

Extrait du Bulletin Officiel des Finances Publiques-Impôts

DIRECTION GÉNÉRALE DES FINANCES PUBLIQUES

Identifiant juridique : BOI-TVA-SECT-40-40-20181205

Date de publication : 05/12/2018

TVA - Régimes sectoriels - Régime de la presse - Régime applicable aux services de presse en ligne

Positionnement du document dans le plan :

TVA - Taxe sur la valeur ajoutée

Régimes sectoriels

Titre 4 : Régime de la presse

Chapitre 4 : Régime applicable aux services de presse en ligne

Sommaire :

I. Définition des services de presse en ligne

II. Ventes des services de presse en ligne au numéro ou par abonnement

III. Conditions pour bénéficier des avantages fiscaux

A. Situation d'une prestation unique

B. Situation d'une prestation qui peut être décomposée

1

Le deuxième alinéa de l'[article 298 septies du code général des impôts \(CGI\)](#) prévoit que le taux de 2,10% de la TVA s'applique aux services de presse en ligne.

I. Définition des services de presse en ligne

10

Constitue un service de presse en ligne, au sens du deuxième alinéa de l'[article 1^{er} de la loi n° 86-897 du 1^{er} août 1986 portant réforme du régime de la presse](#), tout service de communication au public en ligne édité à titre professionnel par une personne physique ou morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu, consistant en la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale.

II. Ventes des services de presse en ligne au numéro ou par abonnement

20

Les ventes, commissions et courtages portant sur les services de presse en ligne qui remplissent les conditions prévues par l'[article 1 du décret n° 2009-1340 du 29 octobre 2009](#) pris pour l'application de l'[article 1^{er} de la loi n° 86-897 du 1^{er} août 1986 portant réforme du régime de la presse](#), sont soumis à la TVA, au taux de 2,10%, dans les départements de la France métropolitaine et de 1,05% dans les départements de Guadeloupe, de la Martinique et de la Réunion.

Bénéficient également du taux particulier de la TVA les ventes à l'unité ou par abonnement des versions numérisées d'une publication de presse imprimée bénéficiant du taux de 2,10%.

III. Conditions pour bénéficier des avantages fiscaux

30

Pour bénéficier du taux particulier de la TVA, les services de presse en ligne doivent être reconnus par la commission paritaire des publications et agences de presse, qui procède à leur inscription sur la liste des services de presse en ligne en application du [décret n° 97-1065 du 20 novembre 1997 relatif à la commission paritaire des publications et agences de presse](#).

Pour être reconnus, comme tels, ils doivent remplir les conditions prévues par l'[article 1 du décret n° 2009-1340 du 29 octobre 2009](#) pris pour l'application de l'[article 1^{er} de la loi n° 86-897 du 1^{er} août 1986 portant réforme du régime de la presse](#).

Le bénéfice du taux particulier est subordonné à la condition expresse que le service de presse en ligne demeure conforme aux exigences de l'article 1^{er} du décret du 29 octobre 2009 précité.

40

Les services de presse en ligne ainsi que les versions numérisées de publications de presse éligibles au taux particulier peuvent être commercialisés dans le cadre d'offres associant d'autres services, notamment des services de communications électroniques (téléphonie, internet, etc.), des services audiovisuels (télévision, télévision à la demande) ou numériques (livres numériques), ou associant des produits (terminaux de communications électroniques tels que des téléphones portables, tablettes ou équipements du réseau comme les clés 3G/4G ou les boîtiers multi-services) selon différentes modalités commerciales (offres couplées, options facultatives ou obligatoires donnant ou non lieu à des réductions commerciales).

Dans ces situations, il convient de déterminer les conditions dans lesquelles le taux particulier auquel sont éligibles les services de presse en ligne est susceptible de s'appliquer.

50

Pour les commentaires relatifs aux conditions dans lesquelles doivent être traitées des opérations comprenant plusieurs éléments, il convient de se reporter au [I-B § 80 et 85 du BOI-TVA-LIQ-30-20-100](#).

60

Toutefois, le bénéfice du taux particulier de 2,10 % étant fondé sur les dispositions de l'[article 110 de la directive 2006/112/CE du Conseil du 28 novembre 2006 relative au système commun de la taxe sur la valeur ajoutée](#) (clause de gel), il n'est pas possible d'en étendre le champ dès lors que ces dispositions, qui ont un caractère dérogatoire, sont d'interprétation stricte. Il en résulte que, dans l'hypothèse où le service de presse en ligne constituerait la prestation principale alors que, à l'inverse, d'autres opérations seraient considérées comme accessoires et, si elles étaient fournies séparément, relèveraient d'un autre taux de TVA, seule la part du prix correspondant au service de presse en

ligne peut bénéficier du taux particulier.

La Cour a expressément constaté que la jurisprudence concernant la taxation des opérations uniques ne s'appliquait pas aux exonérations avec remboursement de la taxe payée visées à l'article 28 de la sixième directive 77/388/CEE du Conseil, du 17 mai 1977, en matière d'harmonisation des législations des États membres relatives aux taxes sur le chiffre d'affaire (CJUE, 6 juillet 2006, aff. C-251/05, Talacre Beach Caravan Sales et CJUE, 18 janvier 2018, aff. C-463/16 Stadion Amsterdam CV).

(70)

A. Situation d'une prestation unique

80

Lorsque l'abonnement au service de presse en ligne est commercialisé seul, c'est-à-dire qu'il est possible de bénéficier du service sans être tenu de souscrire un autre service ou d'acheter un autre produit, il doit être considéré comme une prestation unique éligible au taux particulier.

En revanche, si l'offre comprend d'autres éléments pouvant être considérés comme accessoires au service de presse en ligne, notamment parce qu'ils constituent un moyen de mieux bénéficier de l'offre principale, seul le service de presse en ligne relève du taux particulier, les autres éléments continuant de relever du taux qui leur est propre lorsqu'ils sont fournis séparément (**III § 60**). L'identification de la part du prix éligible au taux particulier est effectuée, en cas de couplage, selon la méthode décrite au **II-A-4-d § 220 à 230 du BOI-TVA-SECT-40-10-10**.

90

Lorsque l'abonnement au service de presse en ligne est commercialisé au sein d'une offre avec un autre service, ou produit, ne pouvant être considéré comme accessoire, il s'agit d'une prestation unique seulement si les liens entre ces éléments sont suffisamment étroits pour caractériser une même opération formant un tout indissociable concourant à la réalisation d'une même opération au plan économique.

L'existence d'une mutualisation entre les différents éléments non accessoires, qui se limite à améliorer les conditions d'exécution de l'ensemble des services concernés (contrat unique avec un interlocuteur unique et un espace de gestion commun, service client identique pour l'ensemble des services, fourniture des services via un seul et même réseau de communications électroniques au moyen des mêmes équipements, etc.), si elle constitue un indice fort de l'existence de liens étroits, n'est pas suffisante à elle seule pour caractériser de tels liens. Il en est de même de la faculté que le vendeur se ménage de pouvoir résilier à son initiative l'ensemble du contrat en cas de non-paiement du seul service de presse en ligne.

Exemple : Un opérateur de communications électroniques propose, en complément de l'offre de référence d'accès à l'internet, l'accès à un service de presse en ligne via une option facultative payante: l'ensemble des sommes dues apparaissent sur une même facture, les services sont régis par les mêmes conditions générales, et le service client est commun aux deux services. Ces seules caractéristiques ne permettent pas de considérer que la dissociation entre, d'une part, l'offre de référence et, d'autre part, l'option facultative payante aurait un caractère artificiel, et partant, qu'il s'agit d'une offre unique. Chacune des opérations doit être soumise au taux qui lui est propre.

En revanche, dès lors que les abonnements se présentent sous la forme de contrats d'abonnement à durée indéterminée ou à durée déterminée avec une reconduction tacite, l'impossibilité pour le client de renoncer, en cours de contrat, au seul service de presse en ligne est un élément déterminant pour

caractériser l'étroitesse des liens économiques entre les éléments de l'offre. Aussi, dans l'hypothèse d'une offre proposée à un prix indépendant de la consommation effective de chacun des services, comprenant des éléments de mutualisation tels que ceux susmentionnés, et où le client ne disposerait pas de la capacité de renoncer au service de presse en ligne, l'offre constitue une opération économique unique du point de vue du consommateur.

Exemple : Un opérateur de communications électroniques propose une offre comprenant un service d'accès à l'internet et un service de presse en ligne, ce service ne donnant lieu à aucun supplément de prix. Le client ne peut renoncer à une partie des services moyennant une réduction de prix. Les deux services présentant ainsi un caractère indissociable, le taux normal s'applique à l'intégralité du prix.

Lorsque l'offre est assortie d'une durée minimale d'exécution ou de frais de résiliation, l'offre peut constituer une opération économique unique, y compris lorsque le client dispose de la faculté de renoncer au service de presse en ligne, quand cette renonciation remet en cause l'équilibre économique de l'offre, cette remise en cause traduisant l'existence d'un lien économique entre le service de presse en ligne et les autres éléments de l'offre.

Exemple : Un opérateur de communications électroniques propose une offre comprenant un service d'accès à l'internet et un service de presse en ligne. L'offre comprend une durée minimale d'exécution de 24 mois. Le client a, pendant cette période, la possibilité de limiter l'offre au seul service d'accès à l'internet, cette limitation s'accompagnant d'une majoration de prix de ce service. Ces caractéristiques de l'offre traduisent l'existence d'une remise de couplage pérenne, conditionnée par la souscription conjointe dans la durée de ses différentes composantes, caractérisant des liens particulièrement étroits sur le plan économique entre ces dernières. Le taux normal s'applique donc à l'intégralité du prix de l'offre.

100

Ces règles d'appréciation du caractère d'unicité d'une prestation s'appliquent quels que soient les éléments commercialisés avec le service de presse en ligne, y compris, le cas échéant, des services autres que des prestations de communications électroniques, mais fournis par un procédé de communications électroniques (abonnement à un service de vidéo à la demande, service de jeu vidéo, fourniture de livres numériques, etc.).

110

Une appréciation au cas par cas des conditions de commercialisation de l'abonnement au service de presse en ligne en cause étant nécessaire, d'autres situations que celles susmentionnées peuvent conduire à qualifier une offre composite d'opération unique au sens de la TVA.

B. Situation d'une prestation qui peut être décomposée

120

Lorsque l'abonnement à un service de presse en ligne non commercialisé dans une offre qui ne constitue pas une prestation unique au plan économique et qui comprend soit l'accès à un réseau de communications électroniques au sens du 2° de l'article L. 32 du code des postes et des communications électroniques (CPCE), soit l'acquisition d'un équipement terminal au sens du 10° du même article L. 32 du CPCE, soit la fourniture de services de télévision au sens de l'article 2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, il convient de faire application des règles de ventilation prévues au troisième alinéa de l'article 298 septies du CGI.

130

En vertu de ces dispositions, le taux particulier est applicable au supplément de prix payé par le client déterminé par rapport au prix d'une offre identique, mais ne comprenant pas tout ou partie de ces mêmes prestations, commercialisée dans des conditions comparables.

Exemple : Un prestataire propose à 20 € HT une offre de référence comprenant plusieurs services, dont des services de communications électroniques (internet + téléphonie + service de presse en ligne A), qui constitue une prestation unique relevant du taux normal. Il propose en option facultative payante à 2 € HT un abonnement à un service de presse en ligne B (catalogue de titres de presse). L'assiette du taux particulier est égale au supplément de prix par rapport à l'offre sans le service B, c'est-à-dire le prix de l'option, soit 2 € HT.

Le cas échéant, l'assiette correspondant à ce supplément de prix est majorée de celle établie pour l'application du taux particulier à tout ou partie de l'offre à laquelle elle s'ajoute. Le taux particulier peut en effet trouver à s'appliquer à chacune des composantes de l'offre qui constitue une opération distincte.

140

Les dispositions du troisième alinéa de l'[article 298 septies du CGI](#) ne permettent pas d'appliquer la règle du supplément de prix décrite au **III-B § 120** dans les deux situations suivantes :

- lorsque l'offre sans le service de presse en ligne par rapport à laquelle le supplément de prix déterminé diffère de l'offre avec le service de presse en ligne pour d'autres éléments que le service de presse en ligne. Par exemple, pour une offre comprenant l'acquisition d'un téléphone mobile donné, le supplément ne peut être déterminé par rapport à une offre ne comprenant pas l'acquisition d'un téléphone mobile ou comprenant l'acquisition d'un téléphone mobile différent ;

- lorsque l'offre sans le service de presse en ligne par rapport à laquelle le supplément de prix est déterminé est commercialisée dans des conditions qui ne sont pas comparables. Par exemple, deux offres qui ne sont pas proposées aux mêmes périodes de l'année, ou dont les canaux de distribution sont différents, ne sont pas commercialisées dans des conditions comparables.

Les dispositions du quatrième alinéa de l'article 298 septies du CGI prévoient alors qu'à défaut d'une offre identique ne comprenant pas tout ou partie des services de presse en ligne, commercialisée dans des conditions comparables, le taux particulier est applicable aux sommes payées pour l'acquisition de ces prestations, nettes des frais de mise à disposition du public acquittés par les éditeurs de presse au fournisseur du service, rapportées à chaque client.

Les mêmes dispositions prévoient que, si le fournisseur commercialise, par ailleurs, des services de presse en ligne afférents aux mêmes droits, l'assiette du taux particulier ne peut excéder le prix auquel ces services sont commercialisés.

150

Les règles de ventilation prévues par l'[article 298 septies du CGI](#) ne trouvent pas à s'appliquer lorsque l'abonnement à un service de presse en ligne est compris dans une offre qui ne comporte ni l'accès à un réseau de communications électroniques ou à un équipement terminal, ni la fourniture de services de télévision au sens de l'[article 2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication](#). Tel est le cas, par exemple, lorsqu'elle comprend des services autres que de communications électroniques, mais fournis par un procédé de communications électroniques (abonnement à un service de vidéo à la demande, service de jeu vidéo, fourniture de livres numériques, etc.).

Les opérations passibles de taux différents doivent être imposées à raison du prix et du taux qui est propre à chacune, la méthode de calcul ou d'appréciation la plus simple possible devant être retenue afin d'isoler la partie du prix unique relative à chaque prestation (CJCE, 25 février 1999, aff. C-349/96, Card Protection Plan Ltd – CPP).