

Révision de la TVA : à quand une fiscalité écologique et sociale ?

L'Etat est le garant du bien public. Il n'est cependant pas le seul à s'engager dans ce sens. C'est aussi le cas de nombre d'associations, de fondations ou d'ONG actives dans le domaine de la santé, du social, de la culture, de la formation, de l'environnement ou de l'humanitaire. Certaines entreprises y contribuent également, au-delà des intérêts strictement privés et de la simple rentabilité qu'elles poursuivent. A chaque fois qu'elles créent des emplois dans notre pays, lorsqu'elles proposent des salaires équitables, qu'elles mettent à disposition des places de crèche, qu'elles soumettent leurs processus de production à des exigences environnementales ou qu'elles développent des solutions aux enjeux écologiques actuels, les entreprises soulagent la collectivité et servent l'intérêt public. Les consommateurs ne sont pas en reste : ceux qui orientent leurs choix sur des produits fabriqués de manière respectueuse de l'environnement, issus de l'économie locale ou équitable, ont un impact positif sur le bien-être de notre société. L'Etat ne devrait-il pas reconnaître ces contributions à leur juste valeur, en les encourageant et en récompensant leurs auteurs ?

Nous aurions l'occasion de réfléchir à cette problématique aujourd'hui, dans le cadre de la révision de la TVA. Cet impôt touche en effet à la fois les entreprises, en tant qu'assujetties, et les consommateurs, en amont. En l'état actuel, la TVA n'est pas conçue dans une perspective spécifiquement sociale ou écologique. Cependant, les taux différenciés et les exemptions prévues par la loi dénotent une volonté de soulager certains secteurs et d'éviter d'alourdir le prix de biens et de services déterminés. On pense bien sûr aux produits alimentaires, en tant que biens de première nécessité, aux livres et aux périodiques dans leur valeur culturelle, ou encore à toute une série de prestations d'intérêt général relevant des domaines de la santé, de l'aide sociale, de la formation, de la culture ou du sport.

C'est cette orientation qui pourrait être accentuée et élargie à l'ensemble de l'économie. Pourquoi ne pas envisager un système de taxation systématiquement favorable aux produits et services respectueux de l'environnement ou socialement responsables, afin de les rendre plus attractifs pour les consommateurs, mais aussi d'encourager les entreprises tenant compte de l'intérêt commun ? On pourrait imaginer un développement du système des taux différenciés, ou encore des remises sur un taux fixe, en fonction de critères prédéterminés. La question est complexe, il ne faut pas se le cacher, car il s'agirait de définir des critères fiables et adaptés aux différents secteurs économiques. Comment faire ? Des certifications et des labels existent d'ores et déjà, que ce soit au niveau du management, des processus de production ou des produits eux-mêmes. ISO 14'0001 pour les entreprises, production biologique ou équitable dans le domaine alimentaire, étiquettes énergétiques pour les bâtiments, les automobiles ou les appareils électroménagers, label FSC pour le bois, la liste est longue et en constant développement. Des produits de plus en plus nombreux sont en outre soumis à des analyses de cycle de vie qui permettent d'évaluer leur impact environnemental, de l'extraction des matières premières les composant à leur élimination après usage. A terme, des démarches analogues devraient se développer en ce qui concerne l'impact social des produits. Sera-ce suffisant et assez fiable pour fonder un nouveau système fiscal ? La question est ouverte. Une autre piste de réflexion, peut-être plus facile à appliquer, serait, plutôt que de favoriser les produits et services écologiques ou socialement responsables, d'alourdir la charge de ceux qui sont particulièrement dommageables, par exemple en termes d'émissions de CO2 ou de conditions sociales de production. Il s'agirait alors d'une sorte de « malus », rendant les produits et services défavorables à l'environnement naturel et social moins attractifs. Après tout, plusieurs pays, notamment les Etats-Unis, connaissent un taux de TVA majoré sur les produits considérés comme étant de luxe ou, du moins, superfétatoires ou inutiles à la survie, comme le divertissement, l'électronique de loisirs ou les cosmétiques. Surtaxer les fruits exotiques importés par avion, les vêtements réalisés dans des conditions sociales sordides ou les tanks urbains inutilement polluants n'aurait rien d'absurde dans cette perspective.

Au delà des difficultés techniques ou d'application, la question de fond d'une TVA plus écologique et sociale mérite dès lors d'être posée. Or on en est loin. Cette réflexion apparaît même comme une provocation, à l'heure où le Conseil fédéral souhaite simplifier à tout prix la TVA. La partie A de la révision prévue, dite « loi fiscale », propose en effet près de 50 mesures pour faciliter les procédures et alléger directement la charge administrative des assujettis. Ces mesures ne causeront probablement pas de grands débats politiques, puisqu'elles se concentrent principalement sur une plus grande efficacité des processus et une meilleure collaboration entre l'administration et ses usagers. La partie B de la révision, dite du « taux unique », va par contre exactement à l'encontre d'une fiscalité écologique et équitable, et sera certainement l'objet de discussions houleuses. Le Conseil fédéral propose en effet d'augmenter la TVA dans le domaine alimentaire, et veut y soumettre

les secteurs culturel, sportif, social, de la formation et de la santé. Cet élargissement de la taxation provoquerait de telles hausses de prix, en particulier pour les classes modestes et moyennes, qu'il devrait être compensé par un complexe correctif socio-politique, financé par un supplément de 0,1 % du taux unique de TVA. Il s'agit d'un véritable non-sens : la charge de produits et services de première nécessité ou jouant un rôle d'utilité publique est augmentée et l'on en fait porter le fardeau aux plus défavorisés, au point qu'un dispositif de redistribution complexe est nécessaire. Jamais nous n'aurons été aussi éloignés d'une réflexion sur une fiscalité plus favorable aux produits et services respectueux de l'environnement ou contribuant au bien-être social. Les consommateurs, les organisations et les entreprises qui s'engagent chaque jour pour prendre leurs responsabilités sociales et environnementales attendront vraisemblablement encore longtemps avant d'être récompensés de leurs efforts dans le cadre fiscal.

Adèle Thorens Goumaz, publié dans Le Temps le 4 février 2009