

Paris, le 17 juin 2011

Monsieur le Sénateur,

Lors de l'examen du projet de loi de finances pour 2011 en décembre dernier, un amendement du Rapporteur Général du Budget au Sénat, Philippe Marini, a été adopté visant à instaurer une taxation de la publicité sur Internet. Cette taxe doit être instituée à partir du 1<sup>er</sup> juillet de cette année.

Les associations regroupant les professionnels du secteur de la publicité en ligne, qui vous ont déjà alerté sur le sujet, ont salué en début de semaine le vote de suppression de cette taxe à l'Assemblée Nationale à l'initiative de Laure de La Raudière.

Cet amendement voté par vos collègues Députés, va dans le sens des déclarations du Ministre chargé de l'Industrie, de l'Energie et de l'Economie numérique, Eric Besson, pour qui cette taxe ne sera pas appliquée à l'échéance prévue et qui devra avant tout être adaptée.

Le Rapporteur Général du Budget au Sénat, Philippe Marini, a déposé un amendement visant à revenir sur le vote de l'Assemblée Nationale, faisant revivre ainsi la taxe sur la publicité en ligne.

Dans le même temps, le Conseil national du numérique (CNN), qui avait également fait part de sa volonté de revenir sur cette taxe, jugée « inapplicable, totalement discriminante et injuste », par la voix de son Président Gilles Babinet, a présenté trois idées pour résoudre le problème de l'évasion fiscale de certains groupes internationaux, dont la création d'un nouveau statut au niveau européen, qui leur reconnaîtrait « *une activité et des revenus permanents générés par leurs activités en France et servant de base à leur taxation à l'impôt sur les sociétés* ».

Si, pris par les délais, nous n'avons pas encore eu le temps d'examiner les conséquences des propositions du CNN, les sociétés membres que nous représentons souhaitent tout de même rappeler que l'écosystème fondé sur la publicité en ligne génère des économies très importantes pour les ménages, au bénéfice du pouvoir d'achat, en leur donnant accès à un foisonnement de services et d'applications dont les coûts sont supportés par les annonceurs<sup>1</sup>.

La mise en place d'une taxation des achats publicitaires sur Internet aurait pour conséquence de générer un surcoût qui pèserait sur les petits annonceurs (PME/TPE), ces entreprises n'ayant pas la possibilité de délocaliser leur achat d'espace de publicité sur Internet, qui est pour eux le moyen le plus accessible pour gagner en visibilité. Les plus grands annonceurs pourront, quant à eux, effectuer leur achat d'espace publicitaire à l'étranger sans difficulté.

Cette taxe représente également un risque pour le business-model de l'Internet. Un véritable écosystème redistributif s'est mis en place autour de celui-ci, générateur de richesses et d'échanges : le financement de services et contenus fournis gratuitement aux utilisateurs, des formats publicitaires flexibles et mesurables pour les annonceurs, le moyen de valoriser l'audience des fournisseurs de contenus et de soutenir ainsi leur activité éditoriale indépendante.

---

<sup>1</sup> Le cabinet McKinsey & Company évalue à 100 milliards d'euros le montant que la publicité aurait fait économiser aux internautes européens et américains en 2010, soit un équivalent de 40 euros par mois et par foyer.

Pour toutes ces raisons, l'ensemble des professionnels du secteur de la publicité en ligne demande la suppression de cette taxe et espère pouvoir compter sur votre soutien et sur votre vote contre l'amendement n°8 de la Commission des Finances.

Restant à votre entière disposition pour de plus amples informations, nous vous prions d'agréer, Monsieur le Sénateur, l'expression de nos salutations distinguées.



**Frédéric Winckler**  
*Président de l'Association  
des Agences- Conseils  
en Communication*



**Pierre Kosciusko-Morizet**  
*Président de l'Association  
de l'Economie Numérique*



**Giuseppe de Martino**  
*Président de l'Association des  
Services Internet Communautaires*



**Amaury Delloye**  
*Président du Collectif  
des Plateformes d'Affiliation*



**François Momboisse**  
*Président de la Fédération  
du e-commerce et de la vente  
à distance*



**Philippe Jannet**  
*Président du Groupement des  
Editeurs de Services en Ligne*



**Jérôme de Labriffe**  
*Président de l'Interactive  
Advertising Bureau France*



**Luc Tran-Thang**  
*Président du Syndicat  
des Régies Internet*



**Sébastien Danet**  
*Président de l'Union Des Entreprises  
de Conseil et Achat Media*