

BUSINESS MODELS NUMÉRIQUES

Comment fonctionne une entreprise numérique ?

Il n'existe pas de business model numérique idéal. Des entreprises numériques de toutes tailles et de toutes formes prospèrent. Alors que les revenus des unes proviennent de la publicité, d'autres doivent leurs bénéfices à des services en ligne ou à la livraison de colis. Tous ces acteurs numériques ont un point commun : l'impact des actifs immatériels et de la propriété intellectuelle – et en particulier des logiciels – ne cesse d'augmenter.

Malgré leur diversité, les entreprises numériques partagent une caractéristique commune : elles investissent énormément dans la recherche et le développement dans le pays d'origine. Remarquons aussi le rôle clé de la propriété intellectuelle dans le modèle de rémunération. Par ailleurs, le succès d'une entreprise numérique dépend d'activités transfrontalières d'envergure (une masse critique qui génère à son tour des effets de réseau accrus) pour lesquelles la collecte de données et la participation de l'utilisateur jouent un rôle central.

Certaines entreprises numériques se caractérisent par le fait qu'elles n'ont pas de 'substance' ou de point de rattachement fiscal dans un pays. En d'autres termes, elles n'y sont pas présentes physiquement. Ainsi, Facebook n'a pas d'usines de production ou de centres logistiques, mais vit de ses recettes publicitaires mondiales. Les données, transactions et profils des utilisateurs sont enregistrés et vendus à des entreprises tierces.

CINQ BUSINESS MODELS NUMÉRIQUES

Le plus connu est le **modèle 'réseaux sociaux'** (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat ...), où l'activité repose sur les recettes publicitaires. En offrant des services gratuits à un grand public et en analysant les recherches de ce public, l'entreprise acquiert des données de profil qu'elle peut utiliser pour envoyer de la publicité ciblée au consommateur. Le véhicule commercial, qui possède aussi les actifs immatériels, est généralement établi dans un pays à faible taxation vers lequel sont transférés tous les revenus. De cette manière, un seul pays bénéficie des recettes fiscales sur les bénéfices réalisés dans différents pays.

Outre les réseaux sociaux, on distingue quatre autres business models numériques, comme les entreprises actives dans



l'économie collaborative. Elles font appel aux plateformes en ligne, qui ont surtout pour rôle de rapprocher la demande et l'offre. Pour ce rôle, les plateformes reçoivent en règle générale une rémunération forfaitaire ou un pourcentage du coût de la transaction. Quelques exemples connus sont Uber, Airbnb ou l'entreprise de coursiers à vélo Deliveroo. Dans ces situations, la plateforme touche des commissions et est taxée dans le pays où elle est établie.

Le troisième modèle est celui des **plateformes d'e-commerce** dans lequel des entreprises mettent des vendeurs et des acheteurs en contact en échange d'une transaction, d'une rémunération ou d'une commission ou dans lequel elles vendent leur propre stock (on parle alors du modèle 'resellers'). Ces entreprises sont généralement présentes physiquement dans le pays d'établissement, par ex. sous la forme d'un centre de distribution. Des exemples connus sont Alibaba, Zalando ou Amazon. Ce business model n'est pas tout à fait nouveau. Il est le successeur numérique des entreprises de vente par correspondance qui permettaient au consommateur de choisir et d'acheter des produits sur catalogue papier.

La distinction entre les entreprises numériques et les autres s'estompe. Qu'en est-il de la taxation ?

Les produits ne sont plus commandés par la poste, mais en ligne. Si les produits sont vendus depuis l'étranger, le vendeur doit éventuellement payer des droits de douane, des accises et une taxe d'emballage et appliquer le taux de TVA approprié.

Le quatrième modèle est le **modèle d'abonnement** dans lequel des entreprises offrent certains services ou produits électroniques exclusivement en ligne. Des exemples connus sont Netflix ou Spotify. Lorsqu'un consommateur achète ces services, il doit payer la TVA dans le pays de consommation. Les plateformes

(intégrées verticalement) ne se limitent pas à la simple vente. Elles gèrent toute la chaîne de la production jusqu'à la vente, en passant par la distribution. C'est le cas de Netflix qui a débuté comme loueur de films vidéo et est devenu à présent un grand producteur de films et autres médias.

Le dernier modèle est celui du **cloud computing**. L'entreprise met des logiciels et du matériel à disposition via un réseau. Ce modèle n'est pas problématique pourvu qu'il s'agisse d'un service usuel.

LA BELGIQUE PEUT-ELLE TIRER PARTI DE LA NOUVELLE TENDANCE ?

La possibilité pour les consommateurs de bénéficier d'une large offre de vendeurs issus du monde entier entraîne une concurrence accrue, plus d'innovation et un service à la clientèle poussé. Les nouveaux 'produits émergents', comme les big data, l'internet des objets (IoT), mais aussi l'impression en 3D accélèrent la digitalisation de toutes les composantes de la société. La distinction entre les entreprises numériques et les autres s'estompe.

La large diffusion de la digitalisation et la diversité des business models empêchent de concevoir un système fiscal sur mesure pour les entreprises 'purement' numériques. Une nouvelle taxation affectant tous les secteurs et toutes les entreprises risquerait de limiter la croissance économique, de générer plus d'incertitude et d'accroître le risque de double imposition.

Quel que soit le business model de l'entreprise et qu'elle soit purement numérique ou pas, la recherche et le développement – et en particulier les logiciels – sont critiques pour la réussite de l'activité. Les décisions et opérations stratégiques (concernant la technologie, le marketing, le business development, etc.) s'effectuent souvent au siège principal de l'entreprise, de sorte qu'il y a une réelle substance démontrable.

Plutôt que de se cantonner à rechercher des impôts au sens étroit du terme, les responsables politiques doivent s'efforcer de développer un climat d'investissement fructueux dans lequel un Google, un Facebook ou un Spotify belges pourront prospérer. Voir aussi l'article 'Une politique fiscale forte crée de la prospérité' à la p. 22. ■

ÉCONOMIE COLLABORATIVE, LA BONNE SOLUTION BELGE

Dans l'économie collaborative, les entreprises se concentrent surtout sur l'offre de services entre consommateurs. Le gouvernement belge a introduit un régime fiscal distinct qui permet à des personnes physiques de gagner un revenu complémentaire via des plateformes en ligne reconnues par les pouvoirs publics. Les revenus sont taxés à 10% seulement (20% avec 50% de déduction de frais professionnels) pour autant qu'ils ne dépassent pas 5.100 EUR par an. Les plateformes sont responsables de la perception et du versement de l'impôt.

Dans l'intervalle, le parlement fédéral a approuvé un nouveau régime, qui permet de gagner jusqu'à 500 EUR complémentaires par mois sans être taxé. Cela signifie que chacun pourra gagner 6.000 EUR de revenus complémentaires par an, exonérés d'impôt. La différence avec les revenus complémentaires taxés (10%) dans l'économie collaborative est que la nature du travail doit se situer dans le prolongement du travail associatif ou des services entre amis.