



Paris, le 26 avril 2021

À DIRE NON, NOUS RETROUVONS DU SENS...

Le 3 mars dernier, la société Google s'est adressée à ses clients Agences Médias et Annonceurs pour les informer qu'elle appliquerait, à partir du 1^{er} mai 2021, une augmentation de ses tarifs à hauteur de 2% sur les achats effectués par les marques sur Google Ads afin de compenser la taxe applicable en France sur les services numériques. **Cette taxe numérique** a été instaurée à l'initiative du Ministère de l'Économie et des Finances et permet de **rétablir un semblant d'équilibre** entre les entreprises basées en France qui paient l'impôt et celles installées dans des pays tiers qui échappent partiellement à l'impôt.

Manifestement **la société Google**, qui n'est pas impactée par la crise sanitaire tout au contraire ; **ne semble pas disposée à accepter cette taxe**, alors que dans toutes les démocraties contemporaines, la taxe reste le moyen le plus juste de rétablir l'équité et également d'apporter un soutien aux secteurs les plus sensibles comme par exemple le système de santé, durement éprouvé aujourd'hui.

Les Annonceurs français n'auront-ils le choix qu'entre deux solutions ?

Subir le diktat de Google et supporter la charge de l'impôt numérique à sa place, impactant encore leur taux de marge, dont nous savons qu'il a déjà été heurté fortement en raison de la crise sanitaire ? Soit, **répercuter cette hausse sur le prix des services aux consommateurs français** entraînant une ponction du pouvoir d'achat des familles françaises ?

Il est temps de dire NON. Les Agences Médias de l'UDECAM au service de la défense des intérêts de leurs clients Annonceurs, acteurs majeurs du paysage média et garantes d'une pluralité des médias indispensable à la démocratie, s'élèvent contre cette décision. Une décision d'autant plus arrogante qu'elle pèse sur l'économie et plus fondamentalement, questionne sur le sens du vivre ensemble et qu'elle émane d'une multinationale en position ultra dominante dont le modèle repose principalement sur la volonté des marques.

N'oublions pas que Google, si puissante, si hégémonique soit-elle, dépend de ses clients Annonceurs. Google aurait-elle conscience qu'une diminution, à due concurrence (2%), du montant des investissements publicitaires des clients Annonceurs présents sur le territoire français, viendrait neutraliser la hausse des prix annoncée ? Ce faisant, le marché rappellerait utilement et amicalement à notre partenaire Google que l'avis des clients compte aussi et que la concertation est utile.

Pour les **Annonceurs qui souhaiteraient neutraliser cette hausse** et pour ceux d'entre eux qui souhaitent **aller plus loin, les Agences Médias de l'UDECAM sont force de conseils**. Elles disposent d'une très large palette d'expertises qui permettent de gérer la complexité du paysage média et de **proposer une allocation des investissements vers des acteurs alternatifs**.

Ne donnons jamais un blanc-seing à Google ou à d'autres, forts de leurs positions dominantes, pour décider unilatéralement d'augmenter, lorsqu'ils le souhaiteront, leurs prix à hauteur de leur appétit sans limite. À dire non aujourd'hui, nous retrouvons du sens sociétal et citoyen et nous limitons la perte de valeur pour nos clients, Annonceurs.

Il est urgent d'agir !



L' Union des Entreprises
de Conseil et d'Achat Media