

## CONCERTATION SUR LA FISCALITE NUMERIQUE

Consultation du Conseil National du Numérique du 17 Mai 2013 :

### Les propositions de fiscalité numérique versées dans le débat public au niveau national

#### Introduction

Il est souvent posé la question pourquoi il n'y a pas, à ce jour, de grandes marques telles Google ou Amazon en France. Si l'optimisation fiscale, qui n'est ni illégale ni l'apanage des grands groupes du numérique, peut-être un facteur de compétitivité, elle apparaît secondaire pour répondre directement à cette question. En effet, **il faut constater qu'aucun géant mondial pouvant rivaliser avec ces grands groupes n'a émergé en Europe**, ni en Irlande, ni au Luxembourg, ni en Allemagne ni au Royaume-Uni.

**D'autres facteurs concourent à l'émergence de telles entreprises**, tels l'innovation et son financement, l'investissement dans le numérique, la taille des marchés intérieurs, point de départ de leur croissance et le développement des usages du numérique. Aussi, une fiscalité nationale ayant pour objectif de parer aux conséquences de la concurrence fiscale des Etats apparaît aujourd'hui peu opérante dans sa contribution au développement d'un écosystème national susceptible de faire naître des champions du numérique, de l'e-commerce et de l'Internet.

La question reste posée quand à la contribution effective du secteur du numérique, via l'impôt, au financement des infrastructures et services collectifs, etc. Parce que le numérique devient bien plus qu'un secteur en soi par sa contribution toujours plus importante à la numérisation des autres secteurs industriels et de services, **Syntec Numérique recommande que toute nouvelle piste de fiscalité soit aussi évaluée, quand à son rendement, la base de ses redevables et son assiette, au regard de son impact sur l'ensemble de l'économie qui tire aujourd'hui profit du numérique.**

A ce jour, au regard des propositions de fiscalité numérique versée dans le débat public national, force est de constater que la créativité fiscale en la matière débouche sur des taxes sectorielles. Mise à part la tentative louable du rapport Collin et Colin, **l'exploration de la transformation de la valeur opérée par le numérique** et les nouvelles valeurs qu'il a contribué à faire émerger, comme la valeur d'usage et du partage, la valeur de l'innovation, **n'a toujours pas été conduite de manière approfondie afin de déterminer les redevables et ce qu'il faut taxer.**

Pourtant, il conviendrait de saisir la chance du développement de la nouvelle **économie afin de ne pas renouveler les erreurs appliquées à l'économie traditionnelle qui revient le plus souvent à taxer un marché** en faisant payer l'impôt à ceux qui n'ont pas été désignés comme ses redevables.

Aussi, pour Syntec Numérique, il serait souhaitable, dans un souci d'efficacité et de soutien à la consolidation de l'économie numérique de privilégier, s'il y a lieu, les pistes encourageant les bons

comportements comme celles concourant à réduire les externalités négatives ou à fortifier les externalités positives. A cet effet, **Syntec Numérique recommande de privilégier une fiscalité incitative telle la réduction fiscale liée aux investissements dans la modernisation des productions et des services par le numérique.**

## Q10. Ces propositions sont-elles applicables ? Si oui, comment ? si non pourquoi ?

### Taxe sur la publicité en ligne (Q12, 13, 14)

La première initiative du Parlement, celle du Sénateur Philippe Marini pour la loi de finances pour 2011, prévoyant une taxe due par les annonceurs français (1% du montant dépensé pour la publicité en ligne) a été supprimée parce qu'elle ne touchait finalement que les entreprises implantées en France.

La deuxième initiative du sénateur Marini vise les régies publicitaires et est assortie de la création de deux taxes, une sur la publicité en ligne pour les régies de services, une sur le commerce électronique pour les biens et services aux consommateurs résidants en France de la part d'entreprises n'ayant pas pour activité déclarée la vente de biens et de services.

Mais cette initiative, qui poursuit l'objectif d'imposer aux grandes multinationales et plateformes américaines de déclarer l'ensemble de leurs activités réalisées vers les consommateurs résidants sur le sol national, bute sur sa difficulté de mise en œuvre, notamment sur la volonté spontanée des administrations fiscales des Etats dans lesquelles ces entreprises sont établies. En l'état, cette taxe apparaît aujourd'hui inopérante.

### Taxe au clic (Q15)

La taxe au clic ou taxe sur l'achat de services de commerce électronique ou TASCOé aussi développée par le Sénateur Marini, vise à transposer la taxe sur les surfaces commerciales « physiques » (TASCOM) à l'économie numérique. Le défaut de cette taxe serait de toucher tous les acteurs ayant une activité de e-commerce en ligne (et non seulement les entreprises dominantes du numérique visées) dont les entreprises commerciales et de services présentes sur internet dont l'activité d'origine n'est pas le commerce électronique, mais qui devraient alors s'acquitter à la fois de la TASCOM et de la TASCOé. Une telle taxe pénaliserait l'e-commerce en France, en plein développement, aux marges encore peu stabilisées, et donc l'innovation que les entreprises de croissance du secteur tentent de développer dans ce domaine.

### Taxe sur la bande passante (Q23-25)

La taxe sur la bande passante consommée, serait due par les fournisseurs de services aux fournisseurs d'accès en fonction de la « partie asymétrique du trafic échangé et couvrant les coûts incrémentaux qu'elle engendre » (rapport avril 2011 sur la Neutralité du Net des députées Laure de la Raudière et Corinne Erhel).

Ce dispositif, s'il est instauré au niveau national, n'empêcherait pas les fournisseurs de services et contenus de contourner les points d'interconnexion français en s'interconnectant dans les pays voisins.

Par ailleurs, ce projet de taxe se heurte à la difficulté de l'identification du redevable, du fait des nombreux intermédiaires et de l'hétérogénéité de la structuration des relations contractuelles entre les fournisseurs de services, les intermédiaires (opérateurs de transit) et les fournisseurs d'accès.

De plus, il convient de constater qu'il n'y a pas de corrélation entre le volume consommé de bande passante et les revenus générés. En effet, il n'y a rien de comparable entre la bande passante requise pour un moteur de recherche et une plateforme de vidéos.

Par ailleurs, les fournisseurs de contenus développent aujourd'hui de nouvelles façons de diffuser leurs services, que ce soit via les réseaux mobiles ou en installant de nouveaux services au cœur du réseau (CDN, cache). Dans ce dernier cas, il est très compliqué de déterminer où est l'interconnexion.

En l'état, cette proposition de taxe apparaît difficilement opérante et, plus grave, pourrait nécessiter des mesures d'inspection et de contrôle du trafic par DPI (Deep Packets Inspection), incompatibles avec les règles d'encadrement de l'usage de ces technologies intrusives.

### La copie privée et le Cloud computing (Q20)

Le Conseil Supérieur de la Propriété Littéraire et Artistique ainsi que le rapport Lescure envisagent la taxation des activités de Cloud computing dans le cadre de la rémunération de l'exception pour copie privée.

Il s'agit de viser les copies effectuées à partir de services de cloud computing, lorsqu'elles répondent à la définition de la copie privée.

Outre le fait que la prise en compte de la transformation des usages avec la généralisation du Cloud impliquerait une refonte globale de la rémunération pour copie privée, cette nouvelle taxe vise explicitement l'accès (et la lecture du flux) autant que l'usage. Elle est contradictoire avec les politiques publiques qui visent à développer les usages du numérique par tous les publics.

Cette proposition fait l'impasse sur les nouvelles possibilités de valorisation des œuvres culturelles que permet le Cloud, afin de consolider la valorisation de ces œuvres et l'émergence de nouvelles sources de revenus.

Alors que le principe de la redevance de la copie privée est en passe d'être remis en cause au niveau européen, cette extension au Cloud apparaît anachronique, alors qu'une réflexion dans quelle mesure les services dans le nuage permettent une rémunération directe des détenteurs de droits est en cours.

De plus, indemniser le préjudice des ayants droits du fait de l'échange des supports ne peut que s'appliquer difficilement au Cloud, qui n'est pas un service d'échange à proprement dit mais d'abord un service de stockage.

Enfin, cette piste de taxe ne remplit pas l'objectif de faire mieux contribuer l'économie numérique aux services communs. Plus grave, elle vise une innovation et des business models neufs, encore peu consolidés, au cœur de la filière du numérique de nombreux acteurs français qui tentent de se positionner sur ce marché avec de nouveaux services. Cette extension de la copie privée au Cloud computing rentre en contradiction avec le soutien annoncé par le Gouvernement aux technologies de ce cœur de filière pour accélérer leur développement.

Un tel frein porterait préjudice au développement du Cloud, innovation majeure de l'économie numérique pour tous les autres secteurs, levier de croissance et de modernisation des industries et des services, qui permet aujourd'hui d'améliorer la valeur des productions, de leur modélisation à leur exploitation.

### **La fiscalité incitative fondée sur l'exploitation par les entreprises des données qu'elles collectent (Q27-29)**

Les données sont aujourd'hui une ressource dynamique et essentielle de l'économie numérique. Les données personnelles en sont une partie. Mais toute l'économie numérique ne se résume pas aux données et encore moins aux données personnelles.

La collecte et la valorisation des données personnelles dépassent le cadre de l'économie numérique ; elles sont exploitées dans bien d'autres domaines, comme la banque et l'assurance.

En soit, une donnée personnelle n'a pas de réelle valeur. La valeur lui est conférée quand elle est exploitée et croisée avec un ensemble de données. La notion de « travail gratuit » de l'utilisateur d'un service liée à ses données personnelles est peu probante, ce n'est pas son usage d'un service (généralement gratuit) qui constituerait un travail, mais plutôt un « capital » qu'il apporterait donnant

de la valeur au service, ce qui correspond par ailleurs au statut que les différents débats juridiques confèrent aux données personnelles.

Pour autant, la piste consistant à valoriser les comportement vertueux quand à la collecte, l'ouverture et la portabilité des données mérite d'être étudiée avec intérêt, s'agissant de progresser vers une gestion transparente des données personnelles et de renforcer la confiance des internautes et des utilisateurs, donc à fortifier une externalité positive pour la collectivité.

Toutefois, les modalités de mise en œuvre d'une telle taxe assises sur les données personnelles se heurte à l'utilisation des technologies et des outils susceptibles d'être mis en œuvre pour la calculer et la percevoir qui rentrent en contradiction avec la protection de la vie privée dans le cadre de la protection des données personnelles.

## Syntec Numérique est le 1er syndicat professionnel de l'écosystème numérique français :

- **1200 entreprises** membres (dont 600 éditeurs de logiciels)
- **80%** du chiffre d'affaire du numérique en France
- **364 000** emplois
- **800 PME, 300 start-up, 25 grands groupes, 75 ETI,**
- **8 Délégations régionales** (Nord, Est, Rhône-Alpes, Sud, Midi-Pyrénées, Aquitaine, Pays de Loire, Bretagne)
- **7 membres collectifs** (pôles de compétitivité, associations et clusters)
- **800 bénévoles actifs** participent aux travaux du Syndicat

La chambre professionnelle regroupe trois des cinq grandes filières du numérique, les entreprises de services du numérique (ESN) et le conseil en technologie, les éditeurs de logiciels, les entreprises du Web.

Elle conforte son positionnement au sein de l'écosystème numérique avec des liens renforcés avec les opérateurs et équipementiers Télécoms ainsi qu'avec les constructeurs de machines informatiques et numériques.

Plus qu'une association professionnelle, Syntec Numérique est aussi une chambre syndicale qui co-gère une convention collective (convention « Syntec ») avec l'ensemble des partenaires sociaux et est de ce fait engagée sur les problématiques relevant de la formation, de l'apprentissage et des politiques de l'emploi, pour l'ensemble de la filière.