

## **Les imprimés soumis à l'éco-contribution auprès d'EcoFolio à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2008**

---

### **DOCUMENT INDICATIF ET NON-EXHAUSTIF**

Pour les imprimés gratuits, la Responsabilité Elargie du Producteur (REP) est une réalité depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2006. Elle se matérialise par le versement d'une contribution (35€/tonne HT en 2007 et 2008) à l'organisme agréé par les pouvoirs publics ou, à défaut, par l'acquittement d'une Taxe Générale sur les Activités Polluantes « sanction » (TGAP – 910€/tonne). L'éco-contribution passe à 37€/tonne HT à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2010.

Dans un premier temps, le Législateur a mis en place un dispositif de Responsabilité Elargie du Producteur visant les imprimés non sollicités. Le Code de l'environnement généralise ce dispositif par étape à la majorité des imprimés papiers

**Ces nouvelles dispositions entrent en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2008.**

Pour vous accompagner, la présente notice détaille les catégories d'imprimés papiers visés. Sans se substituer à la loi, elle vous accompagne, avec pour objectif de faciliter la compréhension du nouveau périmètre d'assujettissement à la contribution. Elle a été rédigée par un groupe de travail composé des juristes de plusieurs organisations professionnelles vous représentant, soumise au Ministère en charge de l'environnement et approuvée par la Direction des Douanes du Ministère du budget, des comptes publics et de la fonction publique.

La Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution (FCD) a activement contribué à l'élaboration de ce document et en a validé les conclusions.

Elle doit vous permettre d'établir la future déclaration des tonnages, qui interviendra en janvier 2009, dans les meilleures conditions.

A cette occasion, nous vous rappelons que l'apposition du Point F est un moyen d'identification des entreprises adhérentes à EcoFolio s'acquittant de leur contribution et de valorisation de leur engagement en faveur de l'environnement.

Par ailleurs, le site internet (<http://www.ecofolio.fr/>) et l'Infocentre (01 53 32 86 70) d'EcoFolio, ainsi que vos organisations professionnelles, sont à votre disposition pour répondre à toutes vos questions.



## Quels sont les nouveaux principes directeurs du dispositif ?

### Au 1<sup>er</sup> juillet 2008

- ➔ Une règle générale d'assujettissement des imprimés papiers (déchets ménagers et assimilés) à la contribution, et subsidiairement à la TGAP
- ➔ Des exclusions relatives à la nature des imprimés papiers et non plus à leur mode de diffusion
  - *les documents mis sur le marché par une personne publique ou une personne privée dans le cadre d'une mission de service public résultant exclusivement d'une obligation découlant d'une loi ou d'un règlement;*
  - *les livres ;*
  - *les publications de presse ;*
  - *l'encartage publicitaire annoncé au sommaire d'une publication de presse qu'il accompagne.*

Jusqu'au 31 décembre 2009, les envois de correspondance (à l'exception du publipostage) et **les catalogues de la VPC envoyés nominativement** sont exclus [*Référence* : Article 126 de la loi de finances pour 2009].

### Au 1<sup>er</sup> janvier 2010

- ➔ Assujettissement des papiers bureautique vierges destinés à être imprimés (les papiers à copier, les papiers graphiques, les enveloppes et les pochettes postales, à l'exception des papiers carbone, autocopiant et stencils)
- ➔ Les modalités de mise en œuvre seront exposées au sein d'un décret.

## Qui est concerné ?

### L'entité assujettie : le donneur d'ordre

Définition : « *la personne à l'origine de la politique générale promotionnelle, d'annonce, d'information ou commerciale, ou au nom ou sous l'appellation de laquelle cette politique a été menée* » (Article 84 de la Loi de Finances 2008).

- ➔ La personne qui prend la décision d'émettre ou de faire émettre les imprimés papiers (la personne qui prend la décision de, notamment, diffuser ou faire diffuser, mettre à disposition ou faire mettre à disposition, distribuer ou faire distribuer, ...)
- ➔ Au sein d'une même enseigne/groupe (ou pour une même marque), il peut y avoir un donneur d'ordre national, pour la politique commerciale nationale et un donneur d'ordre local pour la politique commerciale locale. Dans ce cas, les deux entités sont redevables<sup>1</sup>.
- ➔ Si le document est élaboré par un donneur d'ordre national et simplement modifié localement, s'agissant notamment des coordonnées ou de l'identification du point de vente local, le donneur d'ordre est le donneur d'ordre national.

### Le destinataire : l'utilisateur final

Définition : « *la personne, physique ou morale, qui consomme un produit manufacturé mis sur le marché* » (Article 84 de la Loi de Finances 2008).

- ➔ Il s'agit bien d'un produit manufacturé en papier (un produit fini, c'est-à-dire ni une matière première, ni un produit intermédiaire).
- ➔ Le critère du B to C n'est plus pertinent. **Le B to B est désormais également visé par le dispositif**, dès lors que la collecte et le traitement sont assurés par une collectivité locale dans le cadre de l'exercice de ses compétences légales.
- ➔ Seuls les imprimés papiers émis à destination des utilisateurs finaux sont assujettis. Aussi, les documents non distribués par exemple ne sont pas assujettis, mais l'entité concernée supporte la charge de la preuve et devra ainsi, en cas de contrôle, être en mesure de prouver cette situation.

---

<sup>1</sup> La politique d'adhésion à EcoFolio prévoit que les déclarations et les paiements sont consolidés par l'entité nationale (une seule déclaration et un seul paiement pour l'ensemble des donneurs d'ordre). La consolidation des déclarations et des paiements ne modifie pas la REP qui pèse sur le seul donneur d'ordre. La responsabilité du mandataire ne peut être engagée que sur le fondement du contrat de mandat pas sur celui de la REP. Le mandant et le mandataire peuvent librement déterminer au sein du contrat de mandat des modalités financières adaptées (avance du montant de la contribution par les mandants avant le paiement de l'éco-contribution à EcoFolio ou le remboursement des sommes versées pour le compte du mandant a posteriori du paiement par le mandataire à EcoFolio).

## Quels sont les documents exclus de l'éco-contribution ?

### **Les exclusions posées par la définition des documents assujettis**

On entend par imprimés papiers : « *tout support papier imprimé à l'exception des papiers d'hygiène, d'emballage, de décoration, des affiches, des papiers à usage fiduciaire et des notices d'utilisation ou modes d'emploi.* » (Article 84 de la Loi de Finances 2008)

Exemples (*liste indicative non exhaustive*) :

*Papiers d'hygiène* : les mouchoirs en papier, le papier toilettes et de cuisine, les serviettes et nappes en papier

*Papiers d'emballage* : tous les emballages en papier

*Papiers de décoration* : les papiers peints, les affiches

*Papiers à usage fiduciaire (moyens et justificatifs de paiement)* : les billets de banque, les tickets restaurant, les chèques, les tickets et billets de transport, les tickets de carte bleue, les tickets de caisse, les jeux de hasard, les tickets d'exposition ou de concert ...

*Les modes d'emploi ou les notices d'utilisation* : les documents techniques accompagnant un produit dans un cadre particulier ou professionnel

*Les supports qui ne constituent pas des imprimés papiers*<sup>2</sup> : les cartes postales, les calendriers cartonnés, les agendas ...

### **Les documents mis sur le marché par une personne publique ou une personne privée, dans le cadre d'une mission de service public résultant exclusivement d'une obligation découlant d'une loi ou d'un règlement**

La rédaction a été précisée mais la portée reste la même que celle de l'ancien périmètre.

Exemples (*liste indicative non exhaustive*) : les bulletins de vote, les documents officiels (carte d'identité, passeport, permis de conduire, carte grise, carte de séjour...), les déclarations fiscales...

### **Les livres**

Définition fiscale, le régime repose sur les mêmes bases que l'assujettissement à la TVA.

Exemples (*liste indicative non exhaustive*) : les livres, les bandes dessinées, les guides, les cartes routières...

---

<sup>2</sup> Documents en matière autre que le papier (carton,...) ou/et non imprimés.

## **Les publications de presse**

Trois critères d'identification :

- le lien direct avec l'actualité, apprécié au regard de l'objet de la publication
- l'apport éditorial significatif (**1/3 de rédactionnel**)
- le caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée : instruction, éducation, information, récréation du public

**Tous les critères particuliers d'identification doivent être lus à la lumière de ces trois notions clefs.**

Exemples a contrario (liste indicative non exhaustive de documents ne relevant pas des publications de presse) : les imprimés de nature commerciale, les imprimés sans contenu éditorial, les magazines dits de marque, les publications d'entreprise, les rapports d'activité, les publications dont la majorité de la superficie est consacrée à la publication d'horaires ou de programmes, à l'exception des programmes de radiodiffusion et de télévision et des côtes de valeurs mobilières...

(Références : Loi du 1<sup>er</sup> août 1986 - Article 72 du CGI, voir Annexe 1)

## **L'encartage publicitaire (broché, collé, agrafé, jeté...) annoncé au sommaire d'une publication de presse qu'il accompagne**

Aucun aménagement de la règle de l'annonce au sommaire des encarts publicitaires qui accompagnent une publication de presse n'est présent dans le cadre de la mise en œuvre des dispositions des articles L. 541-10-1 du Code de l'environnement et 266 sexies du Code des douanes.

## **Jusqu'au 31 décembre 2009, les envois de correspondances à l'exception du publipostage**

Un envoi de correspondance qui mélange un document qui pourrait faire l'objet d'un publipostage et des messages non identiques (factures, relevés de compte, notes...) ne relève pas du publipostage et n'est donc pas assujéti jusqu'au 31 décembre 2009.

(Référence : Article L. 1 du Code des postes et des communications électroniques)

## **Jusqu'au 31 décembre 2009, les catalogues de vente par correspondance envoyés nominativement**

Il s'agit des catalogues constitutifs d'un lieu de vente permettant de procéder à une acquisition hors la présence du professionnel expéditeur, à l'exclusion d'autres catégories d'imprimés (prospectus, brochures, lettres ...) ou documents à vocation publicitaire, émis par des entreprises ayant pour activité essentielle la vente par correspondance et distribués dans les boîtes aux lettres par service postal à une adresse nominative.

(Référence : Article 126 de la loi de finances pour 2009)

## ANNEXE 1

### **Nouvel article L. 541-10-1 du Code de l'environnement (les mentions en italique correspondent aux dispositions visées par le dispositif) :**

« ...

II. – Sont exclus de l'assiette de la contribution visée au I :

...

**3° Les publications de presse, au sens de l'article 1er de la loi no 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse**

*(Au sens de la présente loi, l'expression "publication de presse" désigne tout service utilisant un mode écrit de diffusion de la pensée mis à la disposition du public en général ou de catégories de publics et paraissant à intervalles réguliers)*

**conformes aux dispositions du premier alinéa**

*(Les journaux et écrits périodiques présentant un lien direct avec l'actualité, apprécié au regard de l'objet de la publication et présentant un apport éditorial significatif, bénéficient des avantages fiscaux prévus à l'article 298 septies du code général des impôts s'ils remplissent les conditions suivantes)*

**et des 1°,**

*(1° Avoir un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée : instruction, éducation, information, récréation du public)*

**2°,**

*(2° Satisfaire aux obligations de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, notamment :*

*a) Porter l'indication du nom et du domicile de l'imprimeur (ces indications doivent se rapporter à l'imprimeur qui imprime réellement la publication) ;*

*b) Avoir un directeur de la publication dont le nom est imprimé sur tous les exemplaires ;*

*c) Avoir fait l'objet du dépôt prévu aux articles 7 et 10 de la loi précitée)*

**3°,**

*(3° Paraître régulièrement au moins une fois par trimestre sans qu'il puisse y avoir un intervalle supérieur à quatre mois entre deux parutions)*

**et 5°**

*(5° Avoir au plus les deux tiers de leur surface consacrés aux annonces classées, sans que ces dernières excèdent la moitié de la surface totale, à la publicité et aux annonces judiciaires et légales)*

de l'article 72 de l'annexe III au code général des impôts, sous réserve de ne pas constituer une des publications désignées aux

**a,**

*(a) Feuilles d'annonces, tracts, guides, prospectus, catalogues, almanachs, répertoires, index, lexiques)*

**c,**

*(c) Publications ayant pour objet principal la recherche ou le développement des transactions d'entreprises commerciales, industrielles, bancaires, d'assurances ou d'autre nature, dont elles sont, en réalité, les instruments de publicité ou de communication ou qui apparaissent comme étant l'accessoire d'une activité commerciale ou industrielle )*

**d,**

*(d) Publications ayant pour objet principal la publication d'horaires, de programmes, de modèles, plans ou dessins, ou de cotations, à l'exception des publications ayant pour objet essentiel l'insertion à titre d'information des programmes de radiodiffusion et de télévision, et des cotes de valeurs mobilières) ;*

**et e**

*(e) Publications ayant pour objet principal d'informer sur la vie interne d'un groupement, quelle que soit sa forme juridique, ou constituant un instrument de publicité ou de propagande pour celui-ci)*

**du 6° du même article 72.**

L'encartage publicitaire accompagnant une publication de presse n'est exclu que s'il est annoncé au sommaire de cette publication.

... »