

RAPPORT LESCURE :

L'IAB FRANCE PRÉOCCUPÉE PAR LES PROPOSITIONS SUR LA PUBLICITÉ EN LIGNE

L'IAB France, qui représente les principaux acteurs de la publicité en ligne (éditeurs, régies, agences, annonceurs, instituts d'études, fournisseurs de technologies...) a pris connaissance avec inquiétude des conclusions du rapport Lescure. Elle demeure préoccupée par un certain nombre de propositions qui risquent d'impacter l'activité de ses membres et de perturber l'équilibre de l'économie numérique.

LES PROPOSITIONS 44 ET 45 ENVISAGENT UNE FOIS DE PLUS UNE TAXATION DES REVENUS PUBLICITAIRES

44. Assujettir à la taxe sur les éditeurs de services de télévision (TST-E) les recettes de publicité issues de la télévision de rattrapage.

45. Comblent les failles de la taxe Vidéo à la demande pour rétablir l'équité fiscale : assujettir à la taxe Vidéo à la demande les services de Vidéo à la demande dont le siège est installé hors de France et qui s'adressent aux publics français ; expertiser la faisabilité technique d'une extension de la taxe Vidéo à la demande aux services gratuits financés par la publicité ; étendre la taxe Vidéo à la demande aux distributeurs de SMAD (plateformes vidéo, constructeurs de terminaux connectés, magasins d'applications).

L'IAB France rappelle à cet égard :

- que le secteur de la publicité en ligne demeure, dans une économie française en crise, **l'un des rares relais de croissance et d'investissement, et constitue un potentiel d'innovation qu'il faut préserver.**
- que **la publicité en ligne permet aux internautes d'accéder gratuitement à la plupart des services.** Elle est un moyen de contribuer à la diversité des sources de financement de l'économie numérique.
- que dans un secteur aussi volatil que le digital, **une hausse de la pression fiscale française** déjà élevée pour les entreprises du numérique **risque de décourager les investisseurs étrangers et d'accélérer les délocalisations des entreprises concernées.**

PROPOSITION 67 « INVITER LES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES REPRÉSENTANT LES RÉGIES À SIGNER UNE CHARTE »

La proposition 67 a, quant à elle, pour objet d'« inviter les organisations professionnelles représentant les régies à signer une charte de bonnes pratiques dans laquelle elles s'engageraient à empêcher la diffusion de messages publicitaires sur les sites coupables de manquements répétés aux droits de propriété intellectuelle ».

L'IAB France rappelle à ce titre sa préoccupation constante de promouvoir l'éthique publicitaire auprès de ses membres comme en témoigne ses statuts. En particulier, la lutte contre la contrefaçon demeure essentielle pour ses membres. Si la proposition 67 permet de reconnaître le travail accompli, il ne peut revenir aux régies publicitaires le soin de déterminer ce qu'est ou non un site proposant ou offrant des contrefaçons.

CONTACT PRESSE

Stéphane Hauser
stephane@iabfrance.com
01 48 78 14 32

A propos de l'IAB France

L'IAB France (Interactive Advertising Bureau) est une association créée en 1998 dont la mission est triple: structurer le marché de la communication digitale, favoriser son usage et optimiser son efficacité. Elle compte à ce jour 150 sociétés membres, représentant l'ensemble des acteurs de la chaîne de la communication interactive (éditeurs, régies, agences, annonceurs, instituts d'études, fournisseurs de technologies, etc.).

A travers ses publications, ses études et les événements qu'elle organise, l'IAB France se met au service des annonceurs et de leurs agences conseil pour les aider à intégrer les médias numériques efficacement dans leur stratégie de marketing globale, et entend proposer des standards, des exemples de pratiques professionnelles aux nouveaux acteurs intégrant le marché du digital.

L'IAB est par ailleurs un réseau d'experts au service des autres organisations professionnelles, des institutions et des médias qui s'interrogent sur l'impact du développement de cette nouvelle donne économique.

L'IAB France est une entité indépendante, faisant partie du réseau mondial d'affiliés de l'Interactive Advertising Bureau. Le Président de l'IAB France est Jérôme de Labriffe, Directeur de la stratégie Développement et de l'innovation de la banque à distance, BNP Paribas.

www.iabfrance.com