter, sans doute, les problématiques de conventions fiscales internationales. Ce n'est pas non plus une taxe sur le chiffre d'affaires. C'est sans doute une taxe sur le niveau d'activités, qui aurait vocation à être un droit payé en contrepartie de l'accès au marché français, ce qui suscite certaines problématiques juridiques, fiscales notamment vis-à-vis de nos engagements internationaux. Ce droit d'accès au marché s'accompagnerait de contributions qui pourraient varier en fonction du niveau d'activités. Nous allons détailler tout cela.

Cette taxe pourrait, sous certaines conditions, s'imputer sur d'autres impositions. Elle aurait vocation à être juste, à respecter la volonté de neutralité entre le monde numérique et le monde non numérique, à remettre à niveau certains canaux de distribution, selon qu'ils utilisent le numérique ou pas.

On pourrait se demander s'il s'agit d'une patente, ou finalement d'une taxe professionnelle ? Quelle est sa base : le niveau du chiffre d'affaires, une valeur ajoutée ou encore une marge ? Nous allons en discuter, nous allons vous faire part de nos éléments de réflexion. C'est un exercice extrêmement intéressant, dans un environnement juridique très complexe. Concernant les taxes locales, le problème de pouvoir d'imposition des collectivités territoriales se pose. S'il s'agit de taxes nationales, nous sommes dans le domaine du droit national, du droit européen et du droit international et pas uniquement du droit international d'ordre fiscal.

Nous allons devoir faire face à des normes qui ne sont pas uniquement des normes des conventions fiscales internationales mais qui sont sans doute également des réglementations, notamment dans l'organisation des échanges commerciaux. Je passe la parole à Benoît Tabaka qui va présenter notamment les pistes de réflexion du Conseil national du numérique.

M. Benoît Tabaka, secrétaire général du Conseil national du numérique. – Merci beaucoup pour votre invitation. En ce qui concerne le Conseil national du numérique, la structure a été créée par décret il y a maintenant 10 mois et la fiscalité du numérique a été l'un des premiers sujets sur lesquels nous nous sommes penchés, notamment sur la fameuse « taxe Google ». Nous avons également un peu bataillé pour obtenir la suppression de cette taxe, estimant effectivement que cela avait un certain nombre d'effets pervers sur un grand nombre d'acteurs de l'Internet français et que l'objectif fixé, qui était de retaxer et ressaisir un certain nombre d'acteurs étrangers, n'était pas complètement rempli par cette mesure.

Depuis, nous avons émis un certain nombre d'hypothèses et de propositions que nous continuons à affiner. Le premier élément consiste à se dire qu'en fait, il ne faut pas taxer Google. Plus exactement, il ne faut pas taxer que Google. Aujourd'hui, la fiscalité est devenue un élément de la

compétitivité des acteurs français vis-à-vis de l'international. Il n'y a pas que Google dans le monde du numérique. Il existe un certain nombre d'acteurs qui ont déployé une activité sur le territoire français qu'il faut aussi appréhender. Leur activité n'est pas fondée sur un business modèle lié à des revenus publicitaires de type « liens sponsorisés ». Ils font autant de mal, aussi bien aux acteurs français, en raison des distorsions fiscales, qu'aux finances publiques car il ne paye pas d'impôts. On peut citer un certain nombre d'exemples. Amazon, qui vend un certain nombre de biens sur le territoire français, paye la TVA française sur la vente de biens. C'est l'application stricte des directives communautaires, puisqu'ils dépassent les 100 000 euros de vente sur le territoire. Mais finalement, ils ne s'acquittent pas de l'impôt sur les sociétés puisque les produits sont achetés aux prix de leur structure luxembourgeoise. Cette société générant un chiffre d'affaires représentant *a priori* le double de celui réalisé par Google sur le territoire français, il serait donc aussi légitime de la taxer qu'un Google.

Par ailleurs, il existe d'autres modèles économiques. A côté de la vente de produits physiques, il y a la vente de produits immatériels type *iTunes*, qui est bien en concurrence frontale avec les offres légales qui peuvent se déployer sur le territoire français. On se demandait tout à l'heure comment la fiscalité pouvait aider le numérique et notamment aider la culture. L'une des pistes que nous avons explorées récemment est de dire que la fiscalité constitue aussi un élément permettant aux œuvres légales françaises d'être concurrentielles au regard des offres légales étrangères, notamment en matière de TVA. Nous avons eu un débat autour du livre électronique, il faut maintenant poursuivre sur les questions de musiques, de films. Il y a maintenant également le débat qui concerne l'impôt sur les sociétés.

Dans cette logique d'égalité fiscale, que nous recherchons, nous pouvons nous demander quel est le fossé qui existe entre acteurs français et acteurs électroniques étrangers ? La réponse est relativement difficile puisque la plupart de ces acteurs-là ne déclarent pas les revenus qu'ils génèrent sur le territoire français. Il est donc difficile d'avoir une visibilité sur le chiffre d'affaires réalisé et encore plus sur la marge réalisée sur le territoire français. A partir d'un certain nombre de calculs, de variables, nous avons estimé que, en cumulant l'ensemble des quatre gros acteurs du numérique aujourd'hui, Google, Amazon, Apple avec son service *iTunes* et Facebook, la France serait légitime à recevoir à peu près 500 millions d'euros d'impôts sur les sociétés contre aujourd'hui environ 4 à 5 millions d'euros que payent ces sociétés sur le territoire français. Nous sommes sur un ratio de 1 à 100.

L'un des éléments mis en avant lors des débats sur les différentes solutions de taxation est qu'il faut trouver une solution à court terme et une solution à long terme. La solution à long terme, c'est la logique d'établissements stables virtuels. Il faut que la France agisse tout comme elle l'a fait en matière de TVA sur le livre électronique. Il faut aller vers une mesure de long terme et une réforme communautaire en ce sens.

Ensuite, il faut mettre en place une mesure de court terme, un électrochoc. Un électrochoc, ce n'est pas une taxe qui va coûter à un certain nombre d'acteurs, peut-être 10 ou 15 millions d'euros. Ces montants ne sont pas suffisamment importants pour forcer, notamment les autorités communautaires, à nous écouter et à engager le débat rapidement.

Parmi ces solutions, l'un des éléments est ce fameux cycle commercial complet. C'est une solution technique qui a été créée par la jurisprudence et qui a peut-être le mérite d'être utilisable assez rapidement. Est-ce faisable par rapport à nos activités ? En 1968, le Conseil d'Etat avait jugé par exemple qu'une entreprise ayant son siège à l'étranger, qui recueillait des ordres d'annonces publicitaires émanant de clients français et destinées à être diffusées en France, - on parlait de la radio -, exerçait un cycle commercial complet sur notre territoire. A l'époque, la société avait son siège basé à Monaco et recevait des ordres pour passer des annonces publicitaires à destination de clients français via des supports diffusés en France. Effectivement, le fisc français l'a appréhendé.

Nous pensons qu'il faut agir à ce niveau-là, Trouver deux solutions : une solution de long terme et une solution de court terme. En allant dans cette démarche là, un certain nombre d'éléments permettront de rééquilibrer la compétitivité fiscale pour les acteurs français.

Notre position est de dire qu'aujourd'hui la fiscalité est devenue un enjeu de compétitivité. Il ne s'agit pas de parler de la problématique de financer telle ou telle industrie, tel ou tel secteur ou tel ou tel réseau. On est aujourd'hui sur un enjeu de compétitivité. La France et le numérique français perdent des parts de marché et nous continuons, nous allons juste créer de plus en plus de monopoles et nous, français, nous en subissons les conséquences.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Merci beaucoup pour votre contribution. Bien entendu, quand on parle d'acteurs français, il faut interpréter. Nous entendions ce matin Monsieur Calmejane nous parler d'un acteur qui, pour son exploitation en France, est français mais est détenu par des capitaux outre-atlantique. Nous sommes dans un cadre communautaire. Il faut interpréter ce que vous dites de manière plus large.

M. Nicolas Duboille. – Nous avons réfléchi, dans le cadre de nos travaux, à la notion de cycle commercial complet. Cette notion existe dans notre droit, qui donne un pouvoir d'imposition à l'Etat Français sur les cycles commerciaux complets réalisés sur notre territoire et qui permet à la France d'imposer certaines opérations en partie organisées depuis l'étranger. C'est une norme qui existe aujourd'hui mais qui n'est pas applicable lorsqu'il n'y a pas d'établissement stable au sens des conventions fiscales internationales en France qui interdisent donc finalement à la France d'imposer des bénéfices issus de ces cycles commerciaux complets. Effectivement, c'est une piste, qui doit être sans doute liée à l'intervention de mon confrère Le Mentec sur la possibilité de mettre en place une réforme qui viendrait en contradiction avec

une convention fiscale internationale. Il faudrait en dénoncer quelques unes pour mettre en place ce fameux mécanisme de cycle commercial complet ou pour mettre en place une taxe qui aurait un dispositif propre et différent mais qui serait éventuellement, le cas échéant, en délicatesse avec certaines conventions fiscales ou avec certaines de leurs dispositions.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Nous pourrions passer à la Direction générale des finances publiques, en vous demandant de bien vouloir vous partager la parole selon les sujets. Merci beaucoup de votre participation.

Mme Maxime Gauthier, chef du service de la gestion fiscale de la DGFIP. – Il faut distinguer les prestations de service et la publicité. Sur le plan fiscal et sur le plan de la gestion, c'est assez différent. Dans le cas des services, c'est plutôt un sujet de taux et dans le cas de la publicité, c'est plutôt un sujet d'assiette. Lorsque j'achète des services, que ce soit des services achetés directement au coin de la rue ou par Internet, je dois acquitter de la TVA. En l'occurrence, le cas est déjà réglé lorsqu'il s'agit de prestations de services entre entreprises, le fameux *B to B*, puisque désormais, c'est déjà dans le pays du preneur qu'on paye la TVA.

Aujourd'hui, lorsqu'une entreprise française achète à un prestataire de services qui se trouve à 2 km en France ou ailleurs, la TVA est acquittée en France. L'autre partie est en voie d'être résolue, puisque lorsqu'il s'agit d'achats par des consommateurs finaux, le *B to C*, les règles vont changer en 2015.

Nous sommes aujourd'hui dans une période transitoire, où certes, des différences de taux peuvent jouer, mais ce problème est déjà prévu par les législations communautaires. Nous nous dirigeons vers une période où la TVA sera également acquittée en France. Les problèmes des différences de taux, selon qu'on est installé en France ou ailleurs, se résoudront donc à ce moment là.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Pourriez-vous nous rappeler ce qu'il en est de la période de transition ? Selon les exposés, on met l'accent sur la date de 2015 ou la date de 2019 qui est la fin de la période de transition. Or, dans le domaine du numérique, une durée aussi longue, c'est déjà un peu désespérant.

Mme Maxime Gauthier. – En effet, vous avez raison, Monsieur le Sénateur, de le souligner. 2015, c'est le début et l'entrée en vigueur se déroule sur plusieurs années. Il est donc vrai que c'est uniquement en 2019 que le problème sera totalement résolu. Je pense qu'en tout cas, les voies d'évolution sont claires et tracées. Elles peuvent paraître longues, on peut se dire qu'Internet aura peut-être disparu et qu'il y aura autre chose avant qu'on ait terminé. Peut-être, à la vitesse où va la technique, mais c'est une chose qui est déjà prévue et qui est traitée au plan communautaire. Nous travaillons d'ailleurs activement, avec les autres Etats membres, à la création de tout un système de portail de télédéclaration et de télépaiements pour faciliter les

échanges. En l'occurrence, l'Internet est à la fois le mal et le remède. C'est Internet qui a créé le souci, mais en matière de gestion, c'est aussi grâce à Internet qu'on surmonte les difficultés. Il est en effet de plus en plus facile pour des entreprises de s'acquitter, au-delà des frontières, des différents impôts, ce qui autrefois était d'une lourdeur extrême. Le remède arrive donc en même temps que le mal.

C'est donc le premier sujet qui va se résoudre, lentement, mais qui est en cours d'évolution, et qui au moins sur le plan intellectuel, juridique et législatif, est traité.

En revanche, celui qui n'est pas traité, et c'est pour cela que de façon récurrente, il donne lieu à des discussions et des amendements, c'est celui de la publicité où il s'agit d'assiettes. Si je suis un consommateur français, que je regarde les publicités dans un journal à la télévision, ou que je les écoute à la radio, il y a une assiette et un impôt. En revanche, si je regarde des publicités sur Internet, il n'y a pas d'assiette.

Aujourd'hui, il n'y a pas d'instrument capable de solutionner cette différence de traitement qui existe selon les annonceurs. La question est de savoir si on voulait créer un impôt, est-ce que nous, Direction générale des finances publiques, nous pourrions le traiter aisément. En matière de gestion, rien n'est plus facile. On définit une assiette, l'entreprise déclare et paye. Vous connaissez notre capacité à créer des imprimés qui, autrefois, étaient sur papier et qui sont de plus en plus dématérialisés. En matière de gestion, grâce à Internet, à la télédéclaration et au télépaiement, on peut très bien organiser ce qui, autrefois, aurait été quelque chose d'extrêmement compliqué.

Cela fait des années que nous avons des impôts qui sont payés en France par des entreprises étrangères. Du temps du papier pur, c'était horriblement compliqué de collecter tout ça et d'échanger par courrier à la moindre question. Désormais dans le monde technologique dans lequel nous évoluons, nous pouvons, encore une fois en nous organisant avec nos collègues des administrations étrangères, mettre en place un système.

Le danger, et c'est pour cela que vous avez raison d'avoir cité à plusieurs reprises le cas des jeux en ligne dont la gestion est identique, c'est l'entreprise qui n'est pas de bonne foi. Bien entendu, la plupart des entreprises le sont. Nous le constatons quotidiennement. Elles possèdent un excellent civisme fiscal. Mais il en existe qui peuvent avoir la tentation, surtout lorsqu'elles sont loin et au-delà des frontières, de ne pas déclarer la totalité ou de ne pas payer. Dans ce cas, les administrations franco-françaises sont assez démunies pour le recouvrement et *a fortiori* pour le contrôle, que ma collègue, Maïté Gabet, va évoquer ensuite.

La solution, en apparence toute trouvée, c'est d'avoir un correspondant représentant fiscal. Mais sur ce point, il existe une jurisprudence assez constante de la Cour de justice des communautés européennes, qui considère que c'est une entrave à la prestation de services. Au plan de l'Union européenne, désormais, une entreprise va être en capacité

de vendre des services, au-delà des frontières, dans tous les Etats membres sans être gênée. Au niveau européen, on considère que la fantaisie française de créer un représentant responsable constitue une entrave. Nous avons été autorisés, à titre exceptionnel pour les jeux en ligne, à être un peu plus rigides. Si nous voulions mettre en place l'équivalent pour l'Internet et la publicité, nous n'aurions pas du tout la garantie d'avoir le feu vert de la Commission européenne. Je passe la parole à Maïté Gabet.

Mme Maïté Gabet, chef du bureau des affaires internationales de la DGFIP. – Maxime Gauthier a décrit ce que pourrait être une taxe alternative à une taxe sur la consommation, donc à la TVA, et une taxe sur la publicité. J'aimerais revenir sur la problématique de l'impôt sur les sociétés. Vous avez parlé tout à l'heure de quatre grands acteurs majeurs sur l'Internet qui n'acquitteraient pas correctement leur impôt en France. Je ne pense pas que ces acteurs majeurs aient un concurrent français.

Il faut éviter d'entrer dans une problématique de détournement de la concurrence, c'est-à-dire une non taxation de ces acteurs-là, qui représentent une concurrence déloyale vis-à-vis des acteurs français et communautaires, car on parle de groupes américains implantés au Luxembourg. Pour ces groupes américains, nous n'existons pas en tant qu'Etat, seule la zone Europe existe. Et tous ces acteurs là se comportent en France de la même façon qu'ils se comportent en Italie, en Espagne, en Grande-Bretagne et en Allemagne.

Face à cela, que dit l'Union européenne ? Il y a une problématique communautaire à prendre en compte, fondée sur la liberté de circulation des personnes et des capitaux, principe fondateur, et la liberté d'établissement des personnes physiques. Si une entreprise américaine décide de s'implanter au Luxembourg et si elle est vraiment implantée au Luxembourg, les principes généraux du droit communautaire sont applicables. La France n'a pas *a priori* de griefs à faire au regard de la construction communautaire.

En revanche, la problématique de l'établissement stable existe, et elle n'est pas tout à fait morte. C'est-à-dire que l'administration fiscale française peut décider, à un moment donné, de considérer que ces géants internationaux ont un établissement stable en France.

La difficulté que vous évoquez, Monsieur Tabaka, est que, selon quelques arrêts communautaires, un établissement stable d'une société étrangère est un établissement qui n'est pas implanté dans un territoire mais qui y déploie un cycle complet d'activités, une installation fixe d'affaires. En 2000, l'OCDE a travaillé sur la notion d'établissement stable dans le domaine du commerce électronique. Il en a tiré la conclusion que, si vous avez un serveur, vous n'avez pas forcément un établissement stable. Mais si vous avez un serveur avec du personnel autour, vous pouvez avoir un établissement stable. Je pense que la réponse à cette problématique d'impôt sur les sociétés devrait d'abord être communautaire et bâtie sur l'angle d'un concept communautaire qui n'exige pas une innovation terrifiante.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Pardonnez-moi de vous interrompre juste un instant. Dans le cadre communautaire, le mode de décision, c'est l'unanimité ?

Mme Maïté Gabet. – Absolument.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Alors cela veut dire que l'Irlande ou le Luxembourg ont un droit de veto ?

Mme Maïté Gabet. – Absolument, sur la question de la fiscalité. Il existe un autre biais : le contentieux communautaire. Et là, ce n'est pas l'unanimité mais le juge communautaire. Sans trahir le secret fiscal, l'administration fiscale française, - peut-être avec d'autres administrations communautaires -, engage des contrôles fiscaux. Si des entreprises, qui ne sont pas implantées en France, développent en France ce que le droit fiscal français qualifie d'établissements stables, nous avons, après des combats longs et difficiles, la possibilité d'aller au contentieux. C'est toujours difficile, mais la problématique de l'établissement stable communautaire n'est pas tout à fait morte. Le juge communautaire aura à juger sur des pièces de contrôles fiscaux éventuels. Voilà pour l'aspect contrôle.

Dans un second temps, dans la construction communautaire, nous avons ACCIS, qui est la base commune de l'impôt sur les sociétés au niveau communautaire selon laquelle une entreprise qui vient, hors Union européenne, s'implanter en Europe n'aura pas à « s'embêter » avec 27 administrations fiscales, mais seulement 10.

En matière d'impôt sur les sociétés, le sujet est complexe. Il est aggravé dans le domaine du numérique parce que l'immatérialité de l'activité rend difficile le rattachement à une territorialité. Mais il existe de toute façon dans un monde international où les multinationales considèrent les zones économiques comme des zones et non plus comme des territoires. Le concept d'établissement résidence et d'état de la source existe dans tous les domaines. Il est exacerbé sur Internet, mais la problématique des incorporels en prix de transfert existe déjà dans la pharmacie, dans la chimie, etc. Je pense qu'il s'agit de faire évoluer au niveau communautaire, collectivement, les concepts que nous étudions. Les administrations fiscales peuvent, dès maintenant, pour des sujets qui leur paraissent non conformes à l'état du droit, engager un contentieux au niveau de la justice communautaire. Il n'est peut-être pas nécessaire de créer une nouvelle taxe pour cette fiscalisation de l'impôt sur les sociétés mais il faut essayer d'utiliser les concepts qui sont à notre disposition.

Dernier point, qui concerne la question de la représentation fiscale d'une taxe. C'est assez difficile, lorsque vous êtes une administration fiscale, de contrôler et de recouvrer l'impôt qui est payé par quelqu'un qui n'est pas dans votre juridiction. Dans ce cas, vos pouvoirs d'enquêtes sont limités à la personne qui va être dans votre juridiction. Cette personne, ça peut être un représentant fiscal auquel on va demander de produire des factures, une comptabilité. Si vous en voulez plus, la comptabilité et les factures sont dans

l'autre pays. Il faut donc pouvoir se déplacer dans l'autre pays, y intervenir. Il faut donc être sûr que si l'on crée une nouvelle taxe, sur la problématique de la publicité par exemple, cette taxe est couverte par les conventions existantes. Lorsqu'il y a eu la problématique des jeux en ligne, il a fallu s'assurer que les jeux en ligne étaient couverts au niveau communautaire.

Et dernier élément, la question du recouvrement des taxes. Pour recouvrer un impôt dû par une personne qui n'est pas sous votre juridiction, les moyens de coercition transfrontaliers sont moins forts que les moyens de coercition frontaliers, nationaux. Ce n'est pas un tableau apocalyptique, c'est l'état du droit tel qu'il est aujourd'hui avec les difficultés qui sont les nôtres.

M. Gilles Le Blanc, professeur d'économie à Mines Paris Tech. – Je voudrais réagir sur les notions d'établissement stable. Je suis étonné de l'attitude de l'administration sur ce type de problématiques même si elles sont techniques. La notion d'établissement stable telle qu'elle est appréhendée aujourd'hui par les administrations françaises, mais également étrangères, et surtout telle qu'elle a été appréhendée au moment où les conventions fiscales ont été conclues, ne visait pas le problème de la fiscalité du numérique. On reste dans une définition générale du modèle OCDE, impersonnel mais qui semble s'éloigner très sensiblement de la notion d'un établissement stable virtuel.

On n'a pas de cycle commercial complet, on fait généralement référence à une installation fixe d'affaires. On pense qu'il y a un établissement stable parce que, par exemple, il y a un serveur, certains éléments d'attaches territoriales, qui permettent de déterminer si une entreprise étrangère possède ou non un établissement stable en France ou dans un Etat. Il est donc extrêmement aisé pour un fournisseur de services quelconque, de livraison de biens également, de ne pas avoir d'établissement stable en France en n'ayant tout simplement pas d'installation électronique ou informatique en France. Je ne pense pas que les commentaires récents du comité fiscal de l'OCDE soient opposables aux Etats signataires de conventions.

L'administration fiscale pourrait essayer, mais je crains que ce soit une bataille perdue d'avance. L'idée, c'est de remplacer des outils vieux et obsolètes par des nouveaux. Concernant le droit européen, je ferai un peu les mêmes remarques. Créer une nouvelle taxe ne veut pas dire mettre en place un mécanisme discriminatoire. Cette taxe aurait vocation à s'appliquer à l'ensemble des acteurs, qu'ils soient établis en France, dans un autre Etat membre, voire à l'étranger, et, en particulier, en dehors de l'Union européenne. Et en ce qui concerne la notion de représentant fiscal, on peut imaginer que les autorités communautaires pourraient considérer que l'obligation de recours à un représentant fiscal ne serait pas disproportionnée par rapport au but du législateur, par rapport au système fiscal, par rapport à la cohérence du système fiscal. Si certaines entraves à la liberté d'exercice sont proportionnées au but recherché, à la cohérence du système fiscal, on pourra toujours recourir à ce mécanisme de représentant fiscal.

Enfin, pour terminer sur le recouvrement, je voudrais rejoindre ce qui avait été dit sur cette idée d'avancée technologique. Cette fois-ci, c'est à l'administration fiscale d'utiliser cette avancée technologique pour améliorer notamment les opérations de contrôle et les opérations de recouvrement. Internet va aider effectivement l'administration fiscale à contrôler et recouvrer l'impôt et sans doute limiter les fraudes de nombreuses façons. Cette fois-ci, c'est sans doute à l'Etat de récupérer l'avancée technologique et de l'utiliser.

Je ne serai pas défaitiste, je pense qu'il faut aller de l'avant et sans utiliser des instruments qui sont sans doute aujourd'hui obsolètes.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Merci beaucoup, nous allons voir quelle synthèse faire de ces différentes contributions. Nous allons terminer les contributions de cette table ronde et nous ouvrirons ensuite un bref débat. Monsieur François Momboisse, merci beaucoup d'être parmi nous. Je crois que vous allez vous exprimer surtout comme président de la Fédération de la vente à distance (FEVAD).

M. François Momboisse, président de la FEVAD. – J'interviens en tant que président de la FEVAD, les sites marchands, et aussi comme vice-président du Conseil national du numérique et en accord total avec ce qu'à dit Benoît Tabaka précédemment. Quatre grandes sociétés sont en train de dominer l'Internet mondial. Ce n'est pas nous qui le disons, en France, ce sont tous les journaux américains. Un article de la semaine dernière, que je vous conseille de lire, titrait sur le pouvoir grandissant et inquiétant des GAFAM (Google, Apple, Facebook et Amazon) sur l'accès à l'Internet mondial.

L'axe c'est pour nous la distorsion de la concurrence avec les concurrents français. Madame Maïthé Gabet demandait avec malice : ont-ils des concurrents ? Quand *iTunes* s'est lancé au printemps 2004, il avait trois ou quatre concurrents en France, dont la FNAC et Virgin. Il y en avait quatre ou cinq par pays et 70 en Europe. Sept ans plus tard, il n'y en a plus un, dans le domaine de la vente de « morceaux », qui gagne de l'argent. Cela est dû à la qualité magnifique des produits d'Apple, de *iTunes*, de *iPod*, c'est vrai, mais c'est dû aussi au fait que, sur le même morceau, il y a une TVA de 19,6 % en France et une TVA inconnue au Luxembourg.

Monsieur Marini, il y a deux ans, vous aviez diligenté une enquête auprès d'un consultant pour connaître la TVA facturée à un particulier sur *iTunes*, pour un morceau de musique. Le consultant a répondu « on estime que c'est tant... », c'est un secret. Le Luxembourg n'est pas un paradis fiscal, c'est un pays voisin qui fait partie de l'Europe, mais on ne connaît pas le taux de TVA appliqué ! Résultat, il y a 14 points d'écart de rentabilité et tous les concurrents sont sortis. Il y a donc vraiment urgence. Madame Gabet a tout à fait raison, le problème ne sera pas réglé en 2015-2016, parce que le fisc français devra demander au fisc luxembourgeois de bien vouloir demander à Apple, sur les 10 millions de morceaux vendus, combien ont été vendus à des français ? et Apple va répondre : « j'ai vendu un morceau à

francois.momboisse@gmail.com, mais je ne sais pas s'il est Français, je n'ai pas le moyen de le savoir ».

Amazon est le site marchand le plus visité en France, de très loin, 30 % devant le numéro 2 qui s'appelle eBay. Aux Etats-Unis, Amazon croît trois fois plus vite que ses concurrents dont les chiffres mondiaux sont connus. Le dernier trimestre, ils ont crû de 35 %, le trimestre d'avant de 40 %. Ils sont en train d'écraser tout le monde et ils ne payent pas d'impôts sur les sociétés en France. Ils ont donc les moyens de réinvestir, car je ne pense pas qu'ils payent beaucoup d'impôts sur les sociétés aux Etats-Unis. Ils sont en froid avec les Etats de Californie, de Virginie et du Maryland. Ils n'acquittent pas la « sales tax », ils réinvestissent tout dans les prix et sont en train d'écraser tous les autres commerçants. La publicité arrive après.

Troisième élément, les produits, les services et la publicité. Au Conseil national du numérique, nous pensons que tant qu'à nous fâcher, car il va falloir le faire, autant le faire pour quelque chose qui rapporte plusieurs centaines de millions d'euros plutôt qu'une dizaine de millions, surtout qu'une taxe sur la publicité provoquerait des dégâts collatéraux sur des sites comme « Pages Jaunes ».

Nous pensons qu'il faut lancer un gros débat de fond sur la fiscalité. Le dernier gros débat sur la fiscalité a été celui sur la TVA en 1954. Ce qui est en train de se passer impose une vraie révolution fiscale qui doit venir de quelques pays moteur, dont la France. Il faut porter ce combat parce que cela va prendre un temps fou. Ce qui est bon signe, vous l'aviez dit Monsieur Marini, il y a un an, c'est que le fisc américain commence à se demander aussi dans quels pays du monde Google paye-t-il des impôts. Même les Etats-Unis commencent à être sensibles à ce problème. Je pense donc que c'est un sujet de long terme. Il faudra également trouver des solutions de court terme mais qui aient un impact important.

Je terminerai juste, en présence de gens de la commission des affaires culturelles du Sénat. Quand, il y a un an, nous avons fait une loi sur le livre numérique, nous avons eu le même débat : faut-il créer une loi qui va frapper des libraires numériques établis hors de France ? Alors que le Gouvernement et l'Assemblée Nationale avaient répondu qu'il fallait une loi franco-française, le Sénat, heureusement, a convaincu tout le monde de faire une loi qui s'applique à tous les acteurs. Sinon, la loi sur le livre numérique ne se serait appliquée ni à Google, ni à Amazon, ni à Apple. Cette loi est combattue en ce moment. De toute façon, il y aura une bataille à mener vis-à-vis de la Commission européenne et autant la mener pour un sujet important. Et nous devrions trouver des alliés en Europe, du moins, nous l'espérons. Merci.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Monsieur le Mouël, nous avons commencé avec vous et nous nous approchons de la fin de cette rencontre. .. Alors, où en est-on ?

M. Yves le Mouël, directeur général de la Fédération française des télécoms. – Merci, Monsieur le Président, d'avoir accepté de parrainer ce

forum. La richesse des propos qui sont tenus et des débats qui ont lieu aujourd'hui prouvent que l'on est exactement dans ce que nous essayons de mobiliser. Depuis déjà des années à la Fédération française des télécoms, nous encourageons ce combat pour la justice et l'équité fiscale. Pourquoi sommes-nous sensibilisés, peut-être beaucoup plus que d'autres et depuis plus longtemps que d'autres sur ce terrain ? Pour des raisons assez simples qui ont d'ailleurs été dites mais que je vais rappeler très rapidement.

Depuis des années, les opérateurs qui sont à la Fédération française des télécom investissent régulièrement entre 6 et 7 milliards d'euros par an. Ils constituent, dans cette chaîne du numérique, et de très loin, les acteurs qui investissent le plus en France. De ce fait, lorsque ces acteurs sont taxés, surfiscalisés, - et c'est le cas en France avec un milliard par an de surfiscalité -, c'est une forme manifeste d'injustice contre laquelle nous essayons de nous élever.

Cette surfiscalité, si elle était mieux employée, permettrait sans doute à l'économie nationale de gagner en compétitivité. On pourrait aller plus vite en développant du numérique sous toutes ses formes et, grâce à toute cette croissance accrue et cette compétitivité développée, nous pourrions sans doute voir l'Etat bénéficier, directement, par l'impôt, de revenus et de recettes supplémentaires. Le premier axe de notre combat, et depuis longtemps, c'est cette injustice fiscale.

Le deuxième axe, dont on a beaucoup parlé dans cette réunion aujourd'hui, c'est celui de l'iniquité. Les grands acteurs du Web dont nous parlons depuis ce matin, qui sont essentiellement anglo-saxons et nord-américains, sont des acteurs qui interviennent, et maintenant de manière absolument flagrante, de plus en plus comme des concurrents directs des opérateurs français. Ce sont des concurrents qui interviennent dans le domaine de la téléphonie, dans le domaine de la messagerie, dans le domaine de la transmission de données sous toutes ses formes, dans le domaine de l'accès au contenu. Ils font le même métier que nous.

Nous sommes donc bien dans une situation concurrentielle, absolument dissymétrique en termes de règles appliquées aux uns et aux autres puisque ces acteurs ne souffrent pas de la fiscalité française à laquelle nous sommes soumis et ne sont évidemment pas soumis à la surfiscalité que les opérateurs subissent pour un grand nombre d'entre eux. Cette surfiscalité peut avoir des raisons d'être et nous les acceptons tout à fait. Les opérateurs français se disent légitimes à contribuer au financement de la culture dès lors que cela correspond aux activités qu'ils développent grâce à cette culture et à cette création française. En revanche, ce qu'ils ne tolèrent pas, c'est que les autres acteurs qui bénéficient également de cette culture française et de cette création française échappent totalement à cette imposition spécifique à laquelle ils sont soumis.

Pour reprendre encore vos propos de tout à l'heure, Madame Gabet, ceux qui travaillent dans le domaine, comme moi, depuis suffisamment

longtemps, ont connu une époque, pas si lointaine, où les principaux acteurs du *search* étaient français. Aujourd'hui si Google fait 90 % du *search* en France, c'est bien parce que au-delà de la qualité de ses services, il a bénéficié d'un certain nombre de possibilités qui ont été favorables à son développement. Tous ces acteurs-là ne sont pas, et loin s'en faut, des ennemis. Ce sont des partenaires avec lesquels nous souhaitons travailler, mais nous souhaitons travailler dans un régime de concurrence et de complémentarité loyal et équitable. Nous voulons qu'il y ait un terrain de jeu qui soit le même pour tous les acteurs.

Maintenant, quelles sont les propositions que nous faisons depuis très longtemps ? Il s'agit en fait d'élargir l'assiette fiscale et ceci au bénéfice de l'ensemble des contributeurs de cette assiette, que ce soit le monde de la culture, les collectivités locales. Des possibilités ont été évoquées tout à l'heure, notamment à travers la CVAE, qui laissent un certain nombre d'opportunités à étudier.

Dans cette refonte de la fiscalité du numérique, nous ne visons pas le consommateur. Nous ne sommes pas dans une situation où c'est le consommateur qui est la cible de cette nouvelle fiscalité. Il s'agit bien de régler un certain nombre de problèmes d'équilibrage de cette fiscalité entre les différents acteurs de l'Internet au sens large.

Dans ce cadre là, pour élargir l'assiette fiscale, un certain nombre de principes doivent être respectés. Premièrement, comme cela a été dit par plusieurs intervenants, il est clair que toute taxe qui serait éventuellement créée dans ce domaine du numérique, pour éventuellement en remplacer d'autres, devrait s'appliquer à l'ensemble des acteurs. Pas uniquement aux grands acteurs américains. Si, par exemple, on crée une taxe dans le domaine de la publicité, sur les revenus publicitaires, un certain nombre d'acteurs, qui font d'ailleurs partie de la Fédération française des télécoms, y seraient éventuellement soumis. Nous sommes dans l'équité.

Deuxième critère auquel doit répondre ce type de taxe ou de fiscalité du numérique, et cela a été dit également, il faut un principe de seuil. Nous ne voulons pas, à travers cette nouvelle fiscalité, frapper indument la dynamique de ce secteur, qui est extrêmement importante, utile à l'ensemble de l'économie et qui peut concerner l'ensemble des acteurs, qu'ils soient nationaux ou extraterritoriaux. Il ne s'agit pas de pénaliser l'innovation en France, de pénaliser les PME ou les entreprises en cours de développement et en train de prendre leur élan sur ces trajectoires. Il s'agit de travailler sur des possibilités de paliers, de seuils, en-deçà desquels cette fiscalité ne serait pas appliquée.

Ensuite, s'il y a lieu de créer une nouvelle taxe, cela doit rentrer dans un rééquilibrage global de la fiscalité, de sorte que les entreprises qui sont en France et qui payent déjà l'impôt sur les sociétés, la TVA et un certain nombre de taxes puissent, grâce à ce rééquilibrage, trouver une juste application de

cette nouvelle fiscalité, qui ne les pénalise pas mais qui s'applique exactement à ceux qui échappent à la fiscalité de droit commun.

Encore une fois, nous ne visons pas le particulier, il s'agit de régler des problèmes entre professionnels. Il est nécessaire maintenant, à nos yeux en tout cas, qu'au-delà des problèmes qui ont été évoqués et qui sans doute, méritent un travail juridique extrêmement sérieux vers l'Union européenne, - beaucoup de solutions doivent passer par l'Europe -, de prendre des initiatives, en France, et de les prendre rapidement. Même si en termes de recettes fiscales, ces initiatives portent sur une assiette et sur une recette relativement faibles, elles donneront le ton de cette volonté qu'exprime la France d'intervenir dans ce débat qui ne doit pas durer trop longtemps, parce que 2015 ou 2019, dans le monde de l'Internet, c'est infini.

Ceux qui sont autour de cette table ne savent pas ce qu'ils seront, en termes de développement et de business à l'horizon de 2019. Il s'agit donc de penser non seulement à la protection de nos emplois mais aussi au développement de ces emplois et il est extrêmement important que l'on accélère ces calendriers et qu'on les adapte au rythme de l'Internet. Voilà la demande que fait la Fédération française des télécoms.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Merci, M. le directeur général, de l'avoir exprimée aussi clairement. Quelques instants d'échanges avec la salle.

M. Gilles Le Blanc, professeur d'économie à Mines Paris Tech. – Puisque nous arrivons au moment de conclure, il serait temps d'ouvrir un nouveau « gouffre ». Je suis un peu déçu par ce débat. Il a été dit très justement ce matin qu'il y avait trois acteurs principaux je laisse de côté les plus importants qui sont les usagers contributeurs producteurs consommateurs -, mais dans le *business*, il y a les fournisseurs de convergence, ou plus exactement les opérateurs réels du réseau. Il y a les producteurs de tuyaux et il y a les offreurs de contenus. Pour être plus précis, les détenteurs de droit de la propriété intellectuelle sur le contenu des tuyaux. Le problème, puisque nous sommes dans la fiscalité, c'est que l'assiette ne peut fonctionner que sur les richesses nouvelles.

Concernant les détenteurs de la propriété intellectuelle, il n'y a rien de nouveau. On connaît cela part cœur, depuis les Traités de Berne, de Paris et de Madrid. Cela date de plus d'un siècle.

En ce qui concerne les opérateurs fournisseurs de tuyaux, on sait à peu près ce qu'il en est. En revanche, il existe un vide en ce qui concerne Amazon, Google, Apple et Facebook. Il faudrait que la puissance publique ait une discussion avec eux.

Je pense que le problème, ce ne sont plus les outils fiscaux mais le changement de conception de l'économie et de ce qui représente la richesse. En ce qui concerne les réseaux, on nous apprend que ce qui compte, c'est le lien et que les pôles n'ont aucun intérêt. Autrement dit, il ne s'agit pas de

savoir si le lieu d'établissement est virtuel ou non, s'il est à tel endroit ou tel autre. Il s'agit d'une réalité, qui est le lien, la relation. Chaque fois qu'il y a un clic, il y a un lien, une relation. C'est ça qui produit de la richesse. C'est un peu l'objet de ma métaphore de la pollinisation. Ne nous occupons plus de la cire des abeilles, de la cire des bougies et du miel mais occupons nous de la pollinisation. Si la pollinisation est la richesse, quel est l'impôt qui peut frapper cela ? L'unité de mesure c'est le clic. Pourquoi Google est riche, pourquoi les opérateurs de convergence sont riches ? Parce qu'ils font travailler gratuitement 13 millions de cliqueurs par seconde. C'est même 19 millions pour Google. C'est pour cela que l'idée d'octroi est importante. Si on ne touche pas cette unité de mesure qu'est le « clic », on peut discuter à n'en plus finir parce que, ce qui a été dit, c'est qu'il est très difficile de frapper les pôles. On ne peut pas les toucher, alors que numériquement, on a les liens. Occupons-nous des liens ! Là il y a un problème, un obstacle épistémologique dramatique dont les économistes sont victimes. Ils sont les victimes et les producteurs de cette illusion qu'est l'idée de penser que la richesse ne se crée que comme le solde d'un flux. Le flux ne compte pas et la circulation ne crée pas de richesse. On dit que le flux n'importe pas, que d'ailleurs la TVA est neutre sur les flux. Et on regarde juste ce qui reste comme solde dans la poche des gens à la fin. Mais de cette façon, on ne fait contribuer que les acteurs de la vieille économie et on oublie complètement de faire contribuer les autres. C'est pour cela qu'en ne touchant pas l'unité de mesure qu'est le « clic », vous ne frapperez ni Google ni les autres et vous discuterez sur une base qui est infinitésimale.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Monsieur le Professeur, merci de vos remarques. Tout le monde poursuit le même objectif. Les sujets relatifs à Internet sont tels qu'on se passionne volontiers. Alors que toutes celles et ceux qui sont en mesure de prendre leur plume et de rédiger, dans le cadre juridique qui s'applique, des contributions, veuillent bien le faire ! C'est un appel que je me permets de lancer.

Nous avons une demande d'intervention au premier rang, peut-être une deuxième et ensuite, si vous le permettez, il va falloir conclure pour respecter les engagements de temps pris vis-à-vis des uns et des autres.

M. Michaël Trabbia, directeur des affaires publiques du Groupe France Télécom Orange. – Juste une remarque. On pourrait s'étonner que des acteurs industriels proposent, voire suggèrent, une nouvelle taxe. Yves Le Mouél l'a bien dit, notre souci est de rétablir l'équité fiscale et cela doit se traduire aussi, finalement, par une baisse des prélèvements sur les acteurs existants, à due proportion.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – A due proportion ou non, cela dépend de l'avenir.

M. Michaël Trabbia. – En tout cas, cela ne doit pas se traduire par une augmentation. Je crois qu'il faut quand même être clair sur ce point. Tout

ceci, évidemment, a un intérêt pour l'Etat, pour les bénéficiaires des recettes, puisqu'on va redonner une dynamique à cette assiette qui aujourd'hui n'en a plus. Les acteurs bénéficiaires de taxes affectées ont bénéficié pendant des années d'une croissance très forte parce que le numérique et les opérateurs se développaient. Aujourd'hui, depuis 5 ans, il n'y a plus de croissance sur le secteur et il est même possible que cette croissance devienne négative, en particulier en France avec la concurrence exacerbée qui se tient aujourd'hui. L'important, à recette constante, c'est également de retrouver la dynamique de cette assiette et, pardonnez-moi d'insister sur ce point, ça ne doit pas se traduire par une augmentation des prélèvements.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Votre message est bien passé.

Mme Bénédicte Sander, directeur fiscal des Pages Jaunes. – Je voulais juste dire qu'effectivement, en France, parmi les régies publicitaires, il n'y a pas forcément que des PME. Il y a des entreprises qui payent beaucoup d'impôts sur les sociétés. Il ne faut donc pas les écraser avec une nouvelle taxe. Et *a priori* les effets de seuils ne joueront pas pour elles, il faut donc faire attention à cela.

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Absolument. Alors y a-t-il d'autres contribuables dans la salle désireux de payer moins d'impôts ou pas davantage ? Qu'ils veuillent bien se manifester !

CLÔTURE DES DÉBATS

M. Philippe Marini, sénateur, président de la commission des finances. – Mesdames et Messieurs, ces débats ont été tout à fait passionnants. Je voudrais d’abord remercier Pascal Perez qui, avec Jean Pouch, administrateur à la commission des finances du Sénat, a réfléchi, depuis déjà plusieurs mois, à toute la thématique de cette rencontre et ce programme a été extrêmement fructueux.

Merci à tous les intervenants, à nos partenaires, à la Fédération française des télécoms naturellement. Merci aux professionnels du droit et du numérique, aux représentants de l’administration, à notre brillant philosophe et à toutes celles et tous ceux qui ont pu s’exprimer. Permettez-moi de dire aux membres de l’assistance qui auraient voulu parler ou parler davantage et qui n’ont pas pu le faire que, malheureusement, c’est une frustration inévitable dans une rencontre aussi riche et dont les dimensions dans le temps ont pu être à peu près régulées.

Je voudrais simplement, en quelques mots et de manière tout à fait provisoire, vous dire ce que je pense pouvoir tirer de cette rencontre, et l’initiative qui commence à prendre forme et que bien entendu, je m’empresserai de faire partager très largement, autant que possible au niveau de tous les groupes, de toutes les commissions, parce que les thèmes dont nous avons traité sont des thèmes de portée globale.

A ce stade, cette réflexion est née au Sénat et nous allons nous efforcer de lui faire prendre corps au Sénat. Mais ce n’est qu’une étape, chers collègues. Bien entendu, il est très important que le relais soit pris par les collègues députés et aux différents niveaux que je vais évoquer. Je crois que nous avons montré qu’il n’y a pas de contradiction, contrairement à ce que de précédents débats avaient pu laisser croire, entre les intérêts du monde de la culture et une vision de l’équilibre des finances publiques. Et pour que les initiatives prospèrent, il faut absolument lutter contre l’effet inéluctable de réduction des assiettes fiscales traditionnelles. C’est une obligation dans ce domaine, mais aussi dans d’autres domaines.

Il est donc bien vrai que, par ce sujet particulier, nous abordons une question de portée beaucoup plus générale, qui est celle de l’avenir des contributions et des prélèvements fiscaux. D’une certaine manière, le monde du numérique, qui fait voler en éclat une grande part des catégories habituelles, est un révélateur d’innovations et de la nécessité de poser les problèmes autrement.

Bien sûr, si la volonté politique doit s’exprimer au niveau national, elle ne peut, dans notre cadre institutionnel, aboutir de manière cohérente et suffisante qu’au plan européen. Mais à condition que l’Europe ne soit pas un alibi parce qu’il est trop facile de dire : la question sera traitée au plan

communautaire, en sachant qu'elle ne le sera pas ou qu'elle se perdra dans les méandres des lobbies et de la comitologie.

S'agissant d'une matière fiscale traitée à l'unanimité, il est évident que l'on devra contourner les obstacles, inéluctables, dressés par les pays qui ont bâti leur modèle sur l'optimisation fiscale. Ce n'est pas leur faire injure que de le leur dire. C'est un choix que l'on peut comprendre, qui est tout à fait rationnel mais qui, en matière de mode de fonctionnement des institutions communautaires, crée un blocage. Nous en avons un bon exemple avec le sujet de la taxation des transactions financières. C'est exactement la même problématique. Pour contourner des obstacles, il faut créer un accord de volonté entre les principaux pays européens concernés, notamment les principaux pays de consommation. Il est vrai que la valeur, c'est l'accès à nos marchés. Les pays qui sont objectivement dans la même situation sont l'Allemagne, la France, la Grande Bretagne et les deux grands pays d'Europe méditerranéenne, à notre frontière Sud : l'Italie et le l'Espagne.

Il me semble que, compte tenu de ce qu'est le débat en France, du fait que de nombreuses personnes en ont pris conscience et souhaitent le porter, il faut capitaliser là-dessus et mettre en place une première initiative qui serait susceptible d'être portée par la France. Mais cette initiative ne se suffira pas à elle-même, elle sera une étape. Evidemment, il conviendra de relayer, à la fois auprès de nos partenaires pris individuellement et, en ce qui me concerne, autant que possible, avec tous les collègues qui le souhaiteront. Je m'efforcerai, et j'espère que les professionnels pourront aussi me donner quelques idées afin de repérer les collègues parlementaires, les représentants des milieux économiques qui peuvent agir dans le même sens que nous dans les pays que j'ai cités et naturellement, simultanément, il y a un travail à faire auprès de la Commission européenne. Car chacun sait que la Commission est en réalité un organe qui est perméable au raisonnement, perméable aux influences. Mais encore faut-il vouloir l'influencer pour y parvenir. Il y a donc tout ce travail à faire, qui, je crois, se fonde simplement sur l'idée que l'Internet est neutre, au sens sociétal, au sens le plus large possible, mais que ce principe doit se traduire par l'équité fiscale. La neutralité de l'Internet n'est pas concevable sans l'équité fiscale. Chacune et chacun l'a montré avec les arguments défendus au cours de cette journée.

Que peut-on s'efforcer de faire dans le court terme sur le plan national ? Rédiger une proposition de loi, bien entendu. Et quel peut-être le contenu de cette proposition de loi ? A ce stade et en vous écoutant, j'imagine deux volets. Tout cela est encore très imparfait. Premièrement, une obligation de déclaration d'un référent fiscal par les acteurs de l'Internet basés à l'étranger, à partir de seuils d'activités de manière à viser prioritairement les plus grands groupes et sur le modèle procédural de l'agrément accordé aux sites de jeux en ligne. Alors, se posera la question de l'acceptabilité ou non du point de vue de la Commission. Mais à mon avis, je pense que ça se plaide. D'ailleurs, si les avocats n'étaient pas prêts à plaider, je ne vois pas

effectivement l'utilité qu'ils pourraient avoir. Je pense qu'il y a des arguments tout à fait tangibles à faire valoir et que c'est une bonne base.

En second lieu, j'imagine deux initiatives fiscales, l'une destinée à rétablir l'équité en appliquant aux acteurs étrangers les taxes relatives au soutien à l'audiovisuel public et sur la copie privée versée aux ayants droits, l'autre initiative portant sur la publicité en ligne. Et je n'exclus pas de donner suite aux propositions faites au cours du forum, telles que la taxation de la valeur ajoutée ou des adresses IP mais, sur cet aspect des choses, je ne suis pas encore suffisamment documenté.

La taxe sur la publicité en ligne entre bien dans cet ensemble, c'est un ensemble global, aussi cohérent que possible. Les leçons de la première initiative, celle de 2010-2011, doivent être tirées. Prenons appui sur les régies publicitaires en France et à l'étranger, au moyen du représentant fiscal et pourquoi terminer en insistant ainsi sur la publicité ? Pour deux raisons : d'abord pour une raison d'équité, car si on ne le faisait pas, il n'y aurait aucune espèce de motif de continuer à prélever des taxes sur d'autres formes de publicités auprès des autres médias. Ce serait fragiliser les dispositifs qui existent et qui sont nécessaires. Et d'autre part, parce qu'il s'agit bien d'un élément essentiel du modèle économique des grands groupes que nous avons cités les uns et les autres, et que le respect de l'équité dans notre monde très médiatique, entre les différents supports, les différents médias, les différents canaux d'information, est vraiment une exigence de notre société.

Voilà, Mesdames et Messieurs, les quelques éléments que j'imagine après vous avoir écoutés. Encore une fois, tout cela est très imparfait, et je serais heureux qu'après cette rencontre, celles et ceux qui le voudraient, continuent à s'exprimer, à contribuer et acceptent que je les interroge de manière à m'assurer, non pas qu'une proposition fasse l'unanimité, je ne crois pas que cela soit totalement réaliste mais que, au moins, sur le plan professionnel, il s'agisse de bien tenir compte des sentiments exprimés par les uns et par les autres.

Encore une fois, merci d'avoir assisté à cette journée qui a vraiment tenu ses promesses.

ANNEXE VI

PROPOSITION DE LOI POUR UNE FISCALITÉ NUMÉRIQUE NEUTRE ET ÉQUITABLE

*Proposition de loi n° 682 (2011-2012)
présentée par Philippe Marini, sénateur, le 19 juillet 2012*

Article 1^{er}

Le titre II de la première partie du livre I^{er} du code général des impôts est complété par un chapitre XXI ainsi rédigé :

« Chapitre XXI

« Fiscalité numérique

« Section I

« Régime d'imposition de certains services fournis par voie électronique

« *Art. 302 bis ZO.* – I. – Lorsqu'une personne non établie en France est redevable de l'un des prélèvements mentionnés aux articles 302 *bis* ZP, 302 *bis* ZQ et 1609 *sexdecies* B, elle est tenue de souscrire une déclaration dont le modèle est fixé par l'administration. Cette déclaration est déposée, accompagnée du paiement, dans les conditions fixées en matière de taxe sur le chiffre d'affaires.

« II. – Cette déclaration est souscrite par le redevable par l'intermédiaire d'un représentant établi en France, accrédité par l'administration fiscale, qui s'engage à remplir les formalités lui incombant, à acquitter les prélèvements à sa place et à tenir un registre des opérations relevant de ce régime d'imposition à la disposition de l'administration fiscale de l'Etat membre de consommation. Le registre des opérations est suffisamment détaillé pour permettre à l'administration de l'Etat membre de consommation de vérifier l'exactitude de la déclaration des prélèvements susvisés.

« Lorsque le redevable, qu'il soit établi dans l'Union européenne ou hors de celle-ci, n'a pas de représentant tel que défini à l'alinéa précédent, il souscrit cette déclaration, dans les mêmes conditions que celles prévues par le régime spécial de déclaration de la taxe sur la valeur ajoutée visé à l'article 298 *sexdecies* F, auprès du service des impôts des entreprises étrangères de la direction des résidents à l'étranger et des services généraux.

« Section II

« Prélèvements sur certains services fournis par voie électronique

« I. Taxe sur la publicité en ligne.

« *Art. 302 bis ZP.* – I. – Il est institué une taxe sur la publicité diffusée en ligne par voie électronique autre que téléphonique, de radiodiffusion et de télévision.

« Cette taxe est due par les personnes qui assurent la régie des services de publicité dont l'objet est de promouvoir l'image, les produits ou les services de l'annonceur.

« On entend par régie toute personne physique ou morale qui fournit à un annonceur ou une agence des services de publicité diffusés en ligne. La régie peut fournir cette prestation pour le compte d'un tiers diffuseur ou en effectuer la diffusion pour son propre compte.

« La taxe est assise sur les sommes, hors commission d'agence et hors taxe sur la valeur ajoutée, payées par les annonceurs aux régies pour les services de publicité destinés à être reçus par le public établi en France métropolitaine et dans les départements d'outre-mer. Sont considérés comme entrant dans le champ d'application de la taxe les services de publicité en ligne fournis au moyen de moteurs de recherches, d'affichage de messages promotionnels, d'affiliation de liens, d'envois de courriels, de comparateurs de produits et de services en ligne sur téléphonie mobile.

« II. – La taxe est calculée en appliquant un taux de 0,5 % à la fraction de l'assiette comprise entre 20 millions d'euros et 250 millions d'euros et de 1 % au-delà.

« III. – Cette taxe est liquidée et acquittée au titre de l'année civile précédente lors du dépôt de la déclaration, mentionnée au 1 de l'article 287, du mois de mars ou du premier trimestre de l'année civile.

« IV. – La taxe est 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.

« II. Taxe sur les services de commerce électronique

« *Art. 302 bis ZQ.*- I.- Il est institué une taxe sur les services de commerce électronique.

« Pour l'application du présent article, est assimilée à un service de commerce électronique la vente ou la location de biens ou de services sur demande individuelle formulée par un procédé de communication électronique autre que téléphonique.

« Le fait que le prestataire de services et le preneur communiquent par courrier électronique ne vaut pas présomption que le service soit fourni par voie électronique.

« II. – Cette taxe est due par les personnes qui vendent ou louent les biens et services, au titre des opérations mentionnées au I, à toute personne, établie en France y compris dans les départements d’outre-mer, qui elle-même n’a pas pour activité la vente ou la location de biens et de services.

« III. – La taxe est assise sur le montant hors taxe sur la valeur ajoutée du prix acquitté au titre des opérations mentionnées au I.

« La taxe ne s’applique pas lorsque le chiffre d’affaires annuel du prestataire du service de commerce électronique est inférieur à 460 000 euros.

« IV. – Le taux de la taxe est de 0,25 % de la fraction de l’assiette mentionnée au III. Le cas échéant, les sommes versées au titre de la présente taxe sont diminuées du montant acquitté par le redevable de la taxe sur les surfaces commerciales prévue par l’article 3 de la loi n° 72-657 du 13 juillet 1972 instituant des mesures en faveur de certaines catégories de commerçants et artisans âgés, dans la limite de 50 % du montant de la présente taxe.

« V. – Cette taxe est liquidée et acquittée au titre de l’année civile précédente lors du dépôt de la déclaration, mentionnée au 1 de l’article 287 du présent code, du mois de mars ou du premier trimestre de l’année civile.

« VI. – La taxe est 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.

« VII. – Le produit de la taxe est réparti entre les ensembles intercommunaux et les communes n’appartenant à aucun groupement à fiscalité propre, bénéficiaires nets des versements du Fonds national de péréquation des ressources intercommunales et communales mentionné à l’article L. 2336-3 du code général des collectivités territoriales, au prorata des sommes perçues à ce titre l’année précédente. »

Article 2

Le premier alinéa de l’article 1609 *sexdecies* B du code général des impôts est ainsi rédigé :

« Il est institué, à compter du 1^{er} juillet 2003, une taxe sur les ventes et locations de vidéogrammes destinés à l’usage privé du public établi en France métropolitaine et dans les départements d’outre-mer. »

Article 3

Dans les six mois suivant l'entrée en vigueur de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport évaluant l'impact sur les finances publiques des pratiques d'optimisation fiscale mises en œuvre par certains acteurs de l'économie numérique basés hors du territoire français en matière de taxe sur la valeur ajoutée, d'imposition des bénéfices et de toutes taxations spécifiques.

Le rapport analyse la faisabilité et chiffre l'impact des points suivants :

1° L'identification de nouvelles assiettes fiscales permettant d'instaurer une taxation des flux numériques et une contribution assise sur la valeur ajoutée des entreprises issue de leurs activités numériques sur le territoire français ;

2° L'extension de la taxation des services de télévision aux nouveaux acteurs de la télévision connectée et de tous services similaires rendus par des opérateurs basés à l'étranger à destination du public français ;

3° L'anticipation au 1^{er} janvier 2014, au lieu du 1^{er} janvier 2015, de la date d'entrée en vigueur de la taxe sur la valeur ajoutée du pays de consommation applicable aux services électroniques, au sens de la directive 2008/8/CE du Conseil, du 12 février 2008, modifiant la directive 2006/112/CE en ce qui concerne le lieu des prestations de services, et la réduction de la durée de la période transitoire ;

4° La redéfinition, aux niveaux européen et international, des règles d'imposition des bénéfices des entreprises dans le contexte du commerce électronique.