

ASSEMBLÉE NATIONALE

16 octobre 2009

**LOI DE FINANCES POUR 2010 - (n° 1946)
(Première partie)**

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° I - 93

présenté par
M. Martin-Lalande-----
ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 8, insérer l'article suivant :**

I. – L'article 298 *septies* du code général des impôts est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Les services de presse en ligne reconnus en application de l'article 1^{er} de la loi n° 86-897 du 1^{er} août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse sont soumis à la taxe sur la valeur ajoutée au taux de 5,5 p. 100 dans les départements de France métropolitaine et de 1,05 p. 100 dans les départements de la Guadeloupe, de la Martinique et de la Réunion. »

II. – La perte de recettes pour l'État est compensée par la création à due concurrence d'une taxe additionnelle aux droits visés aux articles 575 et 575 A du code général des impôts.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement a pour objet d'aligner le taux de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) applicable aux publications de presse en ligne sur le taux réduit de 5,5 %, afin de favoriser le développement des entreprises de presse pour lesquelles l'Internet constitue un outil primordial de développement.

Alors que la presse en ligne est en plein développement, son modèle économique s'accommode difficilement d'une fiscalité alourdie (19,6 % de TVA) par rapport à la presse imprimée (2,1 %).

À l'issue des états généraux de la presse écrite, le Président de la République avait lui-même qualifié cette inégalité de traitement fiscal de situation « invraisemblable ».

C'est la raison pour laquelle, dans le cas où l'exonération de TVA et le taux super-réduit (2,1 %) n'étaient pas retenus, le présent amendement propose d'aligner le taux de TVA applicable aux publications de presse en ligne sur le taux réduit de 5,5 % appliqué aux produits de première nécessité, de consommation courante ou à certains secteurs favorisés, comme celui de la culture (livres, cinéma, théâtre, services de télévision par abonnement, etc.). Il s'agit ainsi de favoriser le développement des entreprises de presse pour lesquelles l'Internet constitue un outil primordial de développement.