

Concours B/L 2024

Économie

Épreuve commune sur dossier : oral

Jury : Nina Guyon et Mathieu Parenti

Sujet :

Redistribution et grandes entreprises du numérique

Dossier documentaire

Document 1 : Extrait d'un projet de loi, p. 2

Document 2 : Extrait d'un article du journal *Les Echos*, p. 3

Document 3 : Extrait d'un document de travail, p. 4-5

Document 4 : Graphique sur les taux d'imposition des sociétés, p. 6

Document 5 : Graphique issu de la plateforme en ligne Statista, p.7

Document 1 : Projet de loi relatif à la taxation des grandes entreprises du numérique

“L’économie du XXI^e siècle crée de la valeur sur des principes nouveaux permis par la maîtrise des technologies de rupture, comme l’intelligence artificielle, et le traitement des données. Jusqu’à aujourd’hui une poignée d’acteurs ont bénéficié d’un cadre réglementaire et fiscal qui leur a permis d’acquérir une position quasi monopolistique. Ces acteurs se sont développés sans jamais payer leur juste contribution aux services publics dont ils bénéficient, en France, comme à l’étranger. C’est pourquoi il est urgent d’adapter nos règles fiscales datées pour taxer la valeur là où elle se crée : dans les données.

Nous répondons ainsi à une double injustice : pour nos PME qui paient 14 points d’impôt en plus que les entreprises du numérique, et pour nos concitoyens dont les données personnelles sont utilisées pour créer de la valeur. Nous répondons, enfin, à un manque d’efficacité : une perte de plusieurs centaines de millions d’euros pour nos finances publiques.

Avec ce projet de loi relatif à la taxation des grandes entreprises du numérique, nous créons une taxe simple, ciblée et efficace. Simple, car c’est une taxe de 3% sur le chiffre d’affaires numérique réalisé en France. Ciblée, car elle ne concernera que les plus grandes entreprises qui réalisent un chiffre d’affaires sur les activités numériques de 750 millions d’euros dans le monde et de plus de 25 millions d’euros en France. Elle visera les trois types d’activités qui génèrent le plus de valeur : la publicité ciblée en ligne, la vente de données à des fins publicitaires et la mise en relation des internautes par des plateformes. Efficace, car elle permettra d’atteindre rapidement un rendement de 500 millions d’euros. Cela contribuera à financer nos services publics.”

Source : Projet de loi relatif à la taxation des grandes entreprises du numérique (2019)

Document 2 : Qu'est devenue la taxe GAFA ?

Article des Echos, Octobre 2023, par S. Dumoulin, "La taxe Gafa va rapporter 800 millions d'euros en 2024"

Quatre ans après son adoption, la taxe Gafa tricolore ne fait plus tellement polémique. Mais elle fait recette. Selon les données que vient de publier le ministère de l'Economie, la « taxe sur les services numériques » (TSN) devrait rapporter environ 700 millions d'euros cette année, soit deux fois et demie son rendement initial. Et la machine à cash devrait encore monter en puissance. (...)

De nouveaux contributeurs

Les géants américains du secteur comme Google, Amazon et Facebook sont clairement visés depuis le départ. Mais d'autres groupes ont été pris dans les filets du fisc tricolore : le français Criteo par exemple, ou plus récemment le groupe norvégien Adevinta (la maison mère du site Leboncoin.fr). Face aux pratiques d'optimisation fiscale agressive des géants du numérique, facilitées par le caractère dématérialisé de leurs activités, Bercy avait opté pour une méthode peu orthodoxe : ponctionner 3 % de leur chiffre d'affaires en France - quels que soient leurs éventuels bénéfices soumis à l'impôt sur les sociétés.

Ce prélèvement sur les recettes, plutôt que sur les profits, fait l'objet de vives critiques - en premier lieu des Gafa. Mais il est d'autant plus efficace que les revenus du numérique progressent vite, en France comme ailleurs. Et le rendement de l'impôt avec.

Un introuvable accord international

Cela pourrait néanmoins ne pas durer éternellement. La France s'est engagée à remballer sa taxe Gafa dès que serait mise en oeuvre une réforme mondiale de la fiscalité du numérique. Celle-ci est négociée depuis plusieurs années au sein de l'OCDE, sous l'appellation « Pilier 1 ».

Paris et quatre autres capitales européennes ont même promis, il y a deux ans, de rembourser le trop-perçu éventuel de leurs taxes numériques nationales après l'entrée en vigueur d'une taxe universelle. Il s'agissait alors d'apaiser Washington, qui menaçait de lourdes représailles commerciales les pays qui s'en prenaient à ses champions de la tech.

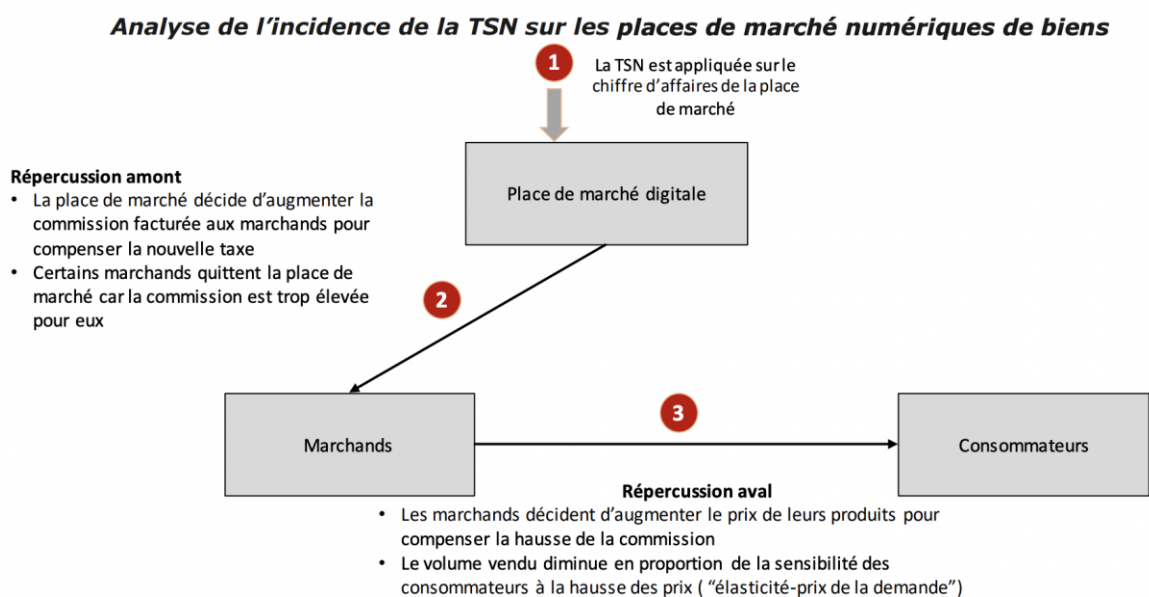
Mais le temps passe. Si l'OCDE a bien conclu un accord historique sur un impôt minimum mondial à 15 % (le « Pilier 2 », qui sera retranscrit dans le budget tricolore 2024), en revanche, les discussions autour du « Pilier 1 » patinent sévèrement.

Lassé d'attendre un accord international qui ne vient pas, le Canada a même prévenu l'été dernier qu'il comptait avancer à son tour sur une taxe Gafa nationale dès 2024 (comme le font déjà le Royaume-Uni, l'Italie, l'Espagne ou l'Autriche). La jolie cagnotte amassée par la France depuis 2019 ne devrait pas l'en dissuader.

Document 3 : Incidence sur les places de marché numériques des biens

Document de travail, Taj – Deloitte, 2009, par J. Pellefigue « Taxe sur les services numériques - Etude d'impact économique »

Comme expliqué par Stiglitz et Atkinson : « L'un des enseignements les plus utiles de l'analyse économique des finances publiques est que l'agent qui supporte effectivement la charge économique d'un impôt n'est pas nécessairement celui qui paye cet impôt au trésor. Déterminer l'incidence réelle d'une taxe ou d'une politique publique est l'une des tâches les plus difficiles et les plus importantes de l'économie publique ». (...)



Cette catégorie (...) regroupe toutes les places de marché numériques permettant aux commerçants de vendre des produits (des biens ou des logiciels) à leurs clients. Le modèle économique type de ces places de marché numériques consiste à facturer une commission aux commerçants, calculée en pourcentage du chiffre d'affaires que ces derniers réalisent sur la place de marché (par exemple, si une librairie vend un lot de livre pour 100 € à un client par le biais de la plateforme, elle paiera une commission de 15 %, soit 15 €, à la plateforme). Cette catégorie englobe des entreprises telles qu'Amazon Marketplace, Ebay, Leboncoin, Alibaba, Apple Appstore, etc. L'incidence de la Taxe sur les Services Numériques (TSN) sur cette catégorie de contribuables doit être évaluée en trois temps (comme décrit dans le schéma ci-dessus) :

1. TSN : une taxe est imposée à la place de marché numérique, calculée en pourcentage de son chiffre d'affaires.

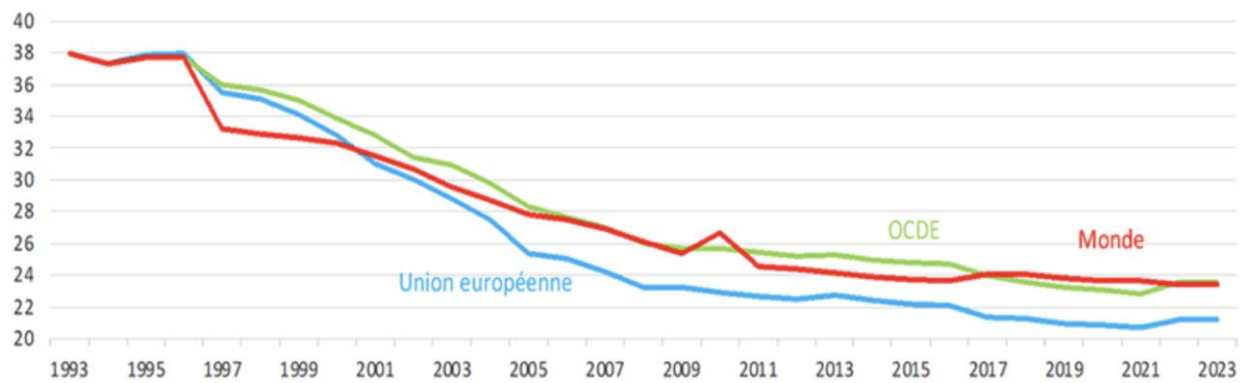
2. Répercussion amont : la place de marché numérique devra déterminer la part de la taxe qu'elle répercutera sur ses consommateurs (commerçants) par le biais d'une augmentation de son taux de commission. La décision d'augmenter le taux de commission impactera probablement à son tour le nombre de commerçants utilisant cette place de marché (autrement dit, une augmentation du taux de commission rendra la place de marché moins attractive, incitant certains commerçants à s'en détourner au profit d'autres moyens de vente en ligne). (...) Nous considérerons que, à court terme, la demande de services d'intermédiation est très

peu élastique. Par souci de simplification, nous considérerons que l'élasticité de la demande est nulle.

3. Répercussion aval : Les commerçants paieront désormais une commission plus élevée. Ils détermineront ensuite la part de cette augmentation de leurs coûts qui sera répercutée sur leurs propres clients (les consommateurs finaux) via une augmentation du prix des biens vendus. Là encore, l'augmentation du prix des biens aura un effet sur le volume de biens consommés, dont l'ampleur dépendra de l'élasticité-prix de la demande des consommateurs. (...) nous sommes arrivés à la conclusion que, quoique différents d'un marché à l'autre, les taux de répercussion sont généralement élevés. L'hypothèse la plus classique est un taux de répercussion de 100 %, mais certains marchés ont montré un comportement différent, avec des taux de répercussion variant de 60 à plus de 100 %.

Document 4 : Evolution du taux d'imposition sur les sociétés

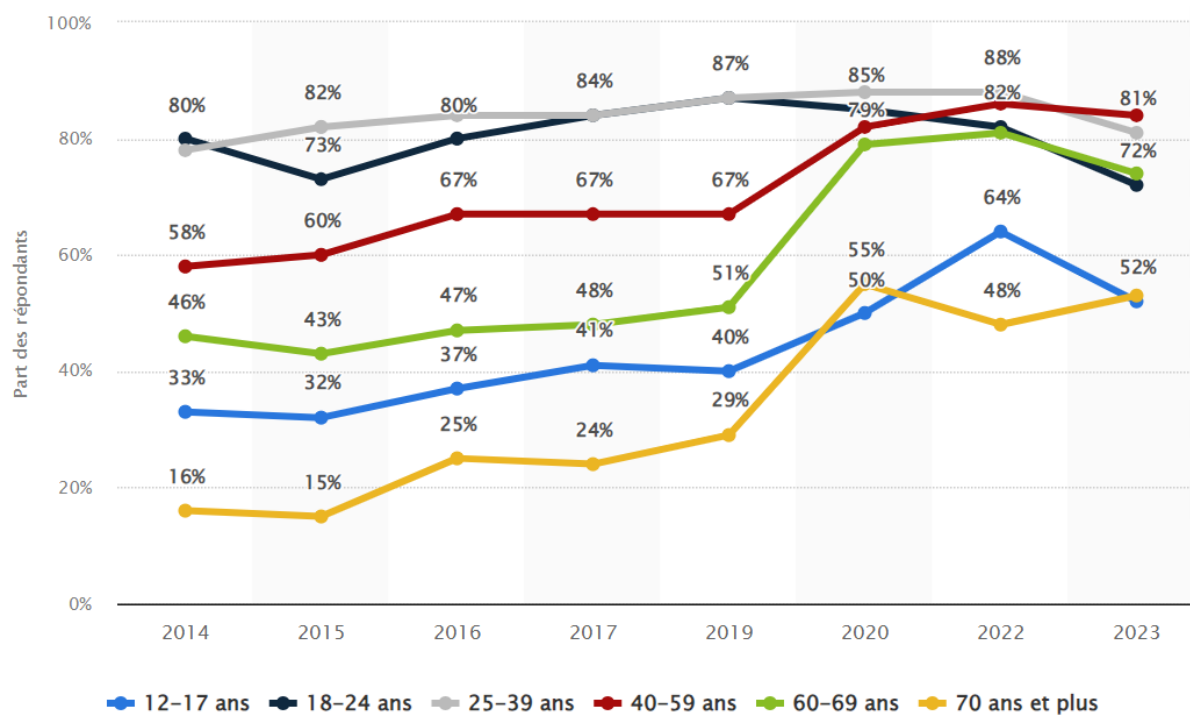
Taux d'imposition sur les sociétés dans le monde de 1993 à 2023 (en %)



Source : KPMG et Tax Foundation

Document 5 : Les consommateurs du e-commerce

Graphique - Part de la population ayant fait des achats en ligne en France entre 2014 et 2023, par tranche d'âge



Source : Statista