



Cercle de Prospective Fiscale

**Economie digitale :
vers un nouveau modèle fiscal ?**

9^e session

31 mai 2018

Sommaire

Introduction	2
Economie digitale : vers un nouveau modèle fiscal ?	5
S'adapter à l'économie digitale : ajustements ou mutation profonde de nos modèles ?	5
Quelle géopolitique fiscale : compétition ou coopération entre les Etats ?	10
Quels outils privilégier : l'IS ou d'autres formes de taxes ?	13
Propositions, conclusions	16
Débat avec la salle	17

Introduction

Sophie Blégent-Delapille

Managing Partner, Taj

« Imaginons le modèle fiscal de demain »

Créé en 2009, le Cercle de Prospective Fiscale du cabinet Taj est un espace de dialogues et de réflexions entre économistes, universitaires, membres de l'Administration et dirigeants sur les grandes problématiques fiscales nationales, européennes et internationales. Plus précisément, la particularité du Cercle est d'être un lieu où l'on réfléchit à partir des enjeux d'aujourd'hui pour imaginer la fiscalité de demain.

Cette 9^e édition dédiée à la question de l'économie digitale s'inscrit dans cette volonté de partir de l'actualité pour penser et anticiper les problématiques de l'avenir. L'exposition Vivatech qui s'est tenue à Paris à la fin du mois de mai nous a offert une illustration de la façon dont les thèmes liés au numérique sont aujourd'hui abordés. Formidable succès, le salon a permis de rassembler les plus grandes personnalités du secteur de l'économie numérique mais il n'a que peu été question de fiscalité, pourtant essentielle si l'on souhaite créer un environnement économique propice à l'innovation et renforcer l'attractivité du territoire. Grâce au Cercle, nous avons l'opportunité de pallier cette carence !



L'importance des liens entre fiscalité et économie digitale est de plus en plus prise en considération dans le débat public mais malheureusement rarement de façon dépassionnée. Un économiste, Gabriel Zucman, nous expliquait dans Les Echos que « *Les géants du net, on le sait, paient très peu d'impôts en France* » et que cela justifiait par conséquent la volonté du gouvernement de proposer à ses partenaires européens la mise en œuvre au niveau communautaire d'une taxe compensatoire de 3 % portant notamment sur les recettes publicitaires. Face à des modèles économiques radicalement nouveaux, on semble privilégier de vieilles solutions et faire l'économie d'une réflexion de fond.

Alors que certains préconisent la création de nouvelles taxes sur des bases floues pour faire face à la nouvelle économie numérique, d'autres estiment au contraire que taxer les géants du net serait inefficace. Le recours aux « vieilles recettes » ou à l'inaction ne sont pourtant pas des options, et il nous incombe de réfléchir à la mutation fiscale en cours.

Le spectre des enjeux mêlant l'économie digitale à la fiscalité est large mais une chose est certaine : la réflexion autour de la fiscalité digitale ne peut pas uniquement concerner les sociétés spécialisées dans les nouvelles technologies, elle doit être globale. Les sociétés dites « traditionnelles » ont déjà basculé dans l'industrie 4.0. Elles ne se contentent plus de fabriquer et de vendre des produits mais proposent des solutions et des services fortement enrichis par les nouvelles technologies. Une nouvelle manière de produire

et de vendre les produits et les services est née
et nous devons nous interroger pour imaginer le
modèle fiscal de demain.

Economie digitale : vers un nouveau modèle fiscal ?

Débat animé par **Emmanuelle Duten**,
*Rédactrice en chef de Capital Finance, Groupe Les Echos et chroniqueuse
pour Radio Classique*

Ont participé à ce débat :

Sophie Blégent-Delapille, *Managing Partner, Taj*

Adrienne Brotons, *General Manager Business Development, Groupe
Renault, ancienne conseillère économie, numérique et commerce extérieur
auprès du président de la République François Hollande*

Gianmarco Monsellato, *Global Clients & Industries Leader and EU Public
Policy Tax Leader, Deloitte*

Julien Pellefigue, *Economiste Associé, Taj*

Donato Raponi, *Senior Advisor, Taj, ancien directeur faisant fonction
auprès de la Commission européenne*

S'adapter à l'économie digitale : ajustements ou mutation profonde de nos modèles ?

Emmanuel Duten : Quel regard macroéconomique l'ancienne conseillère à l'Élysée porte-t-elle sur l'économie numérique ? Comment le groupe Renault, dans lequel vous commencez une nouvelle vie professionnelle, aborde-t-il la transformation numérique, en tant qu'acteur de l'économie traditionnelle ?

Adrienne Brotons : Du point de vue macroéconomique, le numérique n'est pas à proprement parler un secteur économique, car il déborde considérablement des domaines de l'information et de la communication, pour infiltrer tous les secteurs de l'économie. L'ambition de vouloir réguler le secteur numérique n'est pas pertinente, car ce secteur n'existe pas en tant que tel, ou il équivaut à la totalité de l'économie.

L'INSEE a estimé la contribution du numérique à la croissance française à 12 ou 13 %, ce qui en fait un facteur de croissance pour notre économie. Non seulement le digital est partout, mais il a transformé le fonctionnement de nos marchés. Tout d'abord, il produit des effets de réseaux : Facebook et Google se sont développés de manière exponentielle parce que plus un réseau est fréquenté plus il est intéressant de s'y inscrire. Ce cercle vertueux s'auto-entretient et pousse les entreprises du numérique progressivement vers le monopole. Cela explique que toutes les petites

start-ups françaises aient pour objectif de devenir un leader mondial sur leur marché.

Cette tendance à la concentration explique que l'économie numérique soit davantage sujette aux bulles spéculatives que le secteur traditionnel, car l'enjeu de l'accession au monopole motive des investissements massifs, avec un espoir de gain au centuple ou davantage. Malgré cette rationalité apparente, personne ne comprend bien l'économie numérique : comment expliquer la valorisation d'Uber, alors que cette entreprise accumule des pertes colossales ? En l'absence de réponse ferme, on copie le comportement de son voisin, et l'économie numérique favorise grandement les phénomènes moutonniers. On se souvient également qu'elle est née de la bulle spéculative des années 2000. Elle en recréera d'autres, car c'est en quelque sorte dans son ADN.

L'économie digitale a aussi un impact fort et rapide sur le marché du travail, même si les études se contredisent pour savoir si elle détruit plus d'emplois qu'elle n'en crée. En tout état de cause, elle va créer une polarisation du marché du travail, en créant d'une part des postes très qualifiés, à l'image de celui de *data scientist*, que l'on s'arrache, et d'autre part des emplois peu qualifiés dont celui de chauffeur Uber ou de coursier Deliveroo. Les catégories professionnelles qui vont souffrir du numérique sont les catégories intermédiaires, qui vont de la caissière chez Carrefour, qui va voir son métier se digitaliser, à l'actuaire des compagnies d'assurance qui pourra être remplacé, à terme, par un algorithme. L'adaptation au numérique passe par des solutions très variables, comme la formation professionnelle ou la création d'aides à l'emploi.

Emmanuelle Duten : Cette impulsion fondamentale du numérique constitue un défi pour le fonctionnement des acteurs traditionnels, soit parce que des concurrents digitaux leur grappillent des parts de marchés, soit parce que de nouveaux modèles économiques changent la manière dont ces acteurs doivent opérer. C'est évidemment le cas de Renault, qui n'est pas une entreprise « *digital native* ».

Adrienne Brotons : Renault est effectivement un acteur industriel traditionnel, qui fabrique un produit selon des processus assez lents, puisque 5 ans s'écoulent en moyenne entre la conception d'un véhicule et sa sortie sur le marché. Nous sommes concurrencés sur ce plan par des acteurs qui savent produire des véhicules connectés, beaucoup plus rapidement, à l'image de Tesla ou de la filiale de Google Waymo qui travaille sur les véhicules autonomes.

Nous subissons aussi la concurrence des plateformes de mobilité dont Uber, mais aussi des sociétés de location de voitures ou de partage de véhicules entre particuliers. Elles créent une offre de mobilité qui n'est pas liée au produit.

Cette double concurrence va fusionner dans le robot taxi, car la vision future de la mobilité est celle d'un véhicule autonome et partagé. Tous les grands constructeurs et tous les grands du numérique travaillent dans cette perspective. Ils souhaitent éviter d'être ringardisés à court terme et de perdre des parts de marché à moyen terme en étant intermédiés par des acteurs comme Uber. L'enjeu pour l'industrie automobile française est d'éviter de se retrouver intermédié par d'autres acteurs qui fourniraient l'intelligence et le service.

L'industrie automobile est aussi confrontée à un enjeu de ressources humaines, car il ne lui faut pas que des ingénieurs, mais également des personnes qui connaissent le numérique. C'est à cette fin qu'a été créé Renault Digital, une structure interne à Renault qui recrute de tels profils et concourt à créer de l'agilité. Renault, *via* sa filiale financière RCI Bank & Services, a aussi procédé à l'acquisition de start-ups, pour renforcer son positionnement sur le marché de la mobilité. Renault externalise une partie de sa R&D par le biais de ces acquisitions de start-ups qui apportent des briques technologiques nouvelles.

Le digital chez Renault comme dans l'économie est par nature transversal : pour créer des services de mobilité autonome, il faut faire travailler des structures qui ne travaillaient pas ensemble auparavant chez Renault.

Enfin, le fait de proposer des solutions de mobilité au quotidien, par exemple des véhicules de transport avec chauffeur, requiert une agilité particulière, qui consiste à se mettre en capacité de parler avec un client presque chaque jour, et non plus seulement lors d'un contrôle technique.

Emmanuelle Duten : Je retiens de votre intervention que l'on va vendre moins de produits ou en tout cas des produits associés à des services. Le corollaire de ce constat, c'est que le capital va être plus immatériel et que les actifs vont être plus mobiles. Est-ce ainsi que vous appréhendez l'industrie 4.0, Gianmarco Monsellato, avec votre regard de fiscaliste ?

Gianmarco Monsellato : C'est le cas en partie. Le principal défi auquel nous sommes confrontés avec l'industrie 4.0 n'est pas celui de la mobilité, que l'on a appris à gérer lors de la 3^e révolution industrielle. Il réside dans le fait que l'allocation du profit ne s'opère plus selon des chaînes logistiques très structurées, avec des blocs juridiques et financiers bien distincts. Les mécanismes de prix de transfert et de marges étaient définis selon des règles fiscales assez complexes, longues à mettre en œuvre, mais qui avaient l'avantage d'être sécurisées. Le défi de l'industrie 4.0 relève de sa complète désintermédiation. Ainsi, on peut désormais vendre une machine connectée, par exemple une turbine, à l'autre bout du monde et connaître en temps réel son état de fonctionnement, comment le client l'utilise et quel service additionnel vendre à celui-ci sans nul besoin d'intermédiaires ou de présence sur place. Il en résulte une multiplicité des régimes d'imposition où chaque Etat impliqué dans cette chaîne impose sans certitude et crée une problématique de multiples impositions, par exemple entre la Chine et la France. D'un côté, les prix de transfert seront simplifiés par la désintermédiation, de l'autre les doubles impositions vont se multiplier entre pays d'origine des données et ceux de localisation du capital industriel.

Dans l'industrie 4.0, la qualification des flux est complexe, selon qu'il s'agisse d'une rémunération d'actifs incorporels, d'une rémunération de vente ou d'une rémunération de services qui fait l'objet de taxes additionnelles comme la *business tax* ou la *Good and Service Tax* (GST). Il faut pourtant s'assurer d'avoir un modèle économique pérenne, ce qui implique d'assurer aux acteurs économiques qu'ils ne subiront pas une prolifération de contentieux fiscaux. Les Etats suffisamment intelligents pour trouver des systèmes de sécurisation seront les grands gagnants. Singapour est en train de se positionner à cet égard et les Etats-Unis le font également avec la réforme fiscale de Donald Trump.

Emmanuelle Duten : Il faudrait donc réviser les règles fiscales qui ont régi le monde depuis plus d'un siècle...

Gianmarco Monsellato : J'en suis convaincu, mais force est de constater que les régulateurs fiscaux, sauf aux Etats-Unis, abordent des sujets comme la lutte contre les abus, les paradis fiscaux ou l'optimisation fiscale en regardant dans le rétroviseur, comme si l'on s'occupait de l'industrie 3.0. Les nouvelles lois, y compris la *soft law* comme BEPS, sont déjà dépassées. A cela s'ajoute beaucoup de contresens. Par exemple, la taxe que la Commission européenne propose n'est pas une taxe sur le numérique, mais une taxe qui existe depuis 3 000 ans : la taxe sur les foires. On taxe donc les « foires » virtuelles... Ce n'est pas un nouveau modèle fiscal, mais simplement une solution ponctuelle et sans doute non pérenne. D'aucuns proposent de se fonder, pour répartir la taxation entre le pays de résidence, où l'investissement productif est réalisé et le pays de source où se trouve le consommateur, sur la localisation de la donnée. Or la donnée brute n'est pas celle qui a le plus de valeur mais la donnée enrichie. Le processus d'enrichissement est plus important que celui de collecte.

A mon sens, le système fiscal de demain sera basé sur une souveraineté fiscale par région, en allouant en leur sein les recettes fiscales selon des critères connus à l'avance et prévisibles. Il limitera la concurrence fiscale à une compétition entre grands blocs régionaux. À ce jour pourtant, en Europe, nous n'en prenons pas le chemin.

Julien Pellefigue : Pour répondre à votre question, tout le monde s'accorde à peu près sur la nécessité de réformer les règles de la fiscalité internationale mais je doute que l'on parvienne à trouver facilement de nouveaux principes qui mettent tout le monde d'accord. Aujourd'hui, les profits des multinationales représentent environ 11 milliards de dollars¹, et 2 000 milliards de dollars pour les 1000 plus grandes. Deux questions se posent : quels Etats ont droit à une part du gâteau et comment détermine-t-on les tailles des différentes parts ? Or, les règles établies il y a un siècle pour déterminer l'attribution des droits à taxer et le calcul de la base taxable sont de moins en moins adaptées à l'économie d'aujourd'hui. Alors que jusqu'à présent, l'Etat ayant le droit à taxer était celui dans lequel l'entreprise avait une présence physique substantielle, l'économie numérique conduit à ce que l'on puisse réaliser un chiffre d'affaires très important dans un pays sans aucune présence physique. Par exemple, l'Etat français n'est pas fondé à taxer un réseau social comptant 20 millions d'utilisateurs en France inscrits gratuitement et dont une des filiales, basée dans un autre pays, réalise beaucoup de profits en vendant des campagnes de publicité conçues spécifiquement pour les utilisateurs français. Même si la France obtenait le droit de taxer une entreprise de ce genre, on serait bien en peine de trouver avec les règles actuelles une méthode pratique pour déterminer la base taxable générée par l'activité gratuite des membres du réseau². Il faut donc définir de nouvelles règles fiscales mais à ce jour, aucune proposition n'a été jugée complètement satisfaisante.

Emmanuelle Duten : Le modèle des réseaux sociaux, et plus largement des plateformes digitales, n'est qu'un modèle économique du monde numérique parmi d'autres, même s'il est dominant. La problématique est-

¹ Cf. The missing Profit of Nations, de Zucman et al, à paraître

² Pour plus de détail, voir : Pellefigue J., Transfer Pricing Economics for the Digital Economy - International Transfer Pricing Journal, vol.22 - Mars/Avril201

elle la même pour Airbnb et Uber, qui ont une dimension physique, que pour Facebook ?

Julien Pellefigue : Mais Airbnb et Uber peuvent également être considérés comme des plateformes qui opèrent sur un marché. Pour expliquer ce qu'est un marché biface³, on peut prendre l'exemple d'un journal : on trouve d'un côté des lecteurs qui achètent le journal et de l'autre des annonceurs qui achètent des espaces de publicité dans le journal. La spécificité de ce schéma est que le nombre d'acteurs présents sur une face a une influence, positive ou négative, sur l'utilité de l'offre pour l'autre face. Les annonceurs ont intérêt à ce que les lecteurs soient les plus nombreux possibles, et sont prêts à payer les espaces publicitaires plus chers lorsque c'est le cas, à l'inverse les lecteurs sont gênés par la publicité et voient leur disposition à payer baisser lorsqu'elle occupe une part trop importante du journal. Sur un marché biface, il peut être rationnel de baisser le prix sur l'une des faces, parfois même jusqu'à zéro, pour maximiser le nombre d'agents sur cette face et faire payer un prix plus élevé sur l'autre face. Ce type de comportement de prix est typique des plateformes mais il est très différent de ce que l'on observe sur des marchés plus « normaux » et il est aujourd'hui mal appréhendé par le droit fiscal international.

Emmanuelle Duten : Les Etats sont-ils aujourd'hui d'accord sur la nécessité de changer les principes fondateurs de la taxation ?

Donato Raponi : On peut dire qu'il y a un consensus sur la définition des problèmes mais pas sur les solutions à y apporter. L'Europe n'a abordé la question que sous l'angle des GAFAs. Sous l'impulsion de la France, la position de la Commission européenne a évolué, alors qu'au départ elle ne semblait pas convaincue qu'une action au niveau communautaire était utile dans la mesure où les solutions devaient être avant tout recherchées au niveau de l'OCDE. Six mois plus tard, elle proposait dans la précipitation plusieurs directives visant principalement à taxer les GAFAs et à traiter la question de la présence digitale. L'influence française a été déterminante dans cette inflexion. Ainsi, le principe suivant a été retenu à court terme : taxer les GAFAs sur la base de l'utilisation des données et des recettes publicitaires, en mettant en exergue le rôle du client au cœur du modèle fiscal. À dire vrai, personne ne se fait d'illusion sur l'effectivité de cette taxe, mais l'Union européenne a voulu pallier l'absence d'avancement des travaux de l'OCDE, dont le rapport intermédiaire paru en mars se limite à une définition des problèmes et à constater la divergence des Etats sur les solutions en présentant les positions adoptées par ses Etats à savoir : maintenir le *statu quo* ; traiter le problème d'une manière générale, sans cibler particulièrement les GAFAs ou intervenir, mais de manière très ciblée.

Les premières discussions au niveau européen des propositions de la Commission, notamment la solution de court terme, n'apparaissent pas très positives. Il convient de souligner que la concurrence fiscale entre Etats, même au sein de l'Union européenne, notamment pour attirer des investissements, des activités ou des innovations est une réalité et n'est pas forcément contraire aux règles européennes : seule la concurrence déloyale - par nature difficile à caractériser - est bannie. La position des Etats membres se définit notamment à l'aune d'intérêts nationaux, ce qui

³ Pour plus de détail économique sur les plateformes, voir : Rochet J.C. Tirole J. (2006) "Two-sided markets: a progress report" The RAND Journal of Economics, Vol.37, pp. 645-667 and: Caillaud, B. et Jullien, B. (2003) "Chicken & egg: Competition among intermediation service providers", The RAND Journal of Economics, pp. 309-328

semble être le cas dans ce contexte pour l'Allemagne, l'Irlande, le Luxembourg, les Pays-Bas, les pays nordiques.

Emmanuelle Duten : À cet égard, la digitalisation exacerbe la compétition fiscale au détriment de la coopération.

Donato Raponi : L'intérêt de la coopération est une évidence au niveau européen, car un Etat seul est incapable de négocier avec un pays comme les Etats-Unis. Il est toutefois très difficile de fixer des règles communes en raison du fait que la règle de l'unanimité s'impose en matière fiscale. On constate d'ailleurs que si la stratégie d'élaboration du marché unique numérique progresse bien, c'est parce que les décisions sont prises dans ce domaine à la majorité qualifiée.

S'agissant de la taxation de l'économie digitale, la Commission européenne met en avant sa proposition sur l'ACCIS (Assiette Commune Consolidée pour l'Impôt sur les Sociétés), qui apparaît pertinente dans la mesure où elle préconise une répartition des bénéfices des sociétés implantées dans plusieurs pays en fonction de trois critères : le chiffre d'affaires, l'investissement et l'emploi. C'est une voie à explorer, y compris au niveau mondial.

Quelle géopolitique fiscale : compétition ou coopération entre les Etats ?

Emmanuelle Duten : Si une harmonisation fiscale européenne ne semble pas à portée de main, croyez-vous à un scénario de coopération restreinte entre les principaux pays de l'économie numérique en Europe (Royaume-Uni inclus) ?

Donato Raponi : On ne parle plus d'harmonisation au niveau communautaire, mais de rapprochement des législations, et c'est plus qu'une nuance, cela représente un nouvel état d'esprit « moins communautaire » des Etats membres. La méthode communautaire, à laquelle tous les Etats membres participent, sous l'impulsion de la Commission, est mise à mal par la mise en œuvre de plus en plus fréquente de la méthode dite non communautaire (coopération interétatique), c'est-à-dire celle qui permet aux Etats de se mettre d'accord en dehors du cadre légal des traités, c'est le cas notamment du code de conduite. Une troisième approche est la coopération renforcée, celle-ci permet dans le cadre des traités (conditions strictes à respecter) à plusieurs Etats membres (au moins 9) d'adopter une législation communautaire. Cette coopération a été appliquée pour la première fois à la taxe sur les transactions financières, mais force est de reconnaître que même à 10, l'adoption d'une législation européenne n'est pas simple. Comme d'habitude, la position des Etats membres a varié en fonction d'intérêts nationaux. Il est à noter qu'une coopération renforcée pourrait en fin de compte donner des avantages compétitifs aux Etats qui n'y participent pas.

Dernièrement, plusieurs directives ont été adoptées au niveau européen, mais à y regarder de près, on constate qu'il s'agit principalement de la mise en œuvre des recommandations du BEPS en matière de lutte contre la fraude fiscale. Par contre, en matière de TVA, des progrès importants ont été acquis s'agissant du commerce électronique, sanctifiant le principe de la taxation dans le pays de consommation, c'est-à-dire où le consommateur réside.

Emmanuelle Duten : Un Brexit *hard* ou *soft* peut-il faire bouger les « plaques tectoniques » fiscales pour l'Europe continentale ?

Donato Raponi : Encore faut-il savoir ce que veulent les Britanniques... S'ils décident de ne pas rester dans l'union douanière, le Royaume-Uni sera traité comme un pays tiers assujetti à des droits et des formalités douanières qui pénaliseront notamment l'industrie. En ce qui concerne l'adhésion au marché intérieur, la Commission a été ferme : la liberté de circulation des biens, des capitaux et des services n'est pas dissociable de la liberté de circulation des personnes dont les britanniques souhaiteraient s'exempter. Le Royaume-Uni pourrait toutefois devenir membre de l'Espace économique européen, au même titre que la Norvège, l'Islande et le Liechtenstein, ces pays appliquant l'acquis communautaire dans un certain nombre de domaines, dont le marché intérieur, à l'exception de la fiscalité. Mais il ne semble pas que ce soit aussi leur choix. S'agissant des risques de concurrence fiscale, il convient de rappeler que le Royaume-Uni a été très actif dans le cadre de BEPS et d'autre part, la Commission a déjà annoncé son intention d'insérer dans l'éventuel accord sur le Brexit une clause concernant la concurrence fiscale, de sorte que les marges de manoeuvre pour une concurrence sauvage de la part du Royaume-Uni paraissent de premier abord limitées.

Emmanuelle Duten : Comment la réforme fiscale américaine a-t-elle modifié le panorama de la concurrence fiscale, notamment en ce qui concerne l'économie numérique ?

Sophie Blégent-Delapille : Cette réforme ne marque aucune avancée en ce qui concerne la prise en compte de l'économie numérique puisqu'elle s'applique à toutes les industries. Outre le fait qu'elle comporte une connotation très protectionniste et prévoit de baisser le taux d'IS de 35 à 21 %, elle entérine le *Foreign-Derived Intangible Income* (FDII). Cette disposition abaisse à 13,125 % le taux d'IS applicable à des revenus perçus par une société américaine sur des services immatériels (marque, brevet...) utilisés par une société ou un individu établi à l'étranger. Elle vise à encourager fiscalement les sociétés américaines ou étrangères à investir dans des domaines stratégiques à fort contenu technologique. Cette réforme rompt avec une situation où les Etats-Unis étaient le pays où le taux de l'IS était le plus élevé du monde, bien que les sociétés américaines soient très libres dans l'optimisation de leur fiscalité à l'étranger.

Emmanuelle Duten : S'achemine-t-on vers une guerre fiscale entre grands blocs mondiaux ?

Julien Pellefigue : Le risque de concurrence fiscale sauvage sur fond de guerre commerciale entre les blocs est réel. D'autant plus que la politique fiscale est utilisée pour procurer des ressources aux Etats, mais également comme un instrument de politique industrielle. Beaucoup d'Etats veulent promouvoir leurs champions nationaux, en particulier dans le domaine du numérique, et comme les instruments historiques de subvention directe, attribution de marchés publics ou droits de douane ne fonctionnent plus dans le cadre actuel du commerce international, il y a une tentation d'utiliser la fiscalité avec une volonté protectionniste. Décider d'imposer une taxe spécifique en Europe pour les entreprises du numérique ayant un chiffre d'affaires mondial supérieur à un milliard d'euros est une mesure en apparence neutre, mais qui peut également être interprétée comme favorisant l'écosystème européen. Le risque de la mise en œuvre d'une politique protectionniste réside bien sûr dans les représailles qu'elle peut

susciter chez les anciens partenaires commerciaux, avec en scénario catastrophe la montée générale du protectionnisme, comme cela a été le cas au cours des années 1930 pour d'autres raisons.

Donato Raponi : Le projet de taxation à hauteur de 3 % des entreprises du net vise aussi les entreprises européennes, en vertu du principe de non-discrimination, ce qui signifie que celles-ci, qui sont également soumises à l'impôt des sociétés, risquent de subir une double imposition !

Emmanuelle Duten : Comment l'Europe peut-elle sortir gagnante des tensions fiscales actuelles autour de l'économie numérique ?

Gianmarco Monsellato : Le vrai conflit est en fait entre les Etats-Unis et la Chine, car les GAFA font face au BATX (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi), alors qu'aucune plateforme digitale majeure n'a vu le jour en Europe. L'Union devrait parvenir à taxer les entreprises digitales sur leur chiffre d'affaires, mais elle risque d'être doublement perdante, d'une part en subissant les effets du protectionnisme montant et d'autre part en taxant doublement ses entreprises. Il nous faut sortir de cette logique de compétition interne et réfléchir au coup d'après, celui de l'industrie 4.0. La question n'est pas de savoir si l'on taxera sur le lieu de consommation ou de production, car on taxera les deux, mais de trouver un moyen de répartir équitablement la base fiscale.

Adrienne Brotons : Je comprends l'idée de laisser les géants du net américains et chinois se battre entre eux et préparer le coup d'après, mais encore faut-il qu'il y ait un coup d'après... En effet, ces géants chinois s'inscrivent dans des logiques verticales, à l'image de Google, un moteur de recherche Internet qui prépare la voiture autonome de demain et va utiliser sa force de frappe financière considérable, générée par une quasi-absence de taxation, pour imposer ses véhicules sur le marché mondial. On ne peut donc pas préparer l'industrie 4.0 sans se préoccuper d'Alphabet, la structure mère de Google.

Le droit de la concurrence a été rendu obsolète, comme celui de la fiscalité par l'économie numérique. Car si les entreprises digitales sont tout le temps en perte, c'est parce qu'elles mènent une logique d'extension les incitant à réinvestir tous leurs bénéfices jusqu'à l'atteinte d'une situation de monopole. Elles déclinent ensuite cette stratégie sur les marchés connexes à leur secteur d'activité. On ne peut pas s'opposer à ce mouvement parce qu'il n'entre dans aucune des cases du droit de la concurrence. Les Etats-Unis et la Chine ne cherchent pas à y remédier, car le fait de capter de la donnée partout dans le monde est aussi un objectif stratégique. Le droit de la concurrence est un outil complémentaire de la fiscalité : le jour où l'on sait segmenter les activités de Google, Facebook et Uber, on recrée non seulement du bénéfice, et donc de l'assiette fiscale, mais aussi un contexte concurrentiel qui peut favoriser l'émergence d'un champion européen.

Emmanuelle Duten : Quel équilibre l'Europe peut-elle trouver en matière de fiscalité pour le numérique ?

Adrienne Brotons : La fiscalité du numérique est globalement attractive en Europe, étant entendu que nos start-ups sont souvent des jeunes pousses qui ne dégagent pas encore de bénéfices. La fiscalité sur le capital n'est pas non plus un sujet, compte tenu de la réforme de l'ISF et de l'instauration de la *flat tax*, même si le taux de celle-ci pourrait encore être réduit et que l'on pourrait y adjoindre des mécanismes de déduction des

moins-values d'un investissement dans une start-up comme il en existe au Royaume-Uni.

Partant du constat qu'il est difficile de taxer la plupart des facteurs de production des sociétés du numérique et de l'industrie 4.0, dont les éléments de propriété intellectuelle, car rien n'est plus facile que de faire traverser une frontière à un serveur, les Etats en viennent à concentrer la taxation sur le facteur de production le moins mobile, à savoir le travail, en sachant que les salariés les plus qualifiés échapperont à l'impôt par la mobilité et que les moins qualifiés y échapperont faute de revenus suffisants. Cette concentration de la fiscalité sur les classes moyennes constitue un sujet de préoccupation social et politique, car il entraîne un phénomène de montée du populisme : le Brexit, l'élection de Donald Trump et les récentes élections en Italie sont des symptômes alarmants. Nous avons réussi à éviter Marine Le Pen en 2017, mais nous ne sommes pas à l'abri de ce risque. N'oublions pas que Donald Trump a été élu, dans un contexte marqué par une prospérité de l'économie numérique et une stagnation des bas salaires, et qu'il a fait la promesse d'augmenter ces derniers.

Donato Raponi : L'économie numérique va aussi se traduire par une réduction du facteur travail, ce qui signifie que sa taxation ne constitue pas à première vue une solution. Pour ma part, je plaide pour une taxe sur la consommation, car un bien qui est produit mais n'est pas consommé a peu de valeur. C'est la raison pour laquelle une des stratégies des entreprises est de créer la demande !

Adrienne Brotons : La TVA est l'impôt le plus inégalitaire.

Donato Raponi : Utiliser la TVA comme instrument de redistribution n'est pas efficace, toutes les études (Commission européenne, OCDE, FMI) l'ont montré. Il existe dans certains pays, notamment en Amérique latine, des régimes de « TVA sociale » prévoyant un mécanisme de remboursement forfaitaire de TVA payée par le consommateur en fonction du revenu.

Quels outils privilégier : l'IS ou d'autres formes de taxes ?

Emmanuelle Duten : L'impôt sur les sociétés est-il obsolète, doit-on le refondre ou le supprimer ? Si oui, au profit de quels nouveaux instruments ?

Gianmarco Monsellato : Les hommes politiques sont les premiers à reconnaître, hors micro, car ce n'est pas soutenable électoralement, que l'IS est obsolète. De fait, son rendement en France est inférieur à celui de l'Irlande et de la Suisse. Non seulement il ne rapporte rien à l'Etat, mais il fait peser un risque sur les entreprises, et particulièrement sur les entreprises de moyenne taille qui n'ont pas de moyen de le gérer. Le régime de l'IS en Europe explique que le commerce international soit l'affaire des grands groupes. C'est désastreux et cela va à l'encontre d'une économie inclusive.

Un IS fondé sur le résultat net n'a plus de sens. D'une part, c'est un agrégat très complexe à appréhender et d'autre part, on ne comprend pas pourquoi les finances publiques devraient être dépendantes de la rentabilité d'entreprises privées. S'ajoute à cela le fait, déjà pointé par Adrienne

Brotons, que les géants du numérique dégagent peu de profits, puisqu'ils les réinvestissent.

Il faut conserver une diversité de l'impôt, afin d'éviter les aléas cycliques. L'IS doit disparaître pour tendre vers l'ACCIS, dont la mise en place générera moins de coûts administratifs, moins de coûts de gestion et moins de risque pour les entreprises. A moyen terme, les Etats devront s'adapter à la transformation longue de l'économie qui s'opère et accepter de transférer leur souveraineté fiscale au niveau européen.

Les entreprises doivent aussi faire évoluer leur appréhension de la fiscalité. L'époque où ce sujet était réservé à quelques initiés n'est plus : chaque société doit désormais mettre en place une gouvernance fiscale capable de communiquer sa politique fiscale, y compris auprès d'une ONG.

Si l'on parle aujourd'hui de la fiscalité avec tant de passion, c'est parce qu'elle cristallise une rupture profonde de l'équilibre entre la cité, le citoyen et l'entreprise. La transformation numérique est l'une des causes. La fiscalité pourrait devenir le vecteur d'un nouvel équilibre social.

Emmanuelle Duten : L'impôt doit-il s'adapter au modèle économique dominant d'une société, par exemple en supprimant l'IS et en taxant l'immatériel de manière différente ?

Julien Pellefigue : L'impôt s'adapte toujours au contexte économique qui détermine les bases taxables les plus pertinentes. A l'époque des économies agraires, on taxait les échanges et la production agricole, avec le déplacement de la richesse vers le capital industriel et financier, l'IS s'est finalement imposé comme un impôt efficace et équitable⁴. Cela étant dit, l'économie numérique modifie la nature du capital, qui devient plus immatériel et moins physique, mais ne change pas son importance dans le processus de production, au contraire⁵. L'IS reste donc un impôt pertinent, modulo la difficulté de le recouvrer en raison de la grande mobilité internationale du capital immatériel.

Gianmarco Monsellato : L'agrégat du résultat net sur lequel repose l'IS avait déjà été ébranlé par la globalisation, il est aujourd'hui menacé d'obsolescence avec la numérisation.

Julien Pellefigue : Il n'y a malheureusement pas tant de choix que ça. Le remplacement de l'IS par une taxe sur le travail ou sur la consommation ayant les limites qu'Adrienne Brotons a rappelées, essentiellement liées aux problèmes du chômage et de la croissance des inégalités, il semble raisonnable de maintenir une forme de taxation du capital. Plusieurs solutions existent⁶, l'une d'elle serait de remplacer l'IS par une taxation directe des revenus du capital via l'Impôt sur le revenu. Cette solution a des avantages mais elle présenterait l'inconvénient majeur de favoriser les pays exportateurs nets de capitaux, c'est-à-dire les pays riches au détriment des

⁴ C'est un raccourci vraiment très rapide de l'histoire de l'impôt qui est présenté d'une manière passionnante par Gabriel Ardant (Ardant G., 1971, Histoire de l'Impôt, Fayard).

⁵ Voir Haskel J. et S. Westlake, 2017. *Capitalism without capital: the rise of the intangible economy*. Princeton University Press.

⁶ Voir par exemple Pogge T. et Mehta K., 2016. *Global Tax Fairness*. Oxford University Press

pays en voie de développement qui sont importateurs nets. À mon sens, l'IS reste un bon impôt, qu'il faut adapter aux conditions actuelles.

Adrienne Brotons : La croissance des inégalités en France s'expliquant principalement par la bulle immobilière de ces dernières années, pourrait-on envisager de transférer la charge de l'impôt occasionnée par une éventuelle suppression de l'IS sur le capital immobilier ?

Julien Pellefigue : L'immobilier étant peu mobile, c'est une base efficace pour l'impôt dans le sens qu'elle est peu susceptible de créer des distorsions économiques importantes, mais votre proposition est encore plus difficile à faire passer politiquement que la suppression de l'IS.

Gianmarco Monsellato : Si l'on appliquait la proposition d'Adrienne Brotons, les pays d'Amérique latine ou d'Afrique ayant peu de capital industriel, mais avec des classes moyennes et supérieures assez riches en immobilier, seraient les grands perdants. Cela reviendrait à taxer leurs consommateurs et à épargner le capital étranger.

Adrienne Brotons : Commençons alors par la France, voire l'Europe...

Emmanuelle Duten : Le chiffre d'affaires est-il un bon agrégat comme base de l'IS ?

Gianmarco Monsellato : Je n'en suis pas certain. Je plaide pour l'application des critères de l'ACCIS.

Donato Raponi : Je suis pour ma part favorable à une taxation de la consommation, qui est peu mobile, ne fait pas l'objet d'une concurrence entre les Etats membres de l'Union européenne et rend le client plus proche de la création de valeur qui se situe moins dans la production des biens que dans les services associés à leur usage. L'approche ACCIS proposée par la Commission, avec ses trois critères me semble être une formule équilibrée pour l'allocation des profits.

Emmanuelle Duten : On pourrait aussi envisager une taxation au nombre de clics.

Sophie Blégent-Delapille : Oui, et cela confirme que les options sont multiples, tout en nous promettant de riches débats à venir au sein de notre Cercle.

Propositions, conclusions

Emmanuelle Duten : Quelles sont, au terme de cet échange, vos principales recommandations ?

Gianmarco Monsellato : Je souhaite que ceux qui conçoivent l'impôt ne soient pas seulement ceux qui le prélèvent, mais aussi ceux qui le paient. C'est pourquoi j'encourage les responsables d'entreprises ici présents à s'emparer de ce sujet et à construire une position sur l'avenir de la fiscalité.

Donato Raponi : Pour ma part, je plaide pour une approche européenne, l'adoption de l'ACCIS pourrait constituer un exemple dont pourrait s'inspirer le reste du monde. Le concept de guichet unique qui s'applique actuellement à la TVA pourrait être étendu à d'autres impôts, notamment l'IS.

Sophie Blégent-Delapille : Je pense qu'il faut que nous soyons beaucoup plus pédagogiques avec les politiques et les journalistes, afin de mieux expliquer les impacts de l'IS et de la taxe sur la consommation. Cela éviterait les nombreux contresens qui émaillent certains articles.

Julien Pellefigue : J'aimerais que les économistes universitaires s'intéressent davantage à cette problématique qui est à la fois passionnante et d'une importance cruciale. Nous avons besoin d'idées nouvelles qui pourraient servir de base à un nouveau consensus international en matière de fiscalité.

Emmanuelle Duten : Aucun de vous ne souhaite la création d'un G20 fiscal ?

Gianmarco Monsellato : Je rêve chaque année à Noël à la création d'une organisation mondiale de la fiscalité, mais le réalisme me porte à considérer que mon vœu n'est pas d'actualité.

Adrienne Brotons : Il faudrait que davantage d'économistes aient l'audace et la créativité nécessaire pour remettre à plat notre système fiscal. S'agissant de l'Europe, je souhaite qu'une position commune soit trouvée sur la fiscalité, notamment pour peser face aux GAFA.

Débat avec la salle

De la salle : J'entends parler de la suppression de l'IS depuis dix ans, mais est-ce politiquement concevable ?

Gianmarco Monsellato : Je pense que l'IS existera toujours dans dix ans, mais je suis persuadé qu'il va évoluer dans les prochaines années par la force des choses. La réforme fiscale américaine est un grand bouleversement qui va se répercuter sur tous les autres régimes fiscaux, sachant que la Chine a lancé sa propre réforme protectionniste dès 2008. Il est d'ailleurs alarmant que le commerce international se soit contracté pour la première fois depuis l'après-guerre, ce qui aura des conséquences sur la croissance, l'emploi et le bien-être social. Les entreprises sont dans l'obligation d'inventer elles-mêmes leur gouvernance fiscale si elles veulent passer la zone de tempête qui s'annonce.

Emmanuelle Duten : L'Europe a-t-elle dans son collimateur les BATX au même titre que les GAFA ?

Gianmarco Monsellato : C'est déjà le cas pour Alibaba et ce sera le cas pour les autres BATX, car après avoir conquis le marché asiatique, grâce à de forts soutiens étatiques, ils vont s'attaquer à l'Europe. La différence, c'est que nous n'avons pas d'historique de discussions avec les autorités chinoises sur ce sujet, comme c'est le cas à l'OCDE avec les autorités américaines.

Donato Raponi : L'Union discute beaucoup avec les Américains, notamment dans le cadre du dialogue transatlantique, mais jamais de fiscalité, sujet tabou pour les américains. Les initiatives américaines sont rarement concertées avec l'Union européenne !

De la salle : La Commission a-t-elle interrogé les GAFA sur la fiscalité qu'ils souhaiteraient se voir appliquer ?

Donato Raponi : La position des GAFA se borne strictement à l'application de la législation internationale. Le modèle du « business digital » ne diffère pas foncièrement du modèle du business international. Cette position est reprise par l'administration américaine qui considère que la taxe européenne ne vise *de facto* que les entreprises américaines. Pour eux, la solution ne peut être trouvée qu'au niveau de l'OCDE. Par ailleurs, il convient de préciser que la proposition de directive ne fait pas l'unanimité des Etats membres que ce soit pour des raisons techniques ou politiques, notamment la crainte de rétorsions de la part des autorités américaines.

Gianmarco Monsellato : La base taxable pour les entreprises numériques est constituée par les revenus publicitaires liés aux utilisateurs locaux et les revenus d'intermédiation pour les plateformes de commerce. Il est étonnant de constater que la France et l'Europe tiennent aux entreprises concernées le même discours : « On ne vous contrôlera pas dans un premier temps, on vous fait confiance »... J'ignore si cette approche est l'avenir du contrôle fiscal, mais elle témoigne en tout cas d'un optimisme excessif dans la capacité des entreprises à mettre en place des procédures aussi rapidement sur des sujets qu'elles ne suivent pas dans leur gestion.

De la salle : Que propose l'Europe à long terme au sujet de la modification de la définition de l'établissement stable intégrant la notion de présence numérique significative ? Cette position peut-elle inciter l'OCDE à avancer plus rapidement dans sa réflexion ?

Donato Raponi : En lançant une proposition à court terme de taxation des GAFA à 3 %, l'objectif de la Commission était de relancer les travaux de l'OCDE. Cela a eu sans doute un impact, car l'OCDE a avancé la présentation de son rapport final de 2020 à 2019. Il lui reste à trouver d'ici là des solutions qui soient acceptables par les Etats-Unis, sachant que leur contribution au budget de l'OCDE est très importante !

Sophie Blégent-Delapille : Je vous remercie tous pour votre participation à ce débat.



Les informations contenues dans cette publication ont pour objectif d'informer ses lecteurs de manière générale. Elle ne peut en aucun cas se substituer à un conseil délivré par un professionnel en fonction d'une situation donnée. Un soin particulier est apporté à la rédaction de cette publication, néanmoins Taj décline toute responsabilité relative aux éventuelles erreurs et omissions qu'elle pourrait contenir.

A propos de Taj

Taj est l'un des premiers cabinets d'avocats français, spécialisé en stratégies fiscales et juridiques internationales. Il compte aujourd'hui 525 professionnels parmi lesquels 63 associés, basés à Paris, Bordeaux, Lille, Lyon et Marseille. Ses expertises les plus réputées couvrent la fiscalité internationale et les prix de transfert, les fusions acquisitions, la fiscalité indirecte, le contrôle fiscal et contentieux, la fiscalité de la mobilité internationale, le droit social, le droit des affaires et des entreprises en difficulté. Taj est une entité du réseau Deloitte et s'appuie sur l'expertise de 42 000 juristes et fiscalistes de Deloitte situés dans 150 pays. Pour en savoir plus, www.taj.fr ou www.taj-strategie.fr.

© Deloitte | Taj, société d'avocats, une entité du réseau Deloitte

A propos de Deloitte

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres, consulter www.deloitte.com/about. En France, Deloitte SAS est le cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, et les services professionnels sont rendus par ses filiales et ses affiliés. Pour en savoir plus, www.deloitte.com/about

© Deloitte SAS, membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited

© 2018 Deloitte | Taj – Une entité du réseau Deloitte