



Paris, le 19 octobre 2016

Taxation de la publicité des vidéos en ligne : Attention danger !

Le 12 octobre 2016, la commission des finances de l'Assemblée nationale a adopté un amendement et un sous-amendement visant à taxer la publicité des vidéos en ligne en affectant ces ressources à hauteur de 70 millions d'euros au profit du Centre National du Cinéma.

Ils instaurent une taxe à 2% de toutes les recettes publicitaires et de parrainage perçues par « tout opérateur (...) qui propose en France un service qui donne ou permet l'accès, à titre onéreux ou gratuit, à des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles ou autres contenus audiovisuels ».

Si l'IAB France comprend et soutient les principes de neutralité et d'équité fiscale, elle ne peut que se prononcer contre l'établissement d'une taxe. Elle aboutirait en effet à pénaliser en France par rapport aux autres pays les modèles de formats publicitaires vidéo (qui contribuent activement au dynamisme de la publicité en ligne avec une croissance à date de 35% par an (*Chiffre pour 2015 de l'Observatoire de l'e-pub, étude réalisée par PWC - janvier 2016*) légèrement en deçà de la moyenne européenne qui s'élève à 37,3% (*AdEx Benchmark 2015, IAB Europe, 4 juillet 2016*).

Plus généralement, le marché français de la publicité en ligne se chiffre en France à 3,216 milliards d'euros (soit 25% des investissements médias français - *Chiffre pour 2015 de l'Observatoire de l'e-pub, étude réalisée par PWC - janvier 2016*), mais force est de constater que les perspectives de croissance sont faibles par rapport aux autres pays. Avec un chiffre oscillant entre 6 et 7%, la France affiche une croissance médiocre par rapport aux performances des autres pays européens, la plaçant à la 22^{ème} place sur 27 sur un marché européen qui affiche une croissance de 13% en moyenne (*AdEx Benchmark 2015, IAB Europe, 4 juillet 2016*).

La vidéo s'impose dès lors comme un vecteur indispensable à la croissance du marché publicitaire français. Le nier par le maintien de cette taxe reviendrait à hypothéquer les chances futures de la France de maintenir son attractivité sur ce secteur d'avenir.

Bien que son développement paraisse prospère, l'écosystème de la publicité en ligne est encore fragile, et son équilibre délicat – notamment dans un contexte de concurrence internationale accrue. La préservation de ce dynamisme est essentielle à la préservation d'un potentiel de croissance dont dépendent sur notre territoire l'attractivité de notre secteur et les créations d'emploi de demain.

L'IAB France a pour cette raison toujours milité pour la recherche d'une solution convergente entre les différents pays européens et appelle le gouvernement et les députés à ne pas soutenir une solution qui aboutirait à pénaliser encore davantage en France les acteurs de la publicité.

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 140 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'association 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 David Lacombed, Directeur délégué à la stratégie des contenus, Orange.

Personne de contact : Stéphane Hauser, Délégué Général de l'IAB France, stephane@iabfrance.com,
01.48.78.14.32
