

## 15ème législature

<b>Question N° :</b> <b>39855</b>	De <b>Mme Anne-Laure Blin</b> ( Les Républicains - Maine-et-Loire )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Économie, finances et relance		<b>Ministère attributaire</b> > Économie, finances et relance
<b>Rubrique</b> > numérique	<b>Tête d'analyse</b> > La taxe Gafa répercutée sur les entreprises françaises	<b>Analyse</b> > La taxe Gafa répercutée sur les entreprises françaises.
Question publiée au JO le : <b>29/06/2021</b> Réponse publiée au JO le : <b>07/09/2021</b> page : <b>6719</b>		

### Texte de la question

Mme Anne-Laure Blin attire l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de la relance sur la répercussion sur les annonceurs français de la taxe Gafa mise en place par le Gouvernement. En septembre 2017, le Président de la République a annoncé la création d'une taxe sur les géants du numérique. Par la suite, des échanges ont été menés avec les pays européens puis au sein de l'OCDE pour assurer une portée mondiale à ce projet de taxe. À la suite de la présentation du projet français, les acteurs européens de la tech ont alerté sur plusieurs risques, notamment celui de voir répercuter cette taxe sur les entreprises européennes non assujetties mais aussi sur le risque de pénaliser l'innovation en Europe. Malgré l'avis défavorable de la Cour des comptes, le Parlement a adopté cette taxe. En l'état actuel, les géants mondiaux de la publicité en ligne assujettis à cette taxe la répercutent sur leurs clients que sont les annonceurs et qui sont aujourd'hui totalement démunis. Amazon a ouvert la voie en annonçant répercuter la taxe en août 2019, puis Apple, en septembre 2020 et enfin, en mars 2021, Google a communiqué sur une taxe de 2 % à 3 %. Les annonceurs et les entreprises françaises se retrouvent ainsi en situation de faiblesse face aux Gafa et craignent de se voir éclipsés par leur moteur de recherche. Les annonceurs français se retrouvent ainsi pénalisés, menaçant leur compétitivité, leur capacité d'innovation et leurs emplois. De toute évidence, les Français seront également victimes de la répercussion de cette taxe lors de leurs achats en ligne. Ainsi, elle souhaite connaître les mesures que le Gouvernement envisage pour combler cette iniquité fiscale pour les entreprises françaises.

### Texte de la réponse

Le Gouvernement est pleinement conscient de l'enjeu d'équité fiscale que soulève la question de la taxation des grands opérateurs du numérique. C'est pourquoi, il œuvre activement, au sein de l'OCDE et de l'UE, afin que de nouveaux principes de taxation permettent de mieux appréhender les bénéficiaires des grandes entreprises, notamment du numérique, là où ils sont créés. L'accord du G20 en juillet visant à introduire une taxation des multinationales les plus profitables, dont les géants du numérique, et un impôt minimal mondial d'au moins 15 % démontre que ces discussions aboutiront prochainement à des mesures concrètes. Toutefois, en attendant la mise en œuvre de cet accord pour faire évoluer les principes de la fiscalité internationale, la France a décidé de mettre en place en 2019 une taxe nationale afin d'imposer efficacement les grands groupes du numérique qui rendent notamment des prestations de publicité en ligne. Désormais, l'équité fiscale est mieux assurée dès lors qu'en France les grandes entreprises du numérique acquittent de l'impôt quel que soit le lieu de leur siège social ou la localisation de leurs actifs. En ce qui concerne la répercussion du montant de cette taxe sur le prix des services facturés à des annonceurs français, il n'appartient pas au Gouvernement de commenter les choix annoncés par les groupes



assujettis d'augmenter ainsi leurs prix, ni celui consistant à présenter ces choix comme une conséquence de l'institution de la taxe dont ils sont redevables. Il appartient uniquement à l'administration de s'assurer que chaque redevable déclare et acquitte le montant de taxe dû. En effet, sauf cas particulier lié à des situations exceptionnelles ou des difficultés structurelles du fonctionnement de la concurrence, le principe de liberté des prix qui prévaut en France depuis 1987 fait obstacle à toute intervention étatique sur la fixation des tarifs librement consentis entre acteurs économiques. Par ailleurs, il serait excessif de considérer qu'au stade du consommateur final des biens vendus par l'intermédiaire de plateforme en ligne, cette répercussion de la taxe sur les services numériques, pour autant qu'elle ait le caractère automatique que l'on veut bien lui prêter, serait équivalente à une augmentation indirecte de 3 %. En effet, cette taxe s'applique sur les seuls revenus que l'opérateur tire des opérations d'intermédiation, lesquels ne représentent qu'une fraction faible et très minoritaire du prix de vente appliqué à ces consommateurs.