

2/ RENONCER A TOUTE NOUVELLE HAUSSE DE LA FISCALITE LOCALE

Les collectivités locales reconnaissent que le dynamisme économique est un levier majeur du développement. Elles doivent joindre les actes à la parole et dans le contexte actuel renoncer à toute hausse d'impôts locaux

PROPOSITION N°2

GELER TOUTE AUGMENTATION DE LA FISCALITE LOCALE

Le Medef appelle à renoncer à instituer toute nouvelle augmentation des taxes locales. Cela concerne en particulier :

- **le versement transport (VT) :** le versement transport est un impôt destiné au financement des transports publics perçu auprès des employeurs de plus de 9 salariés localisés à l'intérieur d'un périmètre de transports urbains. Assis sur la masse salariale brute, il pèse directement sur les facteurs de production. Il représente un produit d'environ 6 milliards d'euros (dont 3 milliards pour la seule région Ile- de- France). Son produit a plus que doublé lors de la dernière décennie alors que l'effort demandé aux clients/usagers n'a pas suivi la même évolution.

Il ne faut pas oublier qu'en plus de financer les réseaux via le versement transport, les entreprises participent au financement de l'usage des transports par l'obligation de prise en charge d'au moins 50% du titre de transports. En Ile- de- France ce coût représente 600 millions d'euros pour les entreprises.

Le MEDEF demande aux autorités organisatrices de transports, les collectivités locales, de geler toute augmentation du versement transport pour préserver la compétitivité des entreprises tout en permettant de maintenir un niveau de transport satisfaisant dans les agglomérations notamment pour les salariés qui doivent se rendre à leur travail.

- **la taxe sur la publicité extérieure (TLPE) :** depuis le 1^{er} janvier 2009, une taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) **facultative** est applicable par les communes en remplacement de trois taxes existantes facultatives elles aussi.

La TLPE touche toutes les entreprises et varie selon la taille des enseignes et des publicités. Les tarifs de la taxe varient en fonction de la surface totale des publicités taxables, de leur nature (enseigne, publicité numérique ou non ...) et selon le nombre d'habitants de la commune.

La mise en place de cette taxe a eu pour conséquence des hausses d' impôts très importantes pour des milliers d'entreprises, en particulier pour les commerçants.

De plus, la mauvaise application du texte de loi par les communes a donné lieu à de nombreuses iniquités et taxations abusives. Si certains aménagements¹, issus de travaux conjoints entre le Medef, CDCF, ACFCI et l'AMF (Association des maires de France), permettront d'améliorer la mise en œuvre de la taxe et de donner plus de sécurité juridique aux entreprises, aucune baisse de l'impôt n'en résultera.

¹ Modification de la loi en PLFR 2011 (en cours d'adoption)



Enfin, comme indiqué dans le rapport du Sénat sur la loi LME, qui a permis l'adoption de la TLPE, « l'extension du champ d'application de la taxe représente une potentialité de recettes de plusieurs dizaines de millions d'euros pour les collectivités locales ». Dans un contexte de crise, marqué par une baisse des recettes fiscales, un nombre croissant de communes devraient adopter ce dispositif.

Le Medef demande aux collectivités locales de renoncer à instituer ce nouveau prélèvement sur les entreprises et, pour celles qui l'ont déjà institué, d'en geler toute évolution.

