



Article publié dans Les Échos – Mercredi 7 novembre 2018

Par Vincent Renoux,
Avocat Associé

Taxe à 3 % sur les activités numériques : réfléchissons-y à deux fois

Le serpent de mer de l'imposition des sociétés du numérique refait surface et sa mise en place nécessite un accord unanime des 28 pays de l'Union européenne. Seuls trois pays sur 28 s'y opposent encore, l'Irlande, la Suède et le Danemark. Alors, la taxe sur les géants du net, vraie fausse bonne idée ?

Le ministre de l'économie, Bruno Le Maire, qui insistait jusqu'alors pour qu'une taxe de 3 % sur le chiffre d'affaires au niveau de l'Union européenne soit mise en place le plus rapidement possible, pestant contre un manque de volonté politique, parle à présent de « report de l'entrée en vigueur ».

La position des États membres récalcitrants (l'Allemagne qui commence à émettre des doutes) est compréhensible car une telle taxe serait contre-productive, à contre-courant de son objectif initial. En fin de compte, il ne s'agit pas d'autre chose que d'une taxe indirecte, or la TVA remplit déjà ce rôle, et cette taxe au moins, les géants du numérique n'y coupent pas. Ce qu'ils ne paient pas, c'est l'impôt sur les sociétés, et c'est une toute autre chose !

La taxe de 3 % sur le chiffre d'affaires ferait lieu de solution contre un autre mal que celui qui ronge véritablement les pays européens. A l'heure des comptes, il y aurait une triste surprise de découvrir que les géants américains ont toujours un avantage concurrentiel assis sur un évitement de l'impôt. Car la taxe de 3 %, eux la paieront mais les entreprises européennes du numérique aussi. Et l'impôt sur les sociétés ? Eux ne le paieront toujours pas, tandis que les entreprises européennes continueront de le payer. Et puis, fort d'une position archi dominante, les GAFAM pourront sans mal répercuter la nouvelle taxe sur le client final, quand les entreprises européennes devront y réfléchir à deux fois, faute de se faire distancer sur les prix et perdre des parts de marché déjà d'une grande fragilité. Double peine, triste destin que d'être européen dans ce contexte.

La France a raison. Il faut imposer les GAFAM. Mais pas comme cela. Les mots ont un sens. Imposer c'est soumettre à l'impôt sur les sociétés. Taxer c'est créer une contribution indirecte. Taxer ce n'est pas le sujet. Le remède préconisé par la France n'est hélas par le bon. Il n'est pas trop tard pour changer. Spotify et Booking, entre autres leaders européens, doivent être soutenus dans leur combat contre cette

nouvelle taxe de 3 %. Ils pourraient même être rejoints par des sociétés d'autres secteurs. Car en taxant le chiffre d'affaires tiré d'activités digitales, quelles vont être les activités réellement imposées ? Il y a bien des questions à se poser pour les acteurs historiques européens en phase de digitalisation. Cela n'aurait aucun sens d'imposer le chiffre d'affaires tiré d'activités numériques à ces sociétés alors qu'elles ne font que s'adapter à la nouvelle donne numérique et paient déjà leurs impôts en Europe.

C'est que le sujet est bien ailleurs. Le sujet n'est pas une problématique de fiscalité du numérique. Lutter contre les GAFAM, c'est combattre leurs montages fiscaux, critiquables pour leur absence de substance économique. A cet égard d'autres groupes américains qui n'ont pas une activité numérique comme Starbucks ou Mc Donald se sont fait remarquer avec les mêmes montages. Par ailleurs les GAFAM ont déjà des filiales en France. Il n'y a donc aucun besoin de recourir à l'établissement stable virtuel en ce qui les concerne. Le sujet est donc simple pour les Etats européens : soit le combat est porté sous l'angle de l'abus pour absence de substance, fictivité des structures ultimes et motivations exclusivement fiscales (voir les récents exemple de la jurisprudence ou de la clause anti-abus de la convention fiscale multilatérale mise en place par l'OCDE), soit les redressements fiscaux visent directement les filiales existantes (comme l'illustre déjà la jurisprudence). Dans ce second cas, les redressements se font via les filiales avec une approche de la création de valeur. Car chaque GAFAM a un business model qui lui est propre et qui se transforme à toute vitesse : il est utopique d'imaginer codifier par avance les critères de création de valeur qui permettraient de dégager un bénéfice imposable. Il faut évaluer la valeur créée au cas par cas.

Il est urgent d'attaquer les GAFAM sur leurs montages plutôt que d'inventer une nouvelle taxe. Or cela, nous pouvons le faire dès maintenant et avec nos propres normes nationales !