

# L'e-commerce transfrontalier– Moteur de croissance

## Suggestions pour favoriser la croissance économique

Exposé de position présenté par la Global Express Association (GEA)<sup>1</sup>

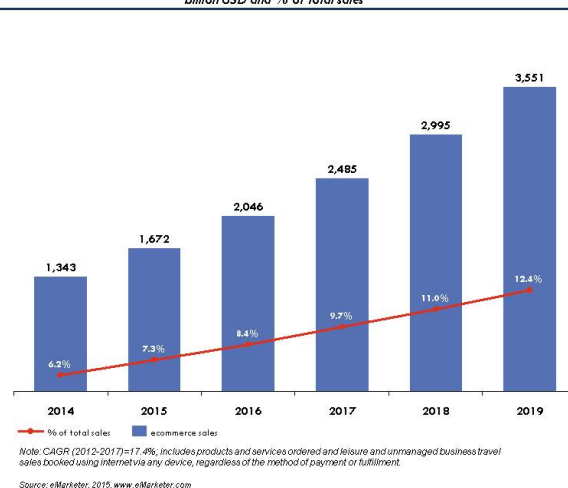
Janvier 2016

### 1. Introduction

L'e-commerce — amplement défini comme l'utilisation de l'Internet comme plate-forme de vente, approvisionnement et échanges d'information sur les marchés — joue un rôle important en tant que moteur de la croissance économique mondiale. Les données fournies par les recherches les plus récentes prévoient que la proportion de l'e-commerce sur le total des ventes atteindra 12,4% en 2019.

Il est prévu que le marché d' e-commerce mondial atteindra la somme de 2,0 billions d'USD en 2016, une augmentation de 22,3 % sur 2015. Les changements économiques qui découlent de l'e-commerce ont déjà fait de la région Asie Pacifique la région dominante dans le cadre de l'économie mondiale, avec une croissance plus rapide que toute les autres, à un taux de 35,2% d'une année sur l'autre, et une prévision de ventes mondiales en ligne de l'ordre de 875 milliards d'USD pour 2015<sup>2</sup>.

**E-commerce Sales Worldwide, 2014-2019**  
Billion USD and % of total sales



### 2. Une politique gouvernementale cohérente

Les Gouvernements du monde entier sont conscients du fait que l'e-commerce est le moteur de la future croissance économique, surtout parce qu'il permet l'internationalisation des petites et moyennes entreprises (PME). Cependant, les Gouvernements vont devoir adopter des politiques cohérentes dans bon nombre de domaines importants pour stimuler la croissance de l'e-commerce dans leurs économies. Les implications de l'e-commerce au niveau des politiques sont sans doute complexes, mais les décideurs ont là une opportunité unique de s'ouvrir à une nouvelle façon de faire des affaires et ils devront développer des politiques réglementaires qui favorisent la croissance régulière de l'e-commerce dans leurs économies respectives.

<sup>1</sup> La Global Express Association est l'association mondiale des entreprises de messagerie express : DHL Express, FedEx Express, TNT et UPS..

<sup>2</sup> eMarketer, Jan 2015, www.emarketer.com

## 2.1. Le commerce

La croissance de l'e-commerce diversifie davantage le monde du commerce international en relation à la dimension des intervenants, au type et à la valeur des expéditions et aux types de marchandises échangées en ligne. Les chiffres de la croissance illustrent une forte augmentation tant de l'e-commerce que des ventes au détail traditionnelles. Cependant, au vu du fait que la portion de l'e-commerce en relation au ventes au détail traditionnelles ne cesse de croître, les commerçants au détail nationaux traditionnels s'en inquiètent et demandent aux Gouvernements de dresser de nouvelles barrières, en particulier à l'e-commerce transfrontalier, en dépit de l'appel lancé par l'Organisation Mondiale du Commerce aux leaders du Groupe de Pays qui conformément le G20 pour qu'ils tiennent leur promesse de ne pas prendre de nouvelles mesures protectionnistes et éliminent les mesures actuelles qui limitent le commerce<sup>3</sup>.

Le commerce en général, qu'il soit sous forme d'e-commerce ou sous forme traditionnelle, exige un environnement juste, transparent et ouvert pour pouvoir développer tout son potentiel, tant sur le marché international que national. Un terrain de jeu bien équilibré devrait être également ouvert à toutes les parties-prenantes, vendeurs, acheteurs, opérateurs logistiques nationaux étrangers, publics et privés.

## 2.2. Économie

Les Gouvernements et les entreprises multinationales étaient antan les principaux intervenants dans le commerce transfrontalier, alors que de nos jours la technologie numérique permet aux entreprises, mêmes très petites, ou aux entrepreneurs indépendants de devenir des "micro-multinationales" qui vendent et achètent des produits, des services et des idées au-delà de leurs frontières. Les modèles d'affaires traditionnels sont remis en cause par le paradigme du changement dans le commerce et des activités à échelles très petites en découlant, des micro-commandes aux micro-paiements et micro-expéditions.<sup>4</sup> L'importance mondiale des PME dans la croissance économique mondiale ne doit pas être sous-estimée. Seulement dans la zone économique de l'APEC, comme indiqué lors du Sommet des PME de l'APEC 2015<sup>5</sup>, les PME représentent plus de 97% du total des entreprises et elles emploient plus de la moitié des effectifs de travail de toutes les économies de l'APEC. Elles contribuent à 20-50% du PIB et représentent 35% des exportations directes.

Selon le McKinsey Global Institute, plus de 90 percent des vendeurs professionnels actifs sur eBay exportent à d'autres pays ; en comparaison, ce chiffre descend à moins de 25 pour cent dans le cas du petit commerce traditionnel. Ceci permet d'ouvrir de nouvelles routes aux entrepreneurs locaux, mais les confronte aussi soudainement à une multitude de différentes normes et régulations dans les pays où leurs clients sont basés. Par conséquent, les pays qui désirent stimuler la croissance de leurs PME devraient envisager l'e-commerce international comme une opportunité extraordinaire. Les PME grossistes, détaillants et fabricants sont tous des bénéficiaires de l'e-commerce.

Les procédures de dédouanement compliquées et obsolètes posent des problèmes au commerce international en général, mais ces obstacles sont encore plus considérables pour

<sup>3</sup> "WTO reports leveling of new G20 trade restrictions, but stockpile grows", WTO News 2 November 2015

<sup>4</sup> Global flows in a digital age: How trade, finance, people, and data connect the world economy, McKinsey Global Institute, April 2014

<sup>5</sup> APEC SME Summit 2015, [www.apecsmesummit2015.com](http://www.apecsmesummit2015.com)

les petites et moyennes entreprises ("PME"). Le monde dépuré et numérique de l'e-commerce offre des solutions rapides et simple aux e-détaillants et à leurs clients. Cependant, ce modèle commence à s'effriter s'il doit surmonter des modèles de dédouanement basés sur des procédés obsolètes.

Le haut coût de devoir évaluer les exigences relatives aux importations et de remplir toute la paperasserie limite la croissance de l'e-commerce. Les détaillants risquent leur réputation – et dans le cas des PME leur existence même – en raison des rétentions aux douanes, des livraisons tardives, ou des procédures inefficaces (ou non-existantes) de renvoi – qui sont des problèmes très courants dans certaines régions. En particulier, les détaillants sont très inquiets au sujet de la capacité de livrer leurs commandes – qui est la partie la plus importante des relations avec leurs clients.

### **2.3. Les droits de douanes et les taxes**

Pour que l'e-commerce puisse bien fonctionner, le coût associé à la livraison d'une commande doit paraître raisonnable au consommateur. L'Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE) a évalué que les droits de douane et autres barrières frontalières peuvent ajouter un surcoût de jusqu'à 24% au prix des marchandises vendues<sup>6</sup>. La lutte pour simplifier, normaliser et harmoniser les procédures de dédouanement dans le monde entier permettrait un commerce plus efficace et aurait un effet positif sur les coûts.

Il existe une grande possibilité d'adopter aussi les technologies appliquées à l'environnement de l'e-commerce au domaine des droits de douanes et taxes et de développer et appliquer des solutions e-Customs et e-Taxes. Ces solutions doivent reposer sur la technologie déjà disponible et s'éloigner des procédés basés sur le papier. Les relations commerciales ainsi qu'une bonne gestion coordonnée des transactions transfrontalières entre les gouvernements participants, tant au niveau national qu'international, assureront que les informations importantes relatives au contrôle et à l'évaluation des risques seront échangées dès le début de la chaîne d'approvisionnement et que le dédouanement des expéditions autorisées aura lieu dans les délais les plus brefs.

Les Gouvernements ont parfaitement le droit de contrôler leurs frontières pour éviter les fraudes, les pertes de revenus, le non-respect des droits de Propriété Intellectuelle et d'autres pratiques commerciales illicites. L'e-commerce représente de nouveaux défis et problèmes aux agences douanières et fiscales, mais les transactions e-commerce ne présentent aucun risque accru en relation aux autres formes de transactions internationales. L'e-commerce présente simplement de nouveaux participants au sein de l'économie mondiale et exige de meilleures méthodes d'encaissement des revenus et de gestion des risques.

Au vu du nombre rapidement croissant des expéditions par e-commerce, la solution capable d'assurer un contrôle durable et efficace de cet environnement exige des contrôles au niveau des procédures comptables, d'évaluation des risques et d'encaissement des revenus. Les Gouvernements sont encouragés à apprendre des nouveaux modèles d'encaissements de droits/taxes, comme celui de l'encaissement au travers du vendeur, discuté par l'OCDE. Ce modèle comptable d'encaissement des revenus est le même que celui qui est déjà appliqué aux transactions nationales. Il permettrait donc d'établir un terrain de jeux équilibré entre les transactions nationales et les internationales.

---

<sup>6</sup> Evdokia Moïse and Florian Le Bris (2013), "Trade Costs: What have we learned? A Synthesis Report", OECD Trade Policy Paper No. 150

Les contrôles traditionnels basés sur les transactions, qui sont ceux qui sont appliqués par la grande majorité des administrations douanières du monde entier, sont devenues des barrières qui représentent une menace pour la croissance économique. Les Gouvernements devraient maintenir les modèles actuels de facilitation, comme les seuils de minimis pour les droits de douanes et les taxes, jusqu'à ce que de meilleurs modèles d'encaissement, comme le modèle de l'«encaissement au travers du vendeur», ne soient introduits.

### 3. Les suggestions pratiques de l'E-Commerce pour les Gouvernements

Si bien il est vrai qu'il existe de nombreux problèmes réglementaires dans l'e-commerce B2C<sup>7</sup> \* y compris ceux, très importants, qui ont trait aux taxes et à la protection des consommateurs, les régulateurs devraient travailler avec des fournisseurs responsables pour réduire les obstacles existants. Les quatre entreprises de messagerie express représentées par la Global Express Association (GEA) ont pris l'engagement de coopérer en tant que partenaires de confiance avec les Agences douanières, fiscales et tout autre partie-prenante pertinente, afin de développer des solutions qui aideront à réduire les problèmes posés par l'e-commerce et à faciliter la réalisation de ce potentiel économiquement énorme. Les quatre suggestions suivantes ne sont que quelques-unes de nos idées sur la manière de résoudre les problèmes posés par l'e-commerce et d'ouvrir la porte à de nouvelles opportunités :

- I. Collaborer avec les expéditeurs, les transporteurs et les agences aux frontières pour évaluer les risques et les opportunités présentés par l'e-commerce et concevoir des politiques intelligentes et effectives, capables d'assurer et d'encourager la croissance de cette activité économique en plein essor ;
- II. Coordonner les efforts de la part des pays exportateurs et importateurs, des fournisseurs des plate-formes en ligne et des intermédiaires, comme le secteur des messageries express, afin tant de les sensibiliser à ce sujet que de les aider à se conformer aux obligations en matière de paiements, de sûreté et de sécurité.
- III. Éviter de dresser de nouvelles barrières contre les expéditions de l'e-commerce, par exemple, en augmentant le nombre d'inspections, en exigeant des documents additionnels, comme les données des cartes d'identité ou passeports, qui sont des mesures appliquées (ou en voie d'application) par de nombreux pays ;
- IV. Apprendre de ces nouveaux modèles d'encaissement des droits de douanes/taxes, comme celui de l'encaissement au travers du vendeur, discuté par l'OCDE. Ce modèle comptable d'encaissement des revenus est le même que celui qui est appliqué aux transactions nationales. Il permettrait donc d'établir un terrain de jeu équilibré entre les transactions nationales et les internationales ;
- V. Entre-temps, maintenir des seuils de minimis commercialement raisonnables pour tous les droits de douanes et taxes, à un niveau minimal, en ligne avec les clauses contenues dans l'Accord sur la Facilitation des Échanges de l'OMC ;
- VI. Développer des solutions e-Customs et e-taxation sans papier, en connexion avec toutes les parties prenantes pertinentes et utiliser des méthodes de sélection basées

---

<sup>7</sup> Note du traducteur : B2C (en anglais Business to Consumer) Se réfère au commerce entre l'entreprise et chaque consommateur

sur l'information visant l'amélioration de l'identification et du repérage des expéditions à haut risque ;

- VII. Permettre une concurrence juste entre les fournisseurs de services publics et privés, visant la réduction des coûts de transport, l'augmentation de la qualité des services et favorisant la croissance de l'e-commerce ;
- VIII. Permettre aux consommateurs de faire leurs propres choix au sujet de l'endroit où ils veulent acheter. Ceci permettra, non seulement d'améliorer la vie des personnes, mais aussi de réduire les coûts et de rendre l'économie plus efficiente.
- IX. Considérer la possibilité de négocier des accords commerciaux multilatéraux et plurilatéraux afin de promouvoir et faciliter l'e-commerce.