

Une étude



pour **CommStrat**

Les Français et la taxe sur les entreprises du numérique

Les Français sont-ils favorables à l'introduction d'une taxe sur les entreprises du numérique ?
Quels conséquences imaginent-ils dans l'hypothèse de l'instauration de cette taxe ?

Mars 2019

Jean-Daniel Lévy, Directeur du Département Politique – Opinion

Sommaire

La méthodologie de l'enquête

P.3

Les résultats de l'enquête

P.6



La méthodologie de l'enquête



Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** les **28 février** et **1^{er} mars** 2019.



Échantillon de **1901** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle** et **région** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 2 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,3. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,7% et 11,3% (plus ou moins 1,3 points).

Les principaux enseignements



Les principaux enseignements

A la veille de la présentation d'un « projet de taxe des services numériques » en conseil des ministres Harris Interactive a interrogé, pour **CommStrat**, un échantillon représentatif de Français afin de connaître leur perception de ce projet et leurs réactions aux arguments de ses contempteurs.

Que retenir de cette étude ?

Tout d'abord, une **majorité de Français (64%) se prononce en faveur d'une taxe sur les entreprises du numérique en France**. Si les plus âgés font montre d'un soutien particulièrement net à ce projet (74% chez les Français âgés de 65 ans et plus), **les plus jeunes font preuve de davantage de réserve** (42% parmi les moins de 35 ans). Notons que cette opposition s'avère également **plus élevée que la moyenne parmi les catégories populaires** (41%).

Harris Interactive a soumis des arguments aux Français en leur demandant dans quelle mesure ils pouvaient y adhérer. Ainsi, **67% des Français** adhèrent à l'idée qu'une telle taxe **fera augmenter les prix des biens et services proposés par les entreprises touchées**. De même, 60% estiment que le montant qu'elle pourrait rapporter sera inférieur aux attentes du gouvernement. Plus encore, ils sont près des trois quarts à considérer que le recours à l'introduction d'une taxe est un moyen aisé de surmonter une difficulté (74%). Enfin, près d'1 Français sur 2 considère qu'une telle taxe porterait atteinte à la capacité d'innovation en France (48%), à l'emploi (48%) et à l'émergence de nouveaux concurrents (47%). Le caractère démagogique de la dénomination "taxe GAFA" est, quant à lui, considéré par 51% des Français.

Notons que **les Français se disant hostiles à cette taxe** se montrent particulièrement **sensibles à l'argument de l'inflation** et de la hausse des prix qui en résulterait, ainsi, dans une moindre mesure, qu'à ceux de l'effet négatif sur l'emploi et sur la capacité d'innovation des entreprises.

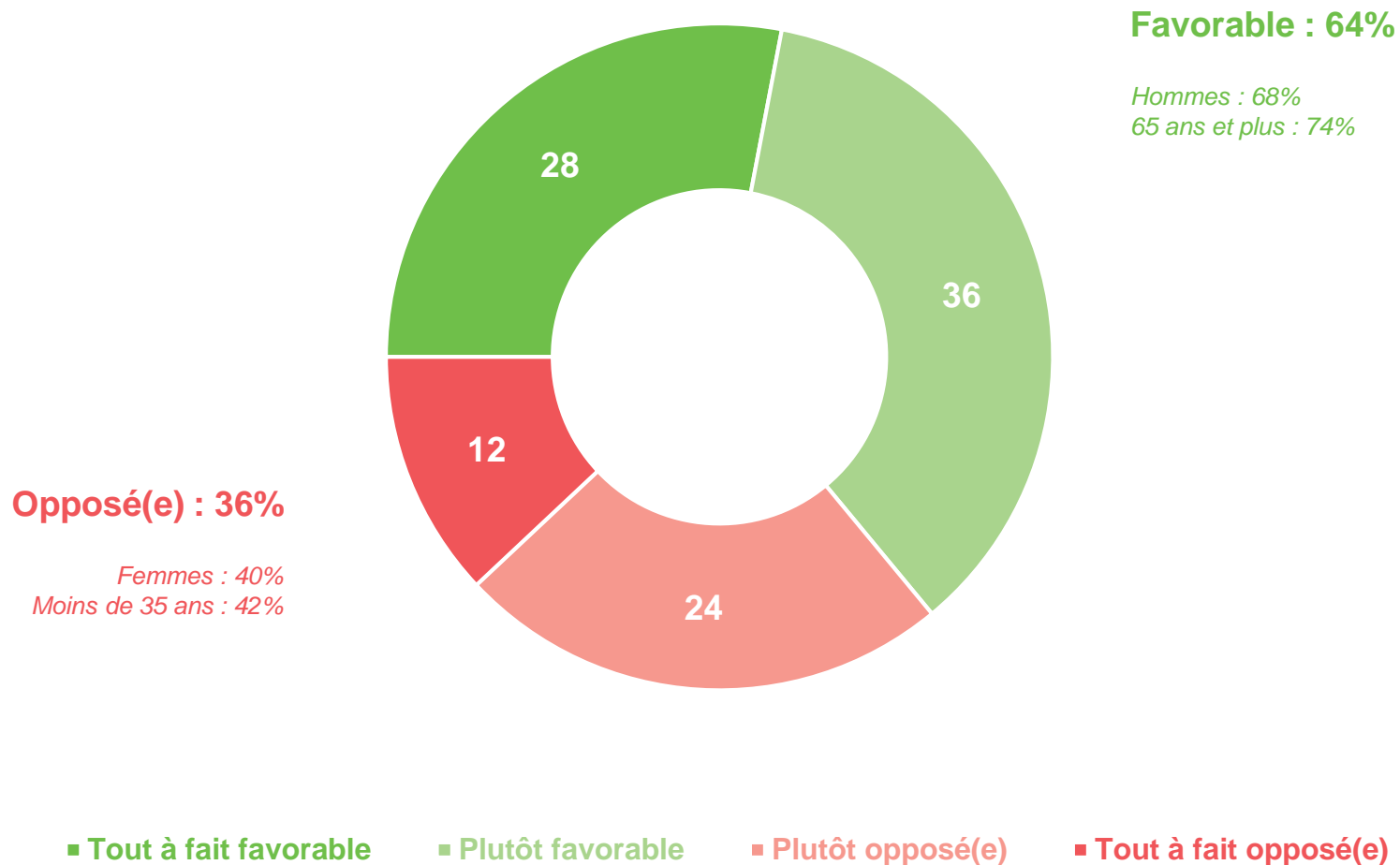
Les résultats de l'enquête



Si une majorité des Français (64%) se montre favorable à l'instauration d'une taxe sur les entreprises du numérique en France, plus d'un tiers fait part de son opposition à cette mesure

Êtes-vous favorable ou opposé(e) à l'instauration d'une taxe sur les entreprises du numérique en France ?

- À tous, en % -

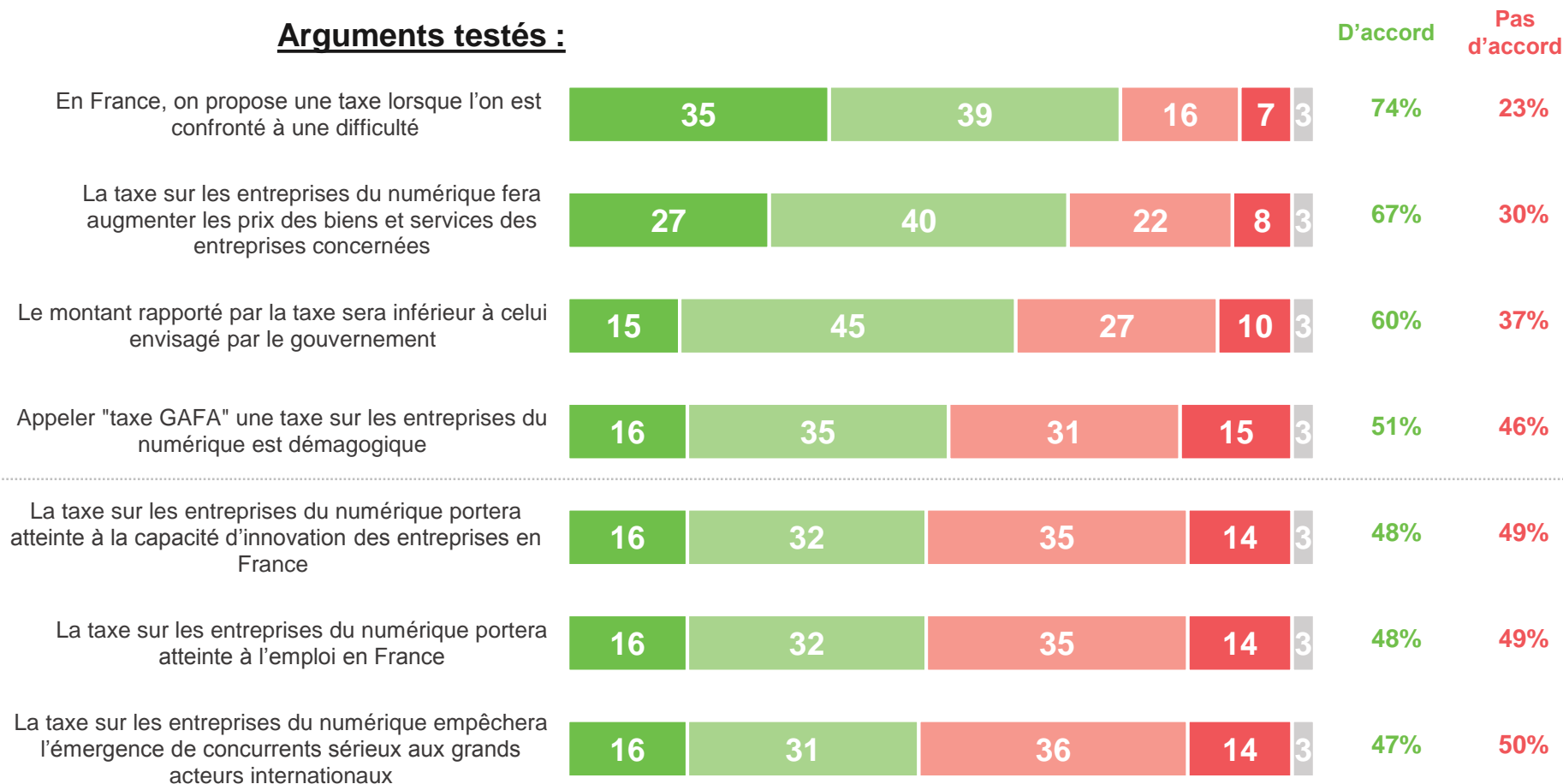


Les conséquences d'une taxe sur les entreprises du numérique partagées par les Français, qui redoutent majoritairement une hausse des prix et s'interrogent sur son efficacité

Voici un certain nombre d'arguments qui sont évoqués dans le cadre du débat relatif à l'instauration d'une taxe sur les entreprises du numérique en France. Pour chacun d'entre eux indiquez si vous êtes d'accord ou pas d'accord.

- À tous, en % -

Arguments testés :



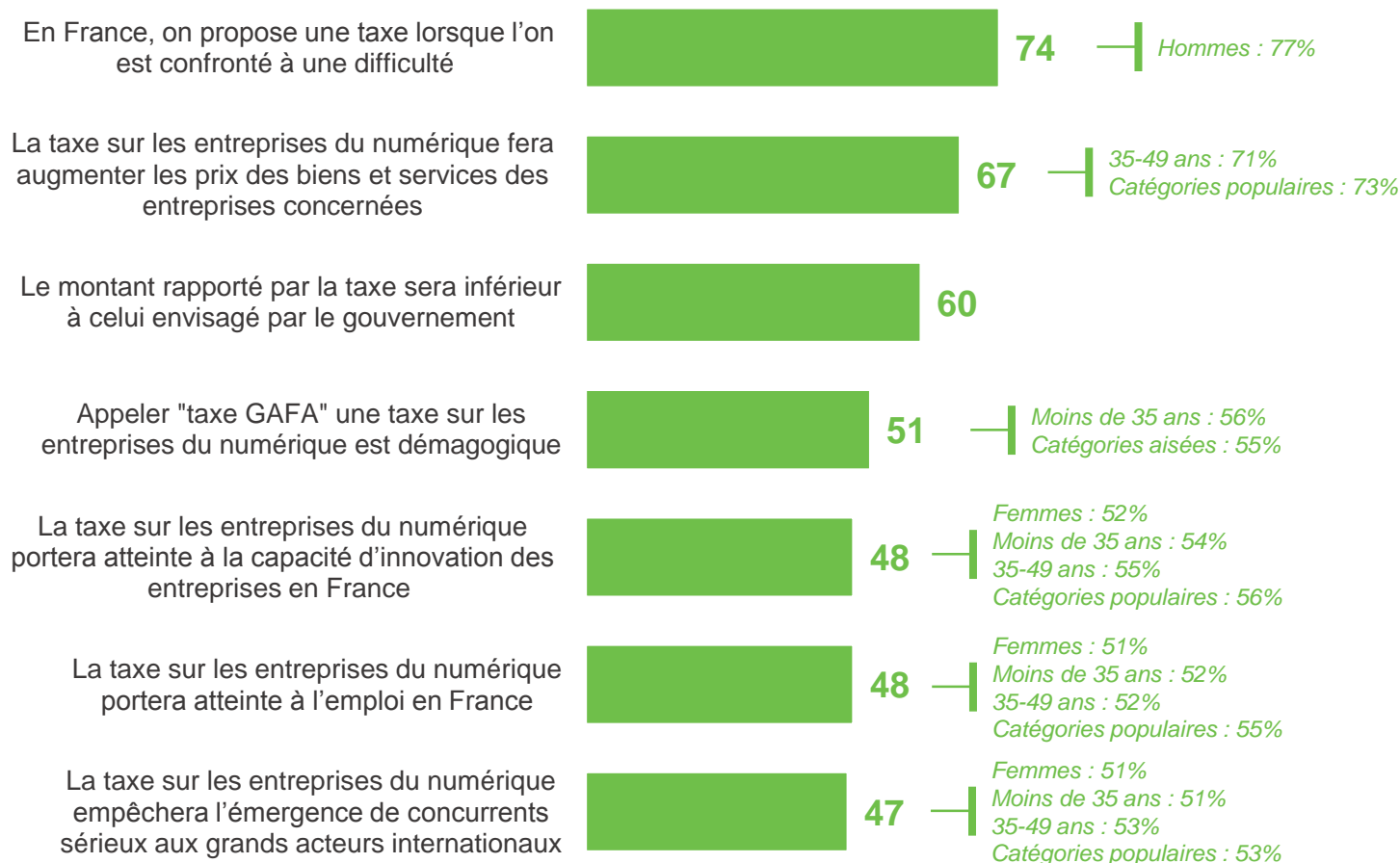
■ Tout à fait d'accord
 ■ Plutôt d'accord
 ■ Plutôt pas d'accord
 ■ Pas du tout d'accord
 ■ Ne se prononce pas

Les conséquences les plus négatives de l'hypothèse de l'instauration d'une taxe sur les entreprises du numérique trouvent davantage d'écho auprès de certaines populations, parmi lesquelles les plus jeunes ou les catégories populaires

Voici un certain nombre d'arguments qui sont évoqués dans le cadre du débat relatif à l'instauration d'une taxe sur les entreprises du numérique en France. Pour chacun d'entre eux indiquez si vous êtes d'accord ou pas d'accord.

- À tous, en % de réponses « **D'accord** » -

Arguments testés :

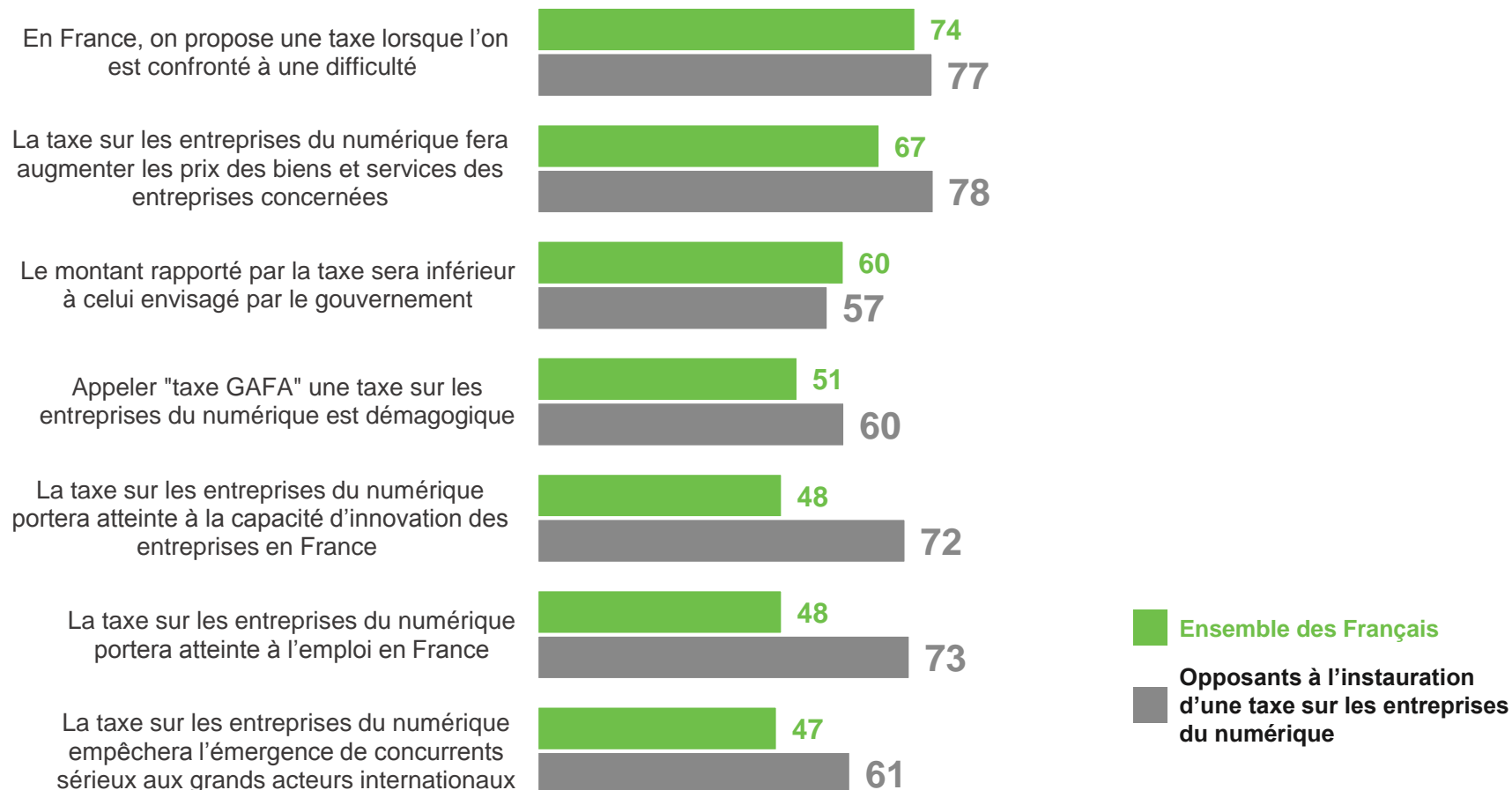


Les Français qui se déclarent opposés à l'instauration d'une taxe sur les entreprises du numérique se montrent plus sensibles que la moyenne aux différents arguments, notamment en ce qui concerne ses conséquences sur l'emploi et la capacité d'innovation des entreprises

Voici un certain nombre d'arguments qui sont évoqués dans le cadre du débat relatif à l'instauration d'une taxe sur les entreprises du numérique en France. Pour chacun d'entre eux indiquez si vous êtes d'accord ou pas d'accord.

- À tous, en % de réponses « **D'accord** » -

Arguments testés :



Contacts

Merci de noter que toute **diffusion de ces résultats** doit être accompagnée des éléments techniques suivants :
le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire de l'étude**,
la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive)



[Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive)



[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive)

Contacts Harris Interactive en France :

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr

Laurence Lavernhe – Responsable de la communication - 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

ahead of what's next