



PARIS, LE 26 FEVRIER 2013

PRESSE NUMERIQUE ET TVA

Résumé :

Ce mémoire du **Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (Spiil)** démontre que l'alignement du taux de TVA de la presse en ligne sur celui de la presse papier est :

1. **Juridiquement** justifié, et même obligatoire, notamment au regard de la jurisprudence communautaire ;
2. **Économiquement** indispensable, tant pour rendre plus efficace la dépense publique que pour dynamiser un secteur en mutation industrielle ;
3. **Politiquement** soutenu depuis de nombreuses années par tous les responsables politiques, de la majorité comme de l'opposition ;
4. **Démocratiquement** nécessaire pour préserver et renforcer le pluralisme de la presse d'aujourd'hui et de demain.

Le Spiil s'est exprimé à plusieurs reprises sur l'iniquité d'un taux de TVA à 19.6% appliqué aux ventes numériques de produits de presse, alors que la presse « papier » bénéficie d'un taux de TVA de 2.1%. La revendication d'un taux réduit commun à toute la presse figure en bonne place dans son « [Manifeste pour un nouvel écosystème de la presse numérique](#) ». Elle a également fait l'objet d'une [position commune](#) de l'ensemble des syndicats de presse français en mai 2011.

Cette demande est fondamentale tant pour le développement et la modernisation de la presse française que pour la préservation du principe constitutionnel de pluralisme de la presse.

La Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE) reconnaît aux Etats-membres la possibilité d'adopter des taux de TVA différenciés au sein d'un même secteur. Cependant, ce pouvoir est encadré par le principe de **neutralité fiscale**, en vertu duquel **deux prestations en concurrence ne peuvent être traitées différemment d'un point de vue fiscal (TVA)**.

Sur le fondement de ces éléments de droit positif, il est possible de démontrer que les obligations communautaires ne sont pas un obstacle, mais au contraire **une exigence d'unification des taux de TVA pour la presse**, qu'elle soit « papier » ou « numérique », sans qu'il soit nécessaire de modifier la Directive TVA de 2006. Le droit communautaire reconnaît une compétence des Etats-membres pour fixer des taux réduits ou super-réduits, voire des exonérations, pour des catégories définies (Article 98-2 de la Directive 2006/112 concernant les taux réduits). Cette compétence inclut, pour les Etats-membres, **un pouvoir d'interprétation** quant au périmètre concret des prestations concernées, à condition de respecter le principe de la neutralité fiscale, et donc de **non-discrimination entre prestations en concurrence**.

Au moment où l'Etat examine les moyens les mieux adaptés pour accompagner les entreprises de presse dans la mutation structurelle de leurs modèles économiques, l'élargissement de la TVA à 2.1% aux supports numériques constituerait une action structurante, efficace et cohérente.

I. Le principe de neutralité fiscale : les prestations en cause

1.1. **En référence aux dispositions de l'article 298 septies du Code Général des Impôts (CGI), les prestations en cause sont les « ventes, commissions et courtages » portant sur les publications de presse**

La [LOI n°2009-1674 du 30 décembre 2009 - art. 77](#) qui a modifié cet article, expose ainsi : « A compter du 1er janvier 1989, les ventes, commissions et courtages portant sur les publications qui remplissent les conditions prévues par les articles 72 et 73 de l'annexe III au présent code pris en application de l'article 52 de la loi du 28 février 1934, [il s'agit des « publications » admises au régime de la presse, NdR] sont soumis à la taxe sur la valeur ajoutée au taux de 2,1 % dans les départements de la France métropolitaine et de 1,05 % dans les départements de la Guadeloupe, de la Martinique et de la Réunion.

Lorsqu'une publication remplissant les conditions mentionnées au premier alinéa est comprise dans une offre composite pour un prix forfaitaire comprenant l'accès à un contenu numérique ayant une cohérence éditoriale avec cette publication, les taux réduits mentionnés au premier alinéa s'appliquent à hauteur fixée par voie réglementaire. »

1.2. **Conformément à [l'article 1](#) de la Loi n°86-897 du 1 août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, modifié par la loi n°2009-669 du 12 juin 2009 « favorisant la diffusion et protection de la création sur internet », le droit français de la presse couvre désormais les « publications de presse » (article 1, 1^{er} alinéa) et les « services de presse en ligne » (article 1, al. 2 et 3).**

Cet article précise notamment :

« Au sens de la présente loi, l'expression "publication de presse" désigne tout service utilisant un mode écrit de diffusion de la pensée mis à la disposition du public en général ou de catégories de publics et paraissant à intervalles réguliers.

On entend par service de presse en ligne tout service de communication au public en ligne édité à titre professionnel par une personne physique ou morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu, consistant en la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale. »

L'évolution des technologies a donc été intégrée dans la loi de 1986 sur le régime juridique de la presse. En revanche, le Code général des impôts (CGI) continue à exclure la presse numérique du bénéfice au taux réduit de TVA. Cette contradiction provoque une **incohérence en droit interne français** : la presse « imprimée » et la presse « numérique » sont soumises au droit de la presse, mais considérées comme deux catégories juridiques différentes du point de vue du droit fiscal.

Cette situation est discriminatoire car :

- d'une part, elle est fondée sur un critère purement technologique, contraire à la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne.
- d'autre part, elle peut être résolue **par modification, voire par une simple interprétation administrative, de l'article 298 septies** – afin d'élargir à la presse numérique le taux appliqué à la seule presse papier actuellement.

La problématique juridique est en tout état de cause d'ordre interne, sous le contrôle du juge communautaire (CJUE). L'adaptation des règles fiscales nationales est rendue nécessaire par le droit communautaire, et plus précisément le principe de « **neutralité fiscale** ». En vertu de ce principe, les Etats membres ont l'obligation d'interpréter le droit communautaire de façon à contribuer à la réalisation des objectifs poursuivis par ce droit : c'est le principe de l'« **effet utile** ». Le principe de neutralité est d'ailleurs rappelé par la Directive 2006/112 (considérant n° 30) elle-même.

II. Le principe de neutralité fiscale : le droit de « détermination » des Etats membres et le principe de non distorsion de concurrence entre prestations en concurrence

Pour la Cour de justice de l'Union européenne, la discrimination technologique entre prestations en concurrence entre elles constitue, a priori, un facteur de distorsion. La jurisprudence de la CJUE en tire toutes les conséquences, et encadre la compétence des Etats membres en la matière.

Ainsi, dans l'arrêt rendu dans les affaires jointes C-259/10 et C-260/10, « [The Rank Group](#) », du 10 novembre 2011, arrêt de principe qui synthétise 10 années de jurisprudence sur cette question, la CJUE précise très clairement que (lire ici : <http://goo.gl/nDlxN>) :

« 32 Selon une jurisprudence bien établie, le principe de neutralité fiscale s'oppose en particulier à ce que des marchandises ou des prestations de services semblables, qui se trouvent donc en concurrence les unes avec les autres, soient traitées de manière différente du point de vue de la TVA ».

La Cour va même jusqu'à préciser que dans le cas de taux différents appliqués à deux prestations identiques ou semblables, il y a présomption de distorsion de concurrence. **La charge de la preuve incombe donc aux autorités administratives :**

« 35 (...) Le fait que deux prestations identiques ou semblables et satisfaisant aux mêmes besoins sont traitées de façon différente du point de vue de la TVA entraîne en règle générale une distorsion de concurrence ».

Pour ce qui concerne le caractère « identique » ou « semblable » de deux prestations, la Cour exige des autorités administratives de se placer du point de vue du consommateur :

« 43 Afin de déterminer si deux prestations de services sont semblables (...), il y a lieu de tenir principalement compte du point de vue du consommateur moyen (...), tout en évitant des distinctions artificielles fondées sur des différences insignifiantes (...). »

[NB : les passages supprimés sont des références de jurisprudence]

« 44 Deux prestations de services sont donc semblables lorsqu'elles présentent des propriétés analogues et répondent aux mêmes besoins auprès du consommateur, en fonction d'un critère de comparabilité dans l'utilisation, et lorsque les différences existantes n'influent pas de manière considérable sur la décision du consommateur moyen de recourir à l'une ou à l'autre desdites prestations. »

Le seul fait que deux prestations « semblables » soient soumises à des régimes juridiques différents (dans le cas d'espèce : le fait que l'une soit soumis un régime de licence et l'autre non) ne suffit pas à lui seul à justifier une discrimination fiscale. Les différences de statuts sont par principe sans pertinence. De nouveau, le renversement de la présomption incombe aux Etats membres :

« 46 (...) pour évaluer si des jeux ou des appareils de jeux de hasard sont semblables, l'identité des exploitants desdits jeux et appareils et la forme juridique sous laquelle ceux-ci exercent leurs activités sont, en principe, sans pertinence ».

« 47 (...) les différences existant entre, d'une part, des débits de boissons et des salons de jeu et, d'autre part, des casinos agréés en ce qui concerne le cadre dans lequel les jeux de hasard y sont offerts, et notamment l'accessibilité géographique et temporelle ainsi que l'ambiance, ne revêtent pas d'importance pour le caractère comparable desdits jeux. »

« 51 (...) le principe de neutralité fiscale doit être interprété en ce sens qu'il n'y a pas lieu de tenir compte du fait que ces deux jeux relèvent de catégories de licence différentes et sont soumis à des régimes juridiques différents en matière de contrôle et de régulation. »

Appliquée au secteur de la presse, cette jurisprudence indique clairement que **l'existence de deux catégories juridiques reconnues par le droit français (qui distingue d'une part les « publications de presse » et d'autre part les « services de presse en ligne ») ne suffit pas à justifier une discrimination en matière de TVA.**

Enfin, la Cour précise qu'un Etat membre ne saurait s'opposer à une demande de remboursement fondée sur une violation du principe de neutralité fiscale :

« 74 (...) le principe de neutralité fiscale doit être interprété en ce sens qu'un État membre, qui a fait usage du pouvoir d'appréciation conféré par l'article 13, B, sous f), de la sixième directive et a exonéré de la TVA la mise à disposition de tous moyens pour jouer à des jeux de hasard, tout en excluant de cette exonération une catégorie d'appareils remplissant certains critères, ne saurait opposer à une demande de remboursement de la TVA fondée sur la violation de ce principe le fait qu'il avait réagi avec la diligence requise au développement d'un nouveau type d'appareil ne remplissant pas ces critères. »

Appliqué au secteur de la presse, ce dernier élément de jurisprudence est d'autant plus fort que l'administration française a réagi à l'émergence de la presse en ligne en la soumettant au droit de la presse (loi de 1986 modifiée en 2009) **sans en tirer de conséquences en droit fiscal** (non modification de l'article 298 septies du CGI (voir point 1.2 ci-dessus).

Voir aussi d'autres jurisprudences :

- Arrêt CJUE du 10 juin 2010 dans l'affaire C-58/09, « [Leo-2Libera](#) ».
- Arrêt CJUE du 6 mai 2010 dans l'affaire C-94/09, « [Commission contre France](#) »;
- Arrêt CJUE du 2 décembre 2010 dans l'affaire C-276/09, « [Everything Everywhere](#) ».

Cette analyse a été officiellement présentée le 30 novembre 2011 par l'ancien ministre de la culture **Jacques Toubon**, au cours de son audition par la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale (<http://www.assemblee-nationale.fr/13/cr-cedu/11-12/c1112013.asp>). Interrogé sur « la fiscalité des biens et services culturels numériques » (livre numérique et presse en ligne), dans le cadre de la mission que lui avait confiée le Président de la République, il a déclaré à propos de l'alignement prévu des taux de TVA des livres imprimés et numériques :

« Vous m'interrogez sûrement sur la procédure que la Commission pourrait tenter à l'encontre de la France à compter de janvier 2012. Il n'est pas avéré que le régime qui sera alors applicable en France soit en contradiction formelle avec la directive TVA car le principe de neutralité fiscale, déjà appliqué à plusieurs reprises et encore tout récemment invoqué par la Cour de justice européenne dans le jugement Rank du 10 novembre 2011, veut qu'à biens identiques, s'applique une fiscalité identique. Si la Commission mettait notre pays en demeure, la discussion devrait pouvoir s'engager sur cette base. La jurisprudence porte certes pour l'instant sur des biens physiques identiques, alors qu'il s'agirait en l'espèce d'un côté

d'un bien physique, d'un autre côté d'un service immatériel. Mais la jurisprudence souligne qu'il convient de se placer du point de vue du consommateur. Qu'un ouvrage soit lu sur papier ou sur tablette importe peu. S'il s'agit du même ouvrage, l'acte de consommation est identique et sa taxation ne saurait être différente. Il est tout à fait possible d'exciper de cette jurisprudence. L'affaire n'est donc pas du tout perdue d'avance sur le plan juridique. »

On peut noter à ce sujet que le taux de TVA appliqué aux livres imprimés et numériques a effectivement été aligné par l'Assemblée nationale et le Sénat, à compter du 1^{er} janvier 2012, alors que, étrangement, aucune disposition similaire n'a été votée pour la presse.

Depuis, la ministre de la Communication, **Aurélie Filippetti**, et la ministre déléguée chargée des PME, de l'Innovation et de l'Économie numérique, **Fleur Pellerin**, ont confirmé la position sur le livre numérique prise par le Parlement et le gouvernement, sous la majorité précédente. Réagissant le 22 février 2013, à [la décision de la Commission européenne](#) de saisir la Cour de justice de l'Union européenne pour contester la décision par la France et le Luxembourg d'appliquer un taux réduit de TVA sur le livre numérique, elles ont déclaré dans un [communiqué commun](#) :

« La France applique le taux réduit de TVA sur le livre numérique comme sur le livre papier afin de garantir un traitement équivalent de l'accès à la culture quel que soit le support. La Commission européenne a décidé de saisir la Cour de justice de l'Union européenne dans ce dossier. Cette saisine n'est pas une surprise et les autorités françaises en prennent acte.

La France défendra devant la Cour de justice le principe de neutralité fiscale afin de ne pas entraver l'essor du livre numérique alors même que le marché européen est en cours de structuration. »

Si deux ministres de la République estiment aujourd'hui que la France est fondée à défendre devant la CJUE le principe de neutralité fiscale pour le livre numérique, au nom de quel principe juridique, politique ou économique, pourrait-il en être autrement pour la presse numérique ?

III. Une interprétation des Annexes II et III de la Directive communautaire 2006/112, contradictoire avec la jurisprudence de la CJUE.

La discrimination fiscale entre presse « imprimée » et presse « numérique » résulte d'une interprétation de la Directive communautaire 2006/112 contraire la jurisprudence la CJUE.

Conformément aux dispositions de ses articles 56.1.k et 98, l'annexe II de la Directive 2006/112 précise les prestations ne pouvant pas bénéficier d'un taux réduit, tandis que l'annexe III précise les prestations pouvant en bénéficier.

Or :

1. l'annexe III vise spécifiquement « *les journaux et périodiques, à l'exclusion du matériel consacré entièrement ou d'une manière prédominante à la publicité;* » - alinéa 6 - sans distinction de support ;

2. l'annexe II vise généralement « *la fourniture d'images, de textes et d'informations* » par voie électronique.

C'est donc par une **interprétation restrictive** de la Directive 2006/112 que la Commission européenne et les pouvoirs publics français excluent les services de presse en ligne du champ d'application autorisé de la TVA réduite (ou super-réduite) des prestations de services qui y sont admissibles au titre de l'annexe III, et cela **en contradiction avec le principe de neutralité fiscale établi par la CJUE**.

Cette interprétation restrictive est fondée sur un présupposé erroné selon lequel la presse imprimée et la presse numérique ne seraient pas similaires, du point de vue du consommateur, alors même que **les publications papier et les publications numériques sont substituables pour les lecteurs, que ce soit au sein d'une même entreprise de presse** (cf. la question de la « cannibalisation » du papier par le numérique), **ou entre entreprises de presse** (papier, numérique, ou multi-support).

Cette substituabilité peut être démontrée dans le cas d'un même journal proposé en version papier ou en version numérique :

- les entreprises de presse vivent au quotidien les transferts de lectorat du support papier (généralement payant) vers les supports numériques (généralement gratuits, bien qu'une tendance à la monétisation des contenus numériques se développe depuis plusieurs mois).
- en cas de grève d'impression, les entreprises de presse renvoient naturellement et systématiquement à leurs sites internet.

En ce qui concerne les usages développés par les lecteurs, il est devenu apparent qu'une proportion grandissante des lecteurs de la presse généraliste consulte, sinon indifféremment, tout au moins cumulativement les versions papier et numérique d'une même publication. Le numérique sert à recruter des lecteurs pour le papier. Et certains titres de la presse spécialisés ont eux-mêmes migré du papier au numérique non seulement en entraînant leur lectorat, mais aussi en l'augmentant (en volume et en valeur).

La convergence des usages, c'est-à-dire la pratique de lecture à la fois sur support imprimé et sur support numérique, est un phénomène grandissant, estimé actuellement (automne 2012) à 53% des lecteurs de presse en France. Elle traduit un attachement croissant des lecteurs aux marques de presse, estimé à 50% en 2011 et 64% en 2012.

L'importance de la perception de la marque confirme la conviction partagée par de nombreuses entreprises de presse que leur cœur de métier n'est pas de commercialiser des

supports, mais des contenus d'une marque originale, sous l'angle de la fiabilité de l'information, de la modernisation des moyens de diffusion etc. Les valeurs constitutives d'une marque de presse, véhiculées par les contenus et les services qu'elle propose sont activées par les différents supports technologiques mis à la disposition de ses lecteurs (print et numérique). Les supports numériques (web, smartphones, tablettes) démultiplient les contacts de la marque de presse avec son lectorat et ses prospects. Cependant, l'efficacité de cette démultiplication est perturbée par des réglementations discriminatoires, dont la principale est la discrimination en matière de taux réduit de TVA.

Une analyse similaire peut être développée du point de vue du marché publicitaire, du fait que:

- l'OJD, l'un des plus anciens organismes de contrôle du tirage et de la diffusion de la presse dans le monde, prend désormais en compte les éditions papier et numériques pour qualifier l'audience d'un titre de presse, à destination des annonceurs ;
- les régies publicitaires vendent conjointement ou par couplage le papier et le numérique ;
- ou encore que de nombreux budgets ont migré du papier au numérique dans des proportions plus ou moins importantes : secteurs des voyages ou du transport par exemple.

De même que le développement des entreprises de presse se fonde sur des stratégies de marque axées sur la complémentarité des supports, de même les stratégies publicitaires sont-elles fondées sur l'intérêt des entreprises de presse à communiquer en même temps, en print et en numérique sur leurs marques de presse. En cela, elles ne font que répondre aux usages des lecteurs, de plus en plus conscients de leurs comportements print/numérique.

IV. Paradoxalement, l'indifférenciation technologique est admise par la France, mais pas en matière fiscale

4.1. La loi de finances pour 2011

L'article 25 de la loi de finances pour 2011 a étendu, à compter du 1er janvier 2012, le taux réduit de la taxe sur la valeur ajoutée aux livres numériques. Néanmoins, cette évolution est limitée par le principe d'homothétie, ce qui constitue, du point de vue du Spiil, une nouvelle discrimination technologique injustifiée et perverse. En effet, c'est priver l'économie numérique du livre des potentialités offertes par les nouvelles technologies, en contradiction avec le principe de promotion du progrès inscrit dans les textes communautaires fondamentaux.

4.2. La loi HADOPI (n° 2009-669 du 12 juin 2009)

Une des novations majeures de la loi Hadopi est d'avoir indifférencié les supports de la première publication d'une œuvre journalistique : cette première publication peut avoir lieu sur support physique ou numérique. Le lien contractuel entre le journaliste salarié et la société de presse est ainsi présumé valoir pour « *tous les supports* » exploités par la société de presse, sans distinction technologique.

4.3. La loi « Warsmann (loi n° 2012-387 du 22 mars 2012)

Cette loi, relative à la simplification du droit et à l'allégement des démarches administratives, impose aux titres de presse admis à publier des annonces légales, de compléter les publications papier par une publication numérique. De manière totalement injustifiée et discriminatoire, les titres de presse publiés uniquement en ligne (« pure players ») sont exclus de ce dispositif. Le Spiil demande, à ce sujet également, que l'équité entre titres de presse, quel que soit le support technologique, soit rétablie.

V. L'application du principe de « neutralité fiscale » : une garantie d'efficacité et de cohérence.

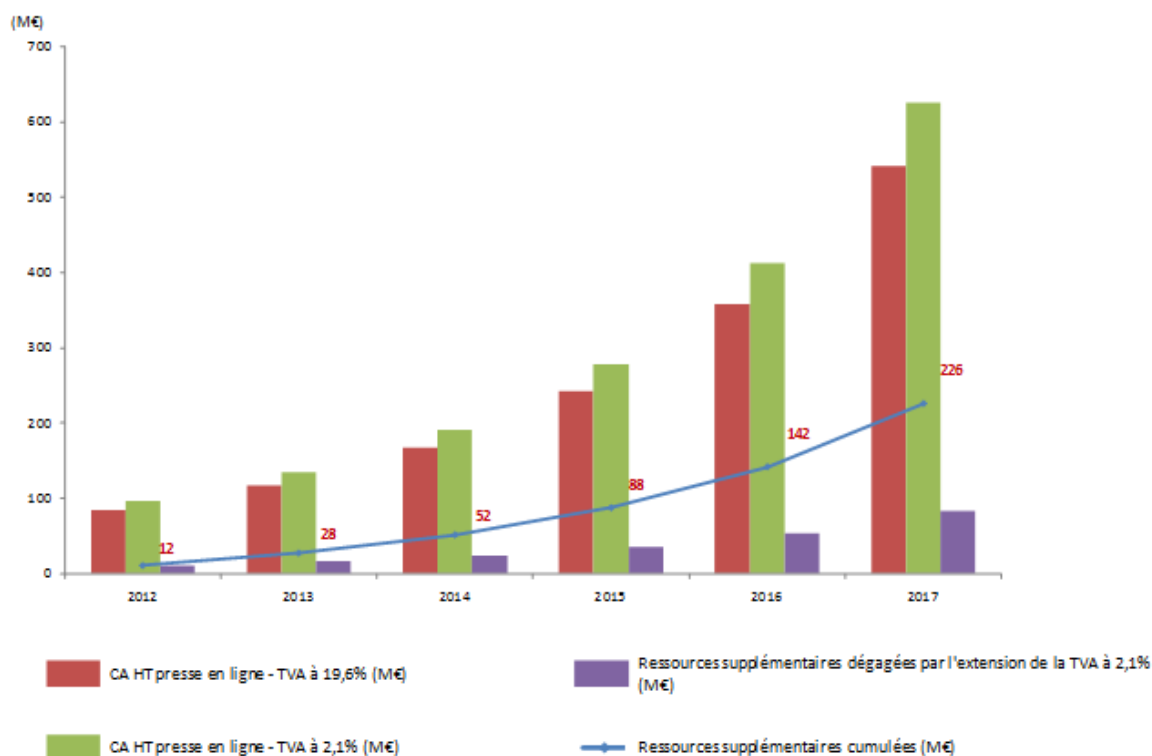
Les arguments juridiques de non-discrimination technologique correspondent à la nécessité d'intégrer le développement d'une économie numérique au sein de toute nouvelle activité entrepreneuriale. En l'état actuel de la réglementation fiscale, « *le non-alignement de la TVA incite les acteurs de la presse imprimée, qui proposent des éditions numériques de leurs titres, à le faire de façon conditionnée à l'abonnement au titre de la presse imprimée. Cette forme de contorsion commerciale a des effets induits très contraignants* », remarque ainsi une étude récente du cabinet spécialisé **Kurt Salmon**¹. Cette différence de taux de TVA altère la perception par le lecteur de la valeur des offres numériques ; elle freine la dynamique naturelle de transition ; elle donne un caractère presque fictif à la vente et à la distribution de certains titres papiers.

En conclusion, les distorsions de concurrence entre supports de presse pénalisent le développement difficile et indispensable de nouveaux modèles économiques et sont – partiellement et de façon très imparfaites - résolues par des aides d'Etat accrues. L'Etat crée ainsi ses propres dépenses.

Un principe efficace.

Le niveau de TVA a un impact direct, non seulement sur la trésorerie des entreprises, mais également sur leur capacité à générer des revenus supplémentaires. Un niveau faible permet d'accélérer les retours sur investissement et de dégager des marges de manœuvre pour investir dans la création et dans l'innovation. Des niveaux différents entre acteurs d'un même marché faussent le jeu de ces acteurs et pénalisent l'entrée de nouveaux intervenants. Cette marge de manœuvre supplémentaire créée par la baisse de la TVA à 2,1% pour la presse numérique est estimée à un montant cumulé de 226 millions € sur six ans (*Kurt Salmon, précité ; voir schéma ci-dessous*).

¹ « *Etude sur l'impact économique de l'application du taux de TVA de la presse imprimée à la presse en ligne* », **Kurt Salmon**, 2012).



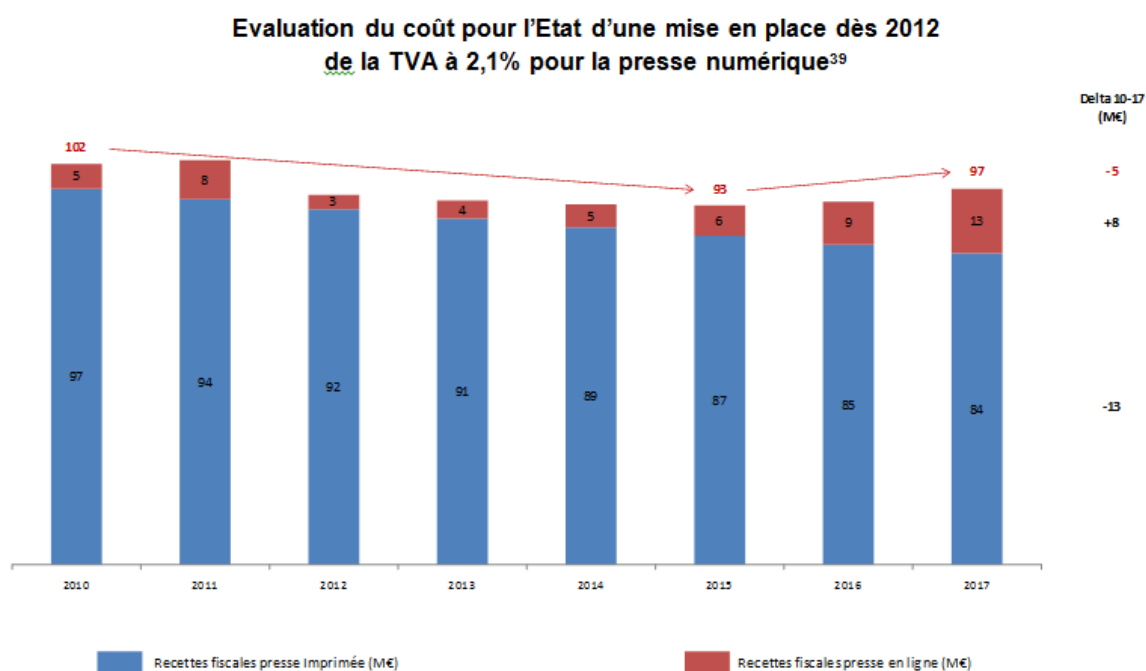
Une TVA réduite et homogène contribuerait à améliorer la compétitivité du secteur de la presse dans son intégralité, et permettrait aux éditeurs d’avoir une meilleure maîtrise de leurs actions de marketing et de développement de nouvelles sources de recettes, et donc de ressources fiscales.

Un principe cohérent avec la politique française suivie en matière d’encadrement de la presse et les contraintes budgétaires.

L’application du principe de non-discrimination technologique comporte des éléments de convergence avec les objectifs politiques poursuivis par les pouvoirs publics français :

- **favoriser le pluralisme de la presse**, un principe reconnu par le Conseil constitutionnel, et qui fait obligation à l’Etat de prendre les mesures concourant à cet objectif démocratique. Alors que la presse nationale d’information n’a cessé de voir le nombre de ses titres imprimés décliner d’année en année, et que la presse régionale imprimée est désormais presque partout en position de monopole absolu, l’émergence de la presse numérique devient un véritable facteur de pluralisme. A condition toutefois, qu’elle ne subisse pas de discrimination fiscale.
- **favoriser le développement de la presse indépendante** : une TVA à 19.6% sur les ventes de produits de presse numérique incite les éditeurs à présenter ces produits comme un accessoire – bien souvent gratuit – à un produit principal (le papier). Cette situation obère la capacité des éditeurs à stabiliser un modèle d’affaires viable pour les produits de presse numérique, entrant en contradiction directe avec l’objectif affiché de favoriser l’émergence d’une presse rentable, donc indépendante ;

D'un point de vue budgétaire, l'Etat serait gagnant. L'étude Kurt Salmon estime que « **le passage à un taux de 2.1% dès 2012 coûterait la première année environ 5 millions € de manque à gagner à l'Etat, mais en contribuant au développement de la filière, cela lui permettrait d'augmenter ses recettes dès 2015. Malgré la baisse du taux, l'Etat toucherait près de 3 fois plus de TVA sur la presse en ligne en 2017 qu'en 2010** » (voir schéma ci-dessous). Cela sans compter sur la diminution des aides directes qui devrait accompagner l'harmonisation des taux de TVA.



Alors qu'on s'étonne en France des succès mondiaux d'entreprises comme Amazon, Google, Apple, etc., il faut rappeler ce que disait également Jacques Toubon lors de son audition par l'Assemblée nationale :

« À ceux qui m'objectent que ce n'est pas la TVA qui fait la différence et qu'elle ne peut pas être un levier, je réponds qu'Amazon s'est battu durant un an avec l'assemblée législative de Californie à Sacramento (California State Assembly) pour que celle-ci n'augmente pas la taxe sur les ventes, équivalant aux États-Unis de la TVA, pour les services en ligne. Depuis 1998, en vertu de l'Internet Freedom Act, les entreprises de l'internet bénéficient outre-Atlantique d'une fiscalité très avantageuse, la taxe sur les ventes, dont le taux est fixé par les États, variant de 0 à 7 %. Amazon a ainsi pu économiser sept milliards de dollars par rapport à des entreprises européennes comparables ».

Jacques Toubon concluait :

« Si Amazon a agi ainsi, c'est qu'il y avait une bonne raison. Pourquoi nous, Français et Européens, ne le ferions-nous pas ? »

Et il précisait :

« Si nous n’y réussissons pas, les livres, la presse, la vidéo seront diffusés par Google, Apple, Amazon... ».

L'exemple du GIE **ePresse** est à cet égard, particulièrement éclairant. Cette plateforme de distribution numérique de la presse a été créée par de grands éditeurs de la presse imprimée pour diffuser leurs journaux et magazines en ligne. Or, ces versions numériques, identiques aux éditions imprimées, sont soumises à un taux de TVA de 19,6%, au lieu de 2,10%. De plus, lorsque le GIE EPresse les commercialise sur tablettes via l'**Apple Store**, il paie une redevance de plus 30%, facturée par la filiale luxembourgeoise de Apple, qui, elle, ne paie aucun impôt et aucune TVA en France.

La discrimination fiscale est devenue un boulet qui entrave le développement de la presse, dans son ensemble, qu'il s'agisse de la presse traditionnelle effectuant sa transition vers le numérique ou des « pure players », nouveaux entrants sur le marché.

VI. De nombreuses initiatives parlementaires, non suivies d'effet

Il faut enfin rappeler que depuis plusieurs années, des parlementaires de la majorité actuelle comme de la majorité d'hier ont déposé des amendements demandant la modification de l'article 298 septies du Code général des impôts, de manière à aligner les taux de TVA de la presse imprimée et de la presse numérique.

Ainsi, le 14 octobre 2011, les députés **Michel Françaix, Patrick Bloche, Martine Martinel, Marcel Rogemont** et les membres du groupe Socialiste, radical, citoyen et divers gauche, ont déposé un amendement dont l'exposé des motifs précisait :

« La baisse proposée du taux de TVA va dans le même sens que la mise en œuvre d'un taux de TVA réduit pour le livre numérique instaurée par la loi de finances pour 2011 et applicable à compter du 1er janvier 2012.

Au moment où les parlementaires européens adoptent à une large majorité, une résolution dans laquelle ils soutiennent l'application d'un taux réduit pour la presse en ligne, il est important que les parlementaires français mettent tout en œuvre pour que le principe de neutralité s'applique à la TVA et instaure un régime de TVA identique pour la presse papier et la presse en ligne. »

Le 4 octobre 2012, les députés **Patrice Martin-Lalande, Hervé Gaymard, Christian Kert** et **Michel Herbillon**, ont déposé pour l'opposition, un amendement au projet de loi de finances 2013, qui, comme les années précédentes, demandait d'aligner « le taux "normal" de TVA appliqué à la presse en ligne (19,6%) sur celui "super-réduit" appliqué à la presse imprimée (2,1%) ». Ils expliquaient :

« Nous considérons qu'un tel alignement est aujourd'hui :

1. **urgent** : la presse doit rapidement réussir sa mutation numérique ;

2. **réaliste** : la mesure est compatible avec les contraintes et les objectifs budgétaires de l'État ;
3. **légitime** : l'impôt doit être technologiquement neutre ;
4. **cohérent** : la mesure va dans le même sens que la TVA réduite votée par notre Parlement en faveur du livre numérique ;
5. **et de plus en plus « euro-compatible »** : la TVA sur la presse en ligne est désormais une préoccupation des parlements et des gouvernements des États membres de l'Union européenne. »

Il n'est pas inutile de rappeler aussi que Le 21 novembre 2011, suite à deux amendements identiques, I-163 et I-188, présentés l'un par **David Assouline** et **Marie-Christine Blandin**, l'autre par **Catherine Morin-Desailly** et **Hervé Maurey**, le Sénat a adopté un amendement alignant les taux de TVA de la presse numérique et papier (lire ici <http://goo.gl/Kh0GC>). Cet amendement à la loi de finance n'a cependant pas été adopté par l'Assemblée nationale.

David Assouline expliquait notamment :

« La perte de recettes fiscales que générerait l'adoption de cet amendement est extrêmement limitée. En favorisant l'essor d'un modèle économique pérenne, payant pour la presse en ligne, la disposition proposée permettrait d'asseoir des recettes fiscales solides pour l'avenir, eu égard à la multiplication attendue des services de presse en ligne. (...) Les offres numériques ont vocation à renverser la tendance inéluctable à la décroissance du nombre de lecteurs traditionnels de presse et à leur migration vers le contenu gratuit, synonyme de déperdition fiscale pour l'État. »

Et il concluait :

« Je le dis, la liberté de la presse passe par la défense de la presse numérique, qui est l'avenir. »

Créé en octobre 2009, le **Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne** (Spiil) regroupe près de 70 éditeurs de presse ayant le numérique comme activité de référence.

Ses objectifs sont de :

- **Promouvoir** une presse indépendante et de qualité sur Internet ;
- **Défendre** un cadre juridique et réglementaire qui permette un réel développement économique de la presse en ligne, et assure sa pérennité ;
- **Participer** activement au renforcement d'un métier en pleine évolution.

Contact :
Maurice Botbol
Président du Spiil
www.spiil.org
botbol@spiil.org
01 44 88 26 16