

Le Commerce électronique

Le commerce électronique ou e-commerce désigne l'échange de biens et de services entre deux entités sur les réseaux informatiques, notamment Internet.

On peut distinguer :

- 1) l'échange électronique entre entreprises, souvent appelé B2B, acronyme anglais de **Business to business**
- 2) le commerce électronique à destination des particuliers, ou B2C, acronyme anglais de **Business to consumer**. Il s'agit de sites web marchands, type télé-achat.
- 3) le commerce électronique entre particuliers, ou C2C, acronyme anglais de **Consumer-to-consumer**. Il s'agit de sites web permettant la vente entre particuliers.
- 4) l'échange électronique entre une entreprise et ses employés, souvent appelé Intranet ou B2E, acronyme anglais de **Business to employee**
- 5) l'échange électronique entre les entreprises privées et le gouvernement, souvent appelé B2G, acronyme anglais de **Business to government**

1) Les textes :

Lorsqu'un bien est vendu dans le cadre du commerce électronique, il s'agit aussi de vente à distance, et les lois qui y prévalent s'appliquent.

En France, les lois diffèrent selon que ce soit des biens ou des services qui sont achetés en ligne : lors de l'achat d'un bien manufacturé, l'acheteur dispose d'un délai de réflexion de 7 jours (ouvrés) pour retourner sa commande, lors de l'achat d'un service (un voyage ou un billet d'avion) l'acheteur ne dispose pas de ce délai afin de se rétracter.

2) Les biens et services :

Parmi les principaux biens et services vendus par Internet aux particuliers (B2C), on peut citer : les biens culturels : livres, CD et DVD, ...

les appareils technologiques : PC, électronique, hi-fi, ...

le tourisme et les voyages : billets de train, d'avion, locations, ...

les produits de grande consommation avec les supermarchés en ligne

Ainsi que des systèmes de vente spécialement adaptés au monde Internet :

développement de photographies numériques

téléchargement de musique

vente aux enchères entre particuliers

Enfin, de nombreuses entreprises proposent des services sur Internet, payants ou non : banque en ligne, assurance en ligne, presse en ligne

3) Les formes de vente sur le web :

Ventes combinées

Dans le monde du commerce électronique, l'expression click and mortar fait référence à des entreprises qui proposent de façon complémentaire :

de la vente par Internet (activités en ligne)

et de la vente en magasin ou en point de vente physique (distribution classique).

Cette expression anglaise est construite par analogie avec l'expression usuelle brick and mortar (des briques et du mortier).

On pourrait donc traduire cette expression en français par : click et magasin ou encore Internet et magasin. La FNAC en est un exemple classique.

Ces modèles de distribution click and mortar s'opposent à des modèles « tout virtuel » où seul le commerce en ligne est proposé aux clients. Certains opérateurs « tout virtuel » semblent réorienter une partie de leur stratégie de distribution vers du click and mortar.

Ventes multicanal

Développer une stratégie multicanal, permet d'associer Internet, la télévision numérique, les services mobiles et les magasins physiques. L'intérêt d'un tel dispositif est d'exploiter le nombre

croissant de consommateurs qui utilisent pour leur achat, de multiples canaux de distribution interactifs.

4) les problèmes juridiques

A l'heure de la mondialisation, l'Internet est devenu un vecteur formidable du commerce électronique. Pourtant, les questions relatives à l'achat de produits à l'étranger révèlent des difficultés, notamment en cas de litige.

En Europe :

Les pays européens doivent pour leur part transcrire dans leurs législations nationales les directives touchant ce domaine, ce qui rendra homogène les règles applicables entre chaque pays de l'Union européenne.

Hors Europe :

Dans le cadre du B2C et lorsqu'un achat a lieu en dehors de l'Union européenne, il convient d'être prudent, de savoir avec qui l'on fait affaire, et de bien connaître les conditions de la vente. En cas de litige grave, le seul recours pourrait être le dépôt d'une plainte et dans le pays de l'acheteur, et dans le pays du vendeur. Le droit français protège les consommateurs en indiquant qu'un acheteur ne saurait être privé de son droit à déposer plainte dans son pays de résidence. Il semble qu'il vaille mieux aussi avoir des notions du droit du pays dans lequel se situe le vendeur.

Lorsqu'il s'agit de B2B, le droit de la consommation laisse plutôt la place au droit du commerce international.

5) les problèmes fiscaux :

Quand un produit est acheté à l'étranger, les droits de douane et la TVA (ou son équivalent) sont à acquitter, comme si le produit était acheté sur le sol national.

En pratique :

pour tous les achats effectués à l'intérieur de l'Union européenne, il n'y a pas de droits de douane et la TVA qui s'applique est celle du pays d'achat du produit. Il peut donc être intéressant d'acheter dans les pays européens dont la TVA est plus faible (par exemple, celle de l'Allemagne est de 15%).

pour tous les achats effectués en dehors de l'Union européenne, les droits de douane et la TVA sont à acquitter à l'entrée sur le territoire. Comme l'acheteur n'est généralement pas présent au moment où la commande passe la frontière (le plus souvent il s'agit d'un aéroport), les services postaux sont assermentés pour encaisser ces taxes. En général ces taxes sont appliquées sous la forme de forfait ou de manière globale (coût du produit + port par exemple) ce qui peut renchérir de beaucoup le coût final de l'achat. Les sociétés privées sont mieux organisées pour ce travail que les services postaux traditionnels.

Les produits électroniques sont souvent stoppés et taxés aux frontières. Seuls les livres, qui bénéficient d'une TVA et de droits de douane très faibles, ne sont jamais bloqués par les services postaux car le coût du recouvrement serait plus élevé que les taxes elles-mêmes.

(d'après wikipédia)