RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

Extrait du
Bulletin Officiel des Finances Publiques-Impôts

DIRECTION GÉNÉRALE DES FINANCES PUBLIQUES

Identifiant juridique : BOI-TCA-TSN-20-23/03/2020
Date de publication : 23/03/2020
Date de fin de publication : 30/03/2020

TCA - Taxe sur certains services fournis par les grandes entreprises du secteur numérique - Calcul du montant à payer

Positionnement du document dans le plan :

TCA - Taxes spéciales sur le chiffre d'affaires
Taxe sur certains services numériques fournis par les grandes entreprises du secteur numérique
Titre 2 : Calcul du montant à payer

Sommaire :

I. Sommes taxables
A. Service d'intermédiation numérique
1. Règle générale
2. Exception relative aux opérations économiques indépendantes
3. Exception relative aux produits soumis à accises
B. Services de publicité ciblée
C. Services mixtes
II. Coefficient de présence nationale
A. Règles communes
B. Règles propres à chaque sous-catégorie
1. Places de marché
2. Services de mise en relation
3. Services de placement
4. Services de transmission de données

Actualité liée : 23/03/2020 : TCA - TSN - Consultation publique - Taxe sur certains services fournis par les grandes entreprises du secteur numérique (loi n° 2019-759 du 24 juillet 2019 portant création d'une taxe sur les services numériques et modification de la trajectoire de baisse de l'impôt sur les sociétés, art. 1)

AVERTISSEMENT
Les commentaires contenus dans le présent document font l'objet d'une consultation

publique du 23 mars 2020 au 23 mai 2020 inclus. Vous pouvez adresser vos remarques à l'adresse de messagerie suivante : bureau.d2-dlf@dgfip.finances.gouv.fr. Seules les contributions signées seront examinées. Ce document est donc susceptible d'être révisé à l'issue de la consultation. Il est néanmoins opposable dès sa publication.

1

Conformément à l'article 299 ter du code général des impôts (CGI), le fait générateur est fixé au 31 décembre de l'année au cours de laquelle des sommes ont été encaissées en contrepartie de la fourniture en France d'un service taxable (BOI-TCA-TSN-10 au § 20), ci-après dénommée « année d'imposition ».

Toutefois, en cas de cessation d'activité du redevable, le fait générateur intervient au moment de cette cessation.

10

Le redevable de la taxe est la personne qui encaisse les sommes versées en contrepartie du service taxable, et l'exigibilité intervient au même moment que le fait générateur (CGI, art. 299 ter).

Il est résulte, en particulier, que lorsqu'un même service taxable est exploité successivement par plusieurs personnes au cours d'une même année d'imposition, chacune est redevable, sous réserve que la condition relative aux seuils d'assujettissement exposée au BOI-TCA-TSN-10-20 au III § 60 soit remplie, au titre des sommes qu'elle a encaissées.

Le montant à payer est calculé dans les conditions exposées par le présent document et déclarée selon les modalités prévues au BOI-TCA-TSN-30.

20

Le montant à payer est égal, pour chaque redevable et pour chaque service taxable, au produit des trois termes suivants :

- la totalité des sommes encaissées, au niveau mondial, en contrepartie de la fourniture du service taxable, dénommées « sommes taxables » ;

- un pourcentage représentatif de la part rattachée à la France de ce service, dénommé « coefficient de présence nationale » ;

- le taux de 3 % prévu au II de l'article 299 quater du CGI.

Si une entreprise est redevable au titre de plusieurs services taxables, le montant de taxe due est égal à la somme des montants ainsi calculés pour chaque service.

30

Il est rappelé que la détermination des sommes taxables ainsi que celle du coefficient de présence nationale sont effectuées à l'échelle du ou des services taxables. Cette échelle est susceptible d'être différente de celle des services tels qu'ils se présentent sur le plan contractuel ou commercial.

Par ailleurs, rien ne s'oppose à ce que, pour un même service taxable, les sommes taxables soient encaissées par différentes entreprises qui, dans ce cas, sont chacune redevables de la taxe sur certains services fournis par les grandes entreprises du secteur numérique (TSN) à ce titre.

I. Sommes taxables

40

Les sommes taxables sont évaluées sur l'ensemble de l'année d'imposition ou, en cas de cessation d'activité, jusqu'à l'intervention de cette cessation.

Les sommes restituées par le redevable à celui qui les a versées viennent en déduction des sommes encaissées au cours de l'année d'imposition où intervient la restitution.

50

Dans le cas où les sommes taxables sont libellées dans une devise étrangère autre que l'euro, le redevable de la taxe doit les convertir en utilisant le taux de change publié au journal officiel de l'Union européenne connu au premier jour du mois de l'encaissement de ces sommes (CGI, art. 299 quinquies).

> **Remarque :** Lorsqu'un même redevable recourt à plusieurs devises et convertit l'ensemble de ces dernières en une même devise pour les besoins de sa comptabilité, il est admis, à titre de simplification, que la conversion réalisée pour les besoins de la TSN soit réalisée à partir de cette même devise et non à partir de chacune des devises des encaissements réalisés.

60

Les règles selon lesquelles les sommes taxables sont déterminées diffèrent selon la catégorie de service taxable (service d'intermédiation numérique ou service de publicité ciblée).

A. Service d'intermédiation numérique

70

Le 3° du I de l'article 299 bis du CGI précise les conditions de calcul des sommes taxables pour l'intermédiation numérique en fixant :

- une règle générale selon laquelle est pris en compte l'ensemble des sommes versées par les utilisateurs de l'interface numérique en cause ;

- une première exception à cette règle concernant les sommes versées en contrepartie d'opérations économiques indépendantes de l'accès et de l'utilisation de l'interface numérique ;

Par ailleurs, une seconde exception à cette règle est prévue concernant les sommes liées à la consommation de produits soumis à accises (CGI, art. 299 quater, I- al. 2).

1. Règle générale

80

Les sommes taxables sont constituées de l'ensemble des sommes versées par les utilisateurs de l'interface numérique en cause.

Il en résulte, sous réserve des exclusions commentées aux I-A-2 § 110 et suiv. et I-A-3 § 160 et suiv., que les sommes taxables peuvent résulter de toute livraison de biens ou prestation de services réalisée au bénéfice d'un utilisateur de l'interface, quel que soit son objet ou sa territorialité au regard d'autres impôts.

En particulier, si les conditions d'exclusion du champ des services taxables ne sont pas remplies (BOI-TCA-TSN-10-10-20 au II-A-1 § 150 et suivants), doivent être prises en compte les sommes versées par les utilisateurs de cette interface en contrepartie de la fourniture de contenus numériques, de services de communication ou de services de paiement.

90

Sont également sans incidence :

- les modalités selon lesquelles les sommes sont calculées ;

> **Exemple :** L'exploitant d'une place de marché se rémunère auprès des vendeurs au moyen d'un abonnement, d'une commission à chaque transaction et d'un prix calculé à chaque publication d'annonce : l'ensemble des sommes en cause est taxable.

- la circonstance que la transaction entre l'utilisateur et le redevable soit réalisée par d'autres moyens que l'interface numérique en cause, notamment au moyen d'une autre interface numérique ;

- la devise utilisée ;

- la circonstance que certaines sommes ne soient perçues qu'auprès de certains utilisateurs, ou certaines catégories d'utilisateurs.

> **Exemple :** L'exploitant d'une place de marché se rémunère au moyen d'une commission à la transaction, prélevée pour partie auprès du vendeur et pour partie auprès de l'acheteur : l'intégralité de la commission est taxable.

100

Ne sont pas concernées les sommes versées par les utilisateurs à d'autres personnes que le redevable, y compris lorsque ce dernier facilite la transaction en ayant mis en relation les parties prenantes ou met en œuvre les moyens permettant leur réalisation matérielle.

> **Exemple :** L'exploitant d'une place de marché permet le paiement de la transaction par son intermédiaire et encaisse, au nom et pour le compte du vendeur, la contrepartie d'une livraison de bien ou d'une prestation de services versée par l'acheteur : cette contrepartie n'est pas taxable. Il en est de même des montants que l'exploitant perçoit au nom et pour le compte d'une autre entreprise qui réalise le transport des biens ainsi livrés.

Toutefois, ces sommes sont susceptibles d'être taxables pour les besoins de la TSN due par les personnes au nom et pour le compte desquelles elles sont perçues.

Exemple : Deux entreprises perçoivent des revenus de la part des utilisateurs d'une interface numérique permettant à ces derniers d'interagir entre eux. Ces revenus sont perçus selon deux modalités différentes. D'une part, pour avoir accès à l'interface, les utilisateurs versent à l'entreprise A un abonnement. D'autre part, les utilisateurs achètent ponctuellement auprès de l'entreprise B des prestations d'optimisation de leur affichage sur l'interface. Ces sommes sont perçues par l'entreprise A au nom et pour le compte de l'entreprise B. Les sommes versées au titre de l'abonnement sont taxables pour le calcul de la TSN due par l'entreprise A et les sommes versées ponctuellement sont taxables pour le calcul de la TSN due par l'entreprise B.

2. Exception relative aux opérations économiques indépendantes

110

Par dérogation à la règle générale exposée au I-A-1 § 80 et suiv., sont exclues des sommes taxables les sommes versées par des utilisateurs en contrepartie de livraisons de biens ou de fournitures de services qui constituent, sur le plan économique, des opérations indépendantes de l'accès et de l'utilisation de l'interface numérique.

Cette condition d'indépendance reprend celle définie au niveau européen pour l'appréciation de l'étendue des opérations économiques taxables à la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) lorsqu'elles sont constituées de plusieurs éléments (opérations complexes). Elle repose sur les mêmes critères d'appréciation.

Une opération n'est pas considérée comme indépendante lorsque :

- l'accès ou l'utilisation de l'interface numérique, d'une part, et la livraison de biens ou la prestation de services, d'autre part, sont si étroitement liés qu'ils relèvent d'une seule opération économique indissociable dont la décomposition revêtirait un caractère artificiel ;

- la livraison de biens ou la prestation de services ne constituent pas une fin en soi, mais un accessoire à l'accès ou à l'utilisation de l'interface, c'est-à-dire un moyen d'en bénéficier dans de meilleures conditions, notamment sur le plan technique, tarifaire ou commercial.

120

La condition d'indépendance est appréciée du point de vue de la clientèle des livraisons de biens ou des prestations de services, sur la base de critères objectifs, l'ensemble des circonstances dans lesquelles se déroulant l'opération devant être pris en compte. En particulier, sont pris en compte les modalités de tarification, les clauses contractuelles et l'environnement commercial.

En revanche, est indifférente la circonstance que l'interface numérique facilite cette opération économique. Tel est notamment le cas lorsque cette interface :

- comprend des messages commerciaux promouvant cette offre ;

- permet de réaliser la transaction pour acquérir cette offre ;

- comprend des fonctionnalités permettant de gérer la relation contractuelle (espace client, stockage des factures, etc).

130

Sous les réserves exposées au **I-A-2 § 110**, constituent notamment des opérations économiques indépendantes de l'accès ou de l'utilisation de l'interface numérique :

- les livraisons de biens par l'exploitant, y compris lorsque la vente est réalisée au moyen de l'interface ;

Exemple : Un commerçant vend ses produits en ligne sur son site internet. Par ailleurs, il permet aux utilisateurs de commenter gratuitement les produits achetés. Ce faisant, il rend un service d'intermédiation numérique taxable. Les recettes tirées des ventes de produits ne sont pas taxables.

- la vente de contenus numériques par l'exploitant, y compris lorsque la vente est réalisée au moyen de l'interface et lorsque l'interface constitue le support physique de délivrance de ce contenu, notamment par téléchargement ou par diffusion en flux continu (streaming) ;

Exemple : Un professionnel commercialise un service d'accès à des livres numériques ou de vidéo à la demande. Ce même professionnel met, par ailleurs, en ligne une interface numérique permettant à des acheteurs et des vendeurs de réaliser des ventes de biens. Le service d'accès à des livres numériques ou de vidéo à la demande est accessible et commercialisé notamment au moyen de cette interface numérique et son acquisition n'induit aucune modification tarifaire, commerciale ou technique dans l'accès ou l'utilisation de l'interface. Les sommes versées en contrepartie de l'acquisition du service d'accès à des livres numériques ou de vidéo à la demande ne sont pas taxables.

- les prestations de services fournies par l'exploitant et matériellement réalisées sans qu'il ne soit recouru à l'interface numérique.

Exemple 1 : Un prestataire commercialise des prestations de service de nettoyage, réalisées par ses salariés, au moyen de son site internet. Par ailleurs, il permet aux utilisateurs de publier des commentaires gratuits sur les services achetés. Ce faisant, il rend un service d'intermédiation numérique taxable. Les recettes tirées de ces prestations de nettoyage ne sont pas taxables.

Exemple 2 : L'exploitant d'une place de marché permettant des livraisons de biens entre utilisateurs commercialise auprès des vendeurs des prestations logistiques dédiées à l'acheminement auprès des acheteurs des biens acquis au moyen de la place de marché. Les vendeurs peuvent ne pas recourir à ces prestations logistiques ou faire appel à d'autres prestataires et le recours à ces prestations n'a pas pour effet de modifier les conditions, notamment tarifaires, de l'accès à la place de marché. Les recettes tirées de ces prestations logistiques ne sont pas taxables.

140

Ne peuvent, en aucun cas, être considérées comme indépendantes, même dans les situations exposées au **I-A-2 § 130**, les livraisons de biens et prestations de services suivantes proposées par le redevable :

- celles qui sont indispensables à l'accès et à l'utilisation de l'interface numérique en cause, ou sans lesquelles cet accès ou cette utilisation sont dégradés ;

Exemple 1 : Reprise de l'exemple 2 du **I-A-2 § 130**. Toutefois, pour les biens acquis au moyen de la place de marché, les vendeurs ne peuvent pas recourir à d'autres prestations logistiques. Les

prestations logistiques ne sont pas indépendantes de l'accès ou de l'utilisation de l'interface numérique.

Exemple 2 : L'exploitant d'une place de marché permettant des livraisons de biens entre des commerçants et des particuliers propose aux acheteurs diverses offres de transport des biens livrés (livraison standard, livraison express, livraison premium, etc.). À cette fin, il facture aux acheteurs, en son nom, des frais de livraison dont le montant varie selon la solution retenue. Les acheteurs qui souhaitent que les biens leur soient livrés ne peuvent recourir qu'à ces solutions. Ces offres de transport ne sont pas indépendantes de l'accès ou de l'utilisation de l'interface numérique.

- celles dont l'acquisition permet de bénéficier de fonctionnalités additionnelles ou améliorées, ou encore d'avantages commerciaux (notamment des tarifs plus bas ou une priorité sur certaines offres par rapport à d'autres utilisateurs) dans l'utilisation de l'interface numérique ;

Exemple 3 : Un utilisateur acquiert, auprès de l'exploitant d'une place de marché, une offre permettant, notamment, de bénéficier, pendant certaines périodes, d'exclusivités sur la place de marché. Cette offre n'est pas indépendante, sur le plan économique, de l'accès ou de l'utilisation de la place de marché.

Exemple 4 : Reprise de l'exemple 1 ci-dessus. Toutefois, les vendeurs peuvent recourir à d'autres prestataires logistiques. L'acquisition des prestations logistiques auprès du redevable leur permet cependant de bénéficier de conditions tarifaires plus avantageuses dans l'utilisation de la place de marché (réduction sur les frais d'accès, les frais de publication d'annonces ou encore la commission appliquée, affichage privilégié des annonces par rapport aux autres vendeurs, etc.). Les prestations logistiques ne sont pas, sur le plan économique, indépendantes de l'accès ou de l'utilisation de la place de marché.

- celles dont le tarif, ou les modalités de calcul du tarif, dépendent explicitement de l'acquisition de biens ou de services qui ne sont pas indépendants de l'accès ou de l'utilisation de l'interface numérique ;

- celles directement destinées à accroître les interactions sur l'interface numérique en cause.

Exemple 5 : L'exploitant d'un réseau social vend des smiley, des images, des vidéos ou des jeux ayant pour finalité d'être utilisés sur l'interface numérique, soit en tant que tels, soit pour qu'ils soient commentés ou échangés.

150

Dès lors qu'une livraison de biens ou une prestation de services ne peut bénéficier de l'exclusion commentée à l'alinéa suivant, l'intégralité de la contrepartie versée par l'utilisateur de l'interface numérique est taxée.

Il n'est pas possible de décomposer cette dernière en une première composante qui serait étroitement liée, sur le plan économique, à l'accès ou l'utilisation de l'interface numérique et une seconde composante qui ne le serait pas.

Exemple : L'exploitant d'une place de marche commercialise, pour un prix forfaitaire, une offre donnant, pendant une période déterminée, accès à un service de fourniture de contenus numériques ainsi qu'un accès privilégié à la place de marché. L'offre ne peut être artificiellement

décomposée et le prix forfaitaire est taxé dans son intégralité.

Il n'est pas non plus possible de bénéficier de l'exclusion au motif que, au sein de la livraison de biens ou de la prestation de services, les éléments qui sont étroitement liés, sur le plan économique, à l'accès ou l'utilisation de l'interface numérique présenteraient un caractère non prépondérant.

3. Exception relative aux produits soumis à accises

160

Le second alinéa du I de l'article 299 quater du CGI dispose que ne sont pas taxables les sommes versées en contrepartie d'un service d'intermédiation numérique qui facilite la vente de produits soumis à accises lorsque les sommes encaissées présentent un lien direct et indissociable avec le volume ou la valeur de ces ventes.

Les produits soumis à accises sont énumérés au 1 de l'article 1er de la directive 2008/118/CE du Conseil du 16 décembre 2008 relative au régime général d'accise et abrogeant la directive 92/12/CEE . Ils comprennent :

- les produits énergétiques (essences, gazoles, fioul, charbon, etc.) et l'électricité ;

- l'alcool et les boissons alcooliques ;

- les tabacs manufacturés.

170

Cette exclusion couvre les sommes dont le mode de calcul fait intervenir le prix ou le volume des produits soumis à accises.

Exemple : Une place de marché facilitant la livraison de biens se rémunère selon une commission proportionnelle à la valeur de la transaction. Pourront être exclues des sommes taxables les commissions prélevées sur les livraisons de biens soumis à accise. En revanche, si la place de marché se rémunère également au moyen d'un abonnement acquitté par les vendeurs, ou d'un prix dépendant du nombre d'annonces publiées, ces sommes ne sont pas exclues des sommes taxables, y compris lorsqu'elles peuvent être rattachées à une livraison de produits soumis à accise.

B. Services de publicité ciblée

180

Conformément au 4° du I de l'article 299 bis du CGI, pour les services de publicité ciblée, les sommes taxables sont constituées de l'ensemble des sommes versées par les annonceurs, ou leurs mandataires, en contrepartie de la réalisation effective du placement des messages publicitaires ou de toute autre opération qui lui est étroitement liée sur le plan économique.

La réalisation effective du placement des messages publicitaires inclue toutes les prestations techniques ou commerciales qui participent de ce placement et du ciblage, notamment l'intégralité des rémunérations des acteurs énumérés au BOI-TCA-TSN-10-10-30 au II § 130 et 140 au titre des

activités qui y sont décrites.

Ainsi, sont notamment concernées les sommes versées en contrepartie d'un service qui ne suffit pas, à lui seul, à assurer le placement du message de manière ciblée, car il doit être combiné avec d'autres services proposés ou non par un autre acteur.

190

Toutes les sommes versées sont taxables, quelles que soient les modalités selon lesquelles elles sont calculées, notamment les suivantes :

- droit d'accès forfaitaire et abonnement ;

- coût par action (en fonction des actions réalisés par l'internaute auquel s'adresse la publicité, comme un achat sur le site promu), coût par clic (en fonction du nombre de clics qu'engendre le message), coût pour mille (en fonction du nombre de fois où le message est affiché), coût par vue (pour une vidéo, selon qu'elle a ou non été effectivement visionnée), etc. ;

- services facturés sous la forme d'une option ou d'une amélioration d'un service de base.

200

Lorsque les prestations techniques ou commerciales qui participent du placement et du ciblage sont étroitement liées, sur le plan économique à d'autres prestations, y compris sans lien avec le placement du message publicitaire ou le ciblage, de telle sorte qu'elles forment une seule opération sur le plan économique, l'intégralité de la contrepartie versée pour cette opération est prise en compte. En particulier, il n'est pas possible de ventiler cette contrepartie selon les proportions respectives de ces différents éléments.

Le I-A-1 § 80 et suivants donnent des éléments permettant d'apprécier quand deux services sont étroitement liés.

C. Services mixtes

210

Dans certaines situations, une même somme encaissée par un même redevable peut être analysée à la fois comme étant versée par l'utilisateur dans le cadre d'un service d'intermédiation numérique taxable et versée par un annonceur dans le cadre d'un service de publicité ciblée.

Dans ce cas, cette somme n'est pas taxée deux fois, une fois au titre du service d'intermédiation numérique et une fois au titre du service de publicité ciblée. Elle est rattachée à un seul de ces deux services selon la règle suivante :

- si le service de publicité ciblée est étroitement lié à l'accès ou à l'utilisation de l'interface, cette somme est taxée uniquement au titre du service d'intermédiation numérique ;

> **Exemple :** Un site met en relation des acheteurs et des vendeurs et l'exploitant se rémunère auprès des vendeurs au titre des annonces qu'ils publient sur le site. Ces annonces sont affichées auprès des acheteurs potentiels en fonction de leurs données. Les sommes versées au

titre du placement de ces annonces sont taxables au titre du service d'intermédiation numérique, mais pas au titre du service de publicité ciblée.

- à défaut, cette somme est taxée uniquement au titre du service de publicité ciblée.

II. Coefficient de présence nationale

A. Règles communes

220

Le coefficient de présence nationale est le pourcentage représentatif de la part des services taxables rattachée à la France évalué sur l'ensemble de l'année d'imposition.

Pour l'année 2019, s'agissant de la détermination de l'assujettissement et de calcul de la taxe, le coefficient de présence nationale est évalué sur la période comprise entre le 26 juillet 2019 et le 31 décembre 2019, conformément au dernier alinéa du III de l'article 1 de la loi n° 2019-759 du 24 juillet 2019 portant création d'une taxe sur les services numériques et modification de la trajectoire de baisse de l'impôt sur les sociétés.

Remarque : Lorsqu'un même service taxable est fourni successivement par plusieurs redevables au cours d'une même année d'imposition, le coefficient reste normalement, pour chacun d'entre eux, évalué sur l'ensemble de cette année. Toutefois, si un redevable démontre auprès des services de contrôle que, sur certaines périodes où le service était fourni par un tiers, il n'était pas en mesure d'obtenir les informations nécessaires, ces périodes peuvent être omises.

230

Le coefficient de présence nationale est déterminé à partir de la localisation en France des utilisateurs des interfaces numériques. Les conditions suivant lesquelles cette localisation est déterminée sont commentées au BOI-TCA-TSN-10-20 au I § 10 et suivants.

240

L'évaluation du coefficient de présence nationale est indépendante de celle des sommes taxables (I § 40 et suivants).

250

Cette évaluation est réalisée de façon distincte pour chaque service identifié comme taxable .

Exemple : Une entreprise exploite trois services taxables distincts : deux services de place de marché et un service de placement de publicité. Elle doit évaluer trois coefficients de présence nationale, un pour chacun de ces services.

Pour chaque service, l'évaluation est réalisée globalement, sans qu'il ne soit tenu compte des différentes opérations économiques réalisées par le redevable dans le cadre de l'exploitation du service. En effet, il est rappelé qu'il ne peut être procédé à aucune décomposition (BOI-TCA-TSN-10-10-10 au § 10).

Il en résulte que chaque service taxable dispose d'un unique coefficient de présence nationale qui lui est propre.

B. Règles propres à chaque sous-catégorie

260

Le IV de l'article 299 bis du CGI définit, pour chaque sous-catégorie de services taxables une méthode différente pour calculer le coefficient de présence nationale.

1. Places de marché

270

Le coefficient est déterminé en fonction de la proportion des livraisons de biens et prestations de services réalisées au moyen de la place de marché pendant l'année d'imposition et pour lesquelles l'un des utilisateurs du service est localisé en France.

Exemple : Une entreprise A exploite un service de place de marché. Au cours de l'année N, elle réalise 50 000 ventes sur son interface. Parmi ces ventes, 10 000 concernent des acheteurs localisés en France et des vendeurs localisés à l'étranger, 5 000 des vendeurs localisés en France et des acheteurs localisés à l'étranger et 2 000 pour lesquels à la fois le vendeur et l'acheteur sont localisés en France. Le coefficient de présence nationale est alors égal à (10 000 + 5 000 + 2 000) / 50 000 = 34 %. La circonstance que l'entreprise A se rémunère au moyen de commissions sur les transactions, d'abonnement prélevés auprès des acheteurs ou des vendeurs ou selon toute autre modalité est indifférente. De même, la circonstance que plusieurs ventes soient réalisées au moyen d'un même compte client est indifférente : chaque vente sera comptabilisée.

280

Lorsque la livraison de biens ou la prestation de services rattachable à la France est annulée, par le vendeur ou l'acheteur, celle-ci vient en déduction des opérations comptabilisées dans l'évaluation du coefficient de présence nationale au cours de l'année d'imposition pendant laquelle intervient l'annulation.

290

Lorsque le service taxable est une place de marché, il importe peu pour l'évaluation du coefficient de présence nationale que les livraisons de biens ou les prestations de services soient réalisées à titre gratuit ou à titre onéreux.

2. Services de mise en relation

300

Le coefficient est déterminé en fonction de la proportion des utilisateurs qui disposent d'un compte ayant été ouvert depuis la France, y compris antérieurement à l'année d'imposition, et qui ont utilisé le service d'intermédiation durant l'année d'imposition.

Exemple : Une entreprise B exploite un site de rencontres. Au cours de l'année N, 100 000 utilisateurs ont accédé à son service, 20 000 d'entre eux avaient ouverts leur compte depuis le territoire de la France et ont utilisé ce compte au cours de l'année N. Le coefficient de présence nationale est égal à 20 000/100 000 = 20 %.

310

Lorsqu'un compte est ouvert pour une durée déterminée, toute reconduction, y compris tacite, est assimilée à une ouverture.

3. Services de placement

320

Le coefficient est déterminé en fonction de la proportion des messages publicitaires qui ont été ciblés, au cours d'une année civile, vers un utilisateur localisé en France.

Exemple : Une entreprise C commercialise un service de placement. 300 milliards de messages ont été placés au cours de l'année N au moyen de ce service. 100 milliards ont été ciblés vers un utilisateur situé en France. Le coefficient de présence nationale est égal à 100/300 = 33 %.

330

Il importe peu que l'utilisateur ait effectivement visualisé le message ou cliqué sur ce dernier et ce, quel que soit le mode de rémunération du service.

4. Services de transmission de données

Le coefficient est déterminé en fonction de la proportion des utilisateurs pour lesquels tout ou partie des données transmises ont été générées ou collectées à l'occasion de la consultation d'une interface numérique depuis la France.

Exemple : Une entreprise vend des données de navigation d'utilisateurs. Au cours de l'année N, les données vendues ont été recueillies auprès de 275 000 utilisateurs différents. Pour 25 000 d'entre eux au moins, une partie des données de navigation a été collectée lors de la consultation d'une interface numérique depuis la France. Le coefficient de présence nationale est égal à 25 000 / 275 000 = 9 %.

340

Cette règle de calcul ne s'applique pas lorsque la transmission de données s'intègre dans un service plus complet de placement de publicité ciblée.