

B.O.I. N° 115 du 23 JUIN 1998 [BOI 3P-8-98]

Références du document	3P-8-98
Date du document	23/06/98
Annotations	Lié au BOI 3P-1-07

153

- 33 -

23 juin 1998

8 507115 P- C.P. n° 817 A.D. du 7-1-1975	B.O.I.	I.S.S.N. 0982 801 X
DGI - Bureau I C 3, 64-70, allée de Bercy - 75574 PARIS CEDEX 12		
Directeur de publication : Jean-Pascal BEAUFRET	Responsable de rédaction : Michel BERNE	
Impression : Roto Presse Numeris, 20, rue de la Victoire	Abonnement : 715 FFTC Prix au N° : 16,50 FFTC	
Z.I. La Molette - 93150 Le Blanc-Mesnil		

BULLETIN OFFICIEL DES IMPÔTS

3 P-8-98

N° 115 du 23 JUIN 1998

3 C.A. / 24

INSTRUCTION DU 18 JUIN 1998

TAXE SUR CERTAINES DEPENSES DE PUBLICITE.

(C.G.I., art. 302 bis MA)

NOR : ECO F 98 30018 J

[S.L.F - Bureau D1, D.G.I. - bureaux C.F.1, III B2 et III C1]

PRESENTATION

L'article 23 de la loi de finances pour 1998 (n° 97-1269 du 30 décembre 1997) institue à compter du 1er janvier 1998 une taxe sur certaines dépenses de publicité due par toute personne assujettie à la TVA dont le chiffre d'affaires de l'année civile précédente est supérieur à 5 000 000 de francs hors TVA.

La présente instruction décrit les règles applicables à cette taxe recouvrée et contrôlée comme en matière de TVA qui sont codifiées à l'article 302 bis MA du CGI.

•

L'article 23 de la loi de finances pour 1998 (n° 97-1269 du 30 décembre 1997) institue à compter du 1er janvier 1998 une taxe sur certaines dépenses de publicité.

La présente instruction décrit les règles applicables à cette taxe recouvrée et contrôlée comme en matière de TVA qui sont codifiées à l'article 302 bis MA du CGI.

A. CHAMP D'APPLICATION

La taxe est due par toute personne assujettie à la TVA dont le chiffre d'affaires de l'année civile précédente est supérieur à 5 000 000 de francs hors TVA et qui a engagé au cours de cette même année certaines dépenses de publicité.

I. Personnes imposables

Sont redevables de la taxe les personnes physiques ou morales :

1. Assujetties à la TVA

Il est indifférent que ces personnes :

- soient soumises à la TVA de plein droit ou sur option ;
- ne réalisent pas exclusivement des opérations situées dans le champ d'application de la TVA (assujettis partiels) ;
- soient exonérées de la TVA pour tout ou partie de leur activité.

2. Dont le chiffre d'affaires de l'année civile précédente est supérieur à 5 000 000 F hors TVA

Le chiffre d'affaires pertinent pour l'appréciation de ce seuil comprend toutes les opérations qui sont retenues pour apprécier les limites des chiffres d'affaires annuels permettant de déterminer le régime d'imposition à la TVA applicable de plein droit aux entreprises (régime simplifié, régime du réel normal) Toutes les opérations effectuées doivent être prises en compte quel que soit leur régime au regard de la TVA (exclusion du champ d'application, exonération ou imposition).

Ainsi, seules les personnes non assujetties à la TVA c'est-à-dire celles dont toutes les opérations sont placées hors du champ d'application de la TVA ou les personnes assujetties à la TVA dont le chiffre d'affaires de l'année civile précédente est inférieur ou égal à 5 000 000 de francs hors TVA ne sont pas redevables de la taxe.

3. Qui engagent certaines dépenses de publicité

Sous réserve des précisions apportées ci-dessous, sont redevables les personnes qui cherchent à promouvoir leur image, leurs produits ou leurs services (les « annonceurs ») en effectuant des dépenses de publicité définies au B.

Ainsi, un distributeur est redevable de la taxe à raison des dépenses engagées pour la promotion des produits qu'il vend, que ces dépenses soient répercutées ou non, en totalité ou partiellement, auprès de ses fournisseurs.

Les organismes représentant un secteur d'activité ou présentant un intérêt économique ou social sont redevables de la taxe à raison des opérations de promotion collective qu'ils réalisent (centres techniques, interprofessions agricoles, financés par des cotisations ou des taxes parafiscales ...).

Précisions :

Lorsqu'un organisme réalise ou fait réaliser des dépenses de publicité pour le compte d'un ou plusieurs autres organismes (ex : GIE pour le compte de l'ensemble de ses membres, franchiseurs pour ses franchisés, société appartenant à un groupe pour une autre société du groupe, coopérative pour ses adhérents, agence de publicité pour des annonceurs ...), deux situations doivent être distinguées :

- soit l'organisme fait réaliser les prestations par d'autres entreprises (une imprimerie par exemple) et fait payer ces prestations par les organismes bénéficiaires au vu des factures des entreprises prestataires. Cet organisme est alors un intermédiaire.

Dans ce cas, les organismes bénéficiaires sont les redevables de la taxe à raison des dépenses de publicité concernées.

- soit l'organisme assure toutes les fonctions et responsabilités d'éditeur et, en conséquence, propose aux organismes bénéficiaires une prestation globale, à un prix convenu. Cet organisme est alors considéré comme prestataire.

Dans ce cas, les organismes bénéficiaires restent redevables de la taxe sur les dépenses de publicité si l'organisme prestataire leur fournit des justificatifs permettant l'identification des dépenses soumises à la taxe tant dans leur nature que dans leur montant. A défaut, l'organisme prestataire est redevable de la taxe

NOTA : L'appréciation du seuil de 5 000 000 F en deçà duquel la taxe n'est pas due (cf supra 2), doit s'effectuer au niveau de la personne susceptible d'être redevable de cette taxe.

Cas particuliers : création ou cessation d'activité

1 Les entreprises ne sont pas soumises à la taxe l'année de leur création.

Ex : Entreprise créée le 1er mars 1998.

a) Cette entreprise n'est pas redevable de la taxe en 1998.

b) Situation en 1999 :

- 1er cas : le chiffre d'affaires hors TVA réalisé du 1er mars au 31 décembre 1998 est inférieur ou égal à 5 000 000 de francs hors TVA.

Cette entreprise n'a pas à acquitter de taxe en 1999 au titre des dépenses de publicité engagées en 1998.

Il est précisé que la limite de 5 000 000 de francs hors TVA n'est pas ajustée au prorata du temps d'exploitation pour déterminer si une entreprise est ou non redevable de la taxe au titre de l'année qui suit celle de sa création.

- 2ème cas : le chiffre d'affaires hors TVA réalisé du 1er mars au 31 décembre 1998 est supérieur à 5 000 000 de francs.

Cette entreprise est redevable de la taxe en 1999 au titre des dépenses de publicité engagées en 1998.

2 La taxe est due l'année de cessation de l'activité.

Ex : Entreprise cessant son activité en mai 1999.

a) La taxe est due en 1999 au titre des dépenses de publicité engagées au cours de l'année 1998.

b) En revanche, cette entreprise n'est pas redevable de la taxe en l'an 2000 au titre des dépenses de publicité engagées de janvier à mai 1999 quel que soit le chiffre d'affaires réalisé au cours de cette période.

II. Définition des dépenses de publicité

1. Les imprimés publicitaires

Au sens de la présente instruction, les imprimés publicitaires s'entendent des imprimés (prospectus, brochure, catalogue, lettre...) ayant pour objet de promouvoir l'image, les produits ou les services de l'annonceur (entreprise, association...), et destinés à être distribués dans les boîtes aux lettres, manuellement ou par service postal, ou par mise à la libre disposition du public (guichets, présentoirs ...).

Il s'agit de l'ensemble des imprimés publicitaires adressés, c'est-à-dire envoyés nominativement, ou non adressés (cf. infra pour les opérations de vente par correspondance ou à distance), destinés à des particuliers ou à des professionnels.

En revanche, ne sont pas considérés comme des imprimés publicitaires au sens de la présente instruction :

- les objets qui portent une inscription publicitaire (vêtements, échantillons..) ;
- les affiches ;
- les publications de presse et les encarts publicitaires qui y sont insérés ;
- les livres, programmes de spectacles et catalogues qui font l'objet d'une vente effective même si ces catalogues sont remboursés au premier achat ;
- les imprimés suivants qui peuvent à titre accessoire comporter un message promotionnel mais qui ont une fonction propre :
 - les bons de commande, barèmes, conditions générales de vente, factures, garanties, modes d'emploi, notices, étiquettes,
 - les relevés bancaires,
 - les horaires,
 - les billets de spectacles, de transport

- les annuaires,
- les journaux de communication interne des entreprises destinés à leur personnel,
- les rapports annuels présentant les comptes des sociétés.

Bien entendu, les imprimés publicitaires qui sont joints, le cas échéant, à ces objets et imprimés sont soumis à la taxe.

2. les annonces et insertions dans les journaux mis gratuitement à la disposition du public

Il s'agit des dépenses engagées à raison des annonces et insertions (achat d'espaces publicitaires) ayant pour objet de promouvoir l'image, les produits ou les services de l'annonceur effectuées dans les journaux gratuits (journaux, journaux d'association, bulletins municipaux ...).

Il est rappelé qu'un journal gratuit est une publication sur papier qui n'est pas titulaire d'un numéro d'inscription sur les registres de la Commission paritaire des publications et des agences de presse (CPPAP) et qui est distribuée gratuitement à ses lecteurs pour plus de 50 % de sa diffusion, même si elle porte la mention d'un prix ou qu'elle fait l'objet d'un achat collectif intermédiaire.

Les annonces et insertions de nature exclusivement informative, telles que les offres d'emploi, ne sont pas soumises à la taxe.

3. Dépenses imposables

Les dépenses à prendre en compte s'entendent de l'ensemble des dépenses concourant à la réalisation (dépenses liées à la conception de la campagne et à la recherche de l'argumentation, réalisation de maquettes finalisées ou non, travaux de composition et d'impression...) et à la distribution (frais d'expédition, d'affranchissement...) des imprimés publicitaires et à la publication des annonces et insertions,

- qu'elles soient effectuées par l'annonceur avec ses propres moyens d'exploitation (dépenses internes telles que l'achat de papier, de logiciel ...) ou que ce dernier ait recours à un ou plusieurs prestataires extérieurs (agences, imprimeurs, éditeurs, routeurs ...);

- et quel que soit le mode de facturation, global ou séparé.

Il est rappelé que les entreprises qui participent à la réalisation ou à la distribution des imprimés publicitaires pour le compte des annonceurs ou qui éditent des journaux gratuits ne sont soumises à la taxe qu'à raison des dépenses de publicité engagées pour la promotion de leur propre activité.

B. BASE D'IMPOSITION

I. Généralités

La taxe est assise sur la valeur hors TVA des dépenses de publicité concernées, engagées au titre de l'année civile précédente, diminuée des réductions de prix obtenues des fournisseurs qui se rapportent expressément à ces dépenses. Il s'agit des dépenses admises en déduction du résultat imposable, quelle que soit la date de clôture de l'exercice.

Par ailleurs, il est précisé que :

- la base d'imposition des annonceurs qui effectuent tout ou partie des opérations de réalisation et de distribution des imprimés publicitaires et de publication des annonces et insertions avec leurs propres moyens d'exploitation, est constituée par le prix de revient hors TVA de ces opérations, c'est-à-dire la valeur hors TVA de toutes les dépenses qui ont concouru à la réalisation desdites opérations ;

- à l'occasion d'une campagne publicitaire comportant des supports distincts (imprimés, publicité radiophonique ou télévisuelle), seules les dépenses afférentes aux imprimés publicitaires et aux annonces et insertions dans les journaux mis gratuitement à la disposition du public sont taxables.

Dans cette hypothèse il appartient aux redevables concernés de procéder à la ventilation de leurs dépenses sous leur propre responsabilité et d'être en mesure de la justifier sur demande de l'administration fiscale.

II. Dépenses exclues de l'assiette

Sont exclues de l'assiette de la taxe :

a) les dépenses engagées pour les besoins d'activités non soumises à la TVA en application des dispositions des articles 256 B, 261-4-9° et 261-7-1° du CGI

Les personnes morales de droit public ne sont pas soumises à la taxe au titre de leurs dépenses de publicité engagées pour les besoins de leurs activités situées hors du champ d'application de la TVA (art. 256 B du CGI).

Les organismes sans but lucratif ne sont pas redevables de la taxe sur leurs dépenses de promotion engagées dans le cadre de leurs activités exonérées de TVA en application des articles 261-4-9° et 261-7-1° du CGI.

Pour de plus amples précisions sur les règles de TVA applicables aux activités des personnes morales de droit public et des organismes à but non lucratif visées par ces articles, il convient de se reporter à la documentation administrative 3 A 114, 3141, 3142, 3144, à jour au 1er mai 1992, et à l'instruction du 8 septembre 1994 (BOI 3 CA 94, numéro spécial, n° 19 à 24 et 57 à 70).

En revanche, les dépenses engagées pour les besoins d'activités non visées par les dispositions précitées doivent, sous réserve des précisions apportées au b ci-dessous, être retenues pour l'assiette de la taxe, que ces activités soient taxées, exonérées ou non imposables au regard de la TVA.

b) les dépenses afférentes à la réalisation et à la distribution de catalogues adressés destinés à des opérations de vente par correspondance ou à distance

Seules les dépenses afférentes aux catalogues envoyés nominativement et pouvant servir de support à des opérations de vente par correspondance ou à distance sont exclues de l'assiette de la taxe.

Au sens de la présente instruction, une opération de vente par correspondance ou à distance s'entend d'une livraison de biens ou d'une prestation de services conclue entre un fournisseur et un client qui ont exclusivement utilisé pour l'offre, la commande, le paiement ainsi que la livraison du bien ou l'exécution du service, des techniques de communication à distance (catalogues, imprimés, presse, télévision, réseau postal, réseau téléphonique, réseau électronique, service de livraison ...).

Par ailleurs, il est précisé qu'un catalogue destiné à des opérations de vente par correspondance ou à distance s'entend d'un document donnant le prix et la description de marchandises ou de services susceptibles d'être vendus selon ces modalités.

Les entreprises concernées restent redevables de la taxe au titre des dépenses de publicité afférentes à la réalisation et à la diffusion de catalogues non adressés, distribués gratuitement ou mis à la libre disposition du public.

Les redevables concernés par ces dispositions, et en particulier ceux qui réalisent des dépenses afférentes simultanément à des catalogues adressés et non adressés, doivent procéder à la ventilation de leurs dépenses (cf. II A).

NOTA : Les dépenses visées aux a et b sont également exclues de l'assiette de la taxe lorsqu'elles sont réalisées par des agences de publicité redevables de la taxe.

C. TAUX

Le taux de la taxe est fixé à 1 % du montant hors TVA des dépenses de publicité imposables.