

PERFORMANCE NUMÉRIQUE

Votre rendez-vous mensuel



Le e-commerce à l'export

Il est fréquent qu'un e-commerçant soit sollicité par des clients étrangers. Tant et si bien que certains d'entre eux deviennent exportateurs par opportunité, sans maîtriser les enjeux relatifs à l'export.

Toutefois, il ne suffit pas de décréter du jour au lendemain que l'on souhaite vendre à l'international.

Une des premières démarches consiste à s'assurer que vos produits peuvent être vendus dans le pays : répondent-ils aux normes en vigueur ? Y a-t-il un marché pour ce type de produit ? Vos fournisseurs vous autorisent-ils à vendre à l'étranger, etc.

Ce point résolu, il reste à régler les problèmes liés aux fonctionnalités du site, aux droits de douane, à la TVA, à la logistique et au service après-vente.

Cette notice vous guide pas à pas à travers les étapes d'une démarche export via un site de vente en ligne.

Adaptation au pays

Il s'agit d'adapter le site aux habitudes des acheteurs potentiels. Selon les pays, une simple traduction des pages du site ne suffit pas ; il est peut-être nécessaire de concevoir un ou plusieurs sites spécifiques pour s'adapter aux us et coutumes du pays en question.

> La langue

Le vocabulaire

Une attention particulière doit être portée au vocabulaire du site, même si celui-ci est francophone. En effet, un Belge ou un Québécois emploient parfois un mot différent pour exprimer une même idée.

Il ne s'agit donc pas uniquement de traduire les pages d'un site : il faut également identifier les mots-clés

utilisés par un internaute au cours de leur recherche d'informations.

A titre d'exemple, l'application « Google Insight » permet de comparer la popularité de mots-clés par zone géographique.

En voici deux exemples :



2. Mot-clé utilisé pour rechercher une « serpillière »



1. Mot-clé utilisé pour rechercher un « pull »

Le référencement

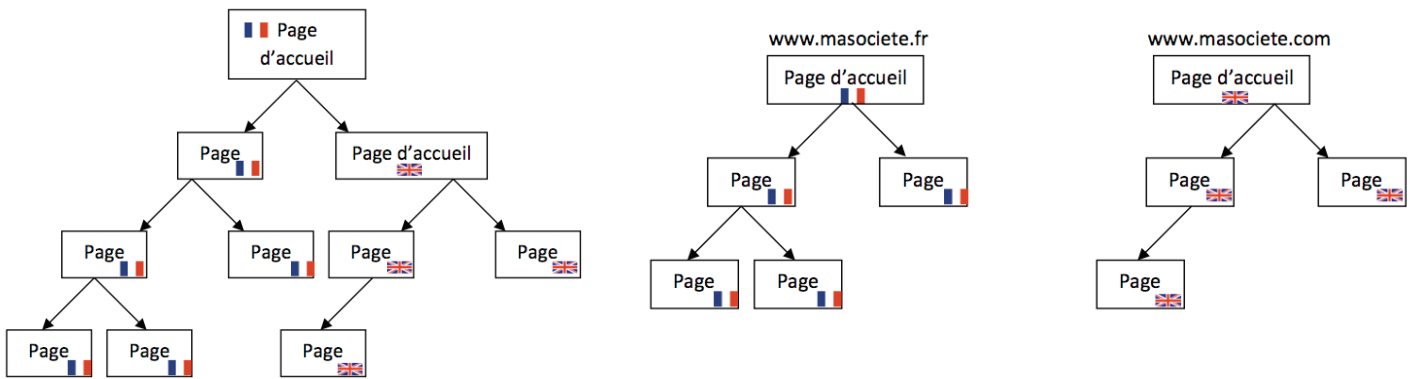
Si l'export n'est pas l'objectif premier du site internet, il n'est pas utile de faire figurer la double ou triple appellation d'un produit. Néanmoins, intégrer les autres désignations d'un produit (chandail, wassing) dans les balises de référencement¹ s'avère efficace et augmente la visibilité de vos pages dans les résultats de recherche.

Si votre site est en français et que vous ciblez des clients anglophones, il est déconseillé de créer des pages en anglais sur votre site initial : constatant la coexistence de pages de langues différentes, les robots des moteurs

¹ Balises de référencement : titre et description d'une page web et de ses images.

de recherche concluront alors à un manque d'harmonie dans le contenu du site. Au final, le site sera moins bien positionné dans les résultats des moteurs de recherche.

Il est préférable de distinguer les sites selon les cibles visées, en créant un site indépendant avec un nom de domaine en « .com », par exemple.



> La culture

Pour mieux prendre en compte la diversité culturelle des différentes régions du monde, une refonte du site est parfois nécessaire.

Voici quelques exemples de différences culturelles :

- **Le sens des couleurs** : en Chine, la couleur jaune a une connotation pornographique, l'association du rouge et du vert est signe de mauvais goût
- **Les illustrations** : éviter les images d'alpage dans les pays arides

- **Le contenu** : les internautes européens apprécient des sites au graphisme travaillé voire recherché, tandis que les Américains préfèrent les sites dépouillés, allant à l'essentiel dans un souci d'efficacité
- **Les références** : mettre en valeur des clients connus dans le pays où l'on souhaite exporter
- **Sens de lecture** : certaines langues ne se lisant pas de gauche à droite, il est impératif de modifier la maquette graphique des pages

> La monnaie

Les outils de gestion de boutique en ligne intègrent, dans leur grande majorité, la possibilité d'afficher des prix différents selon la devise de l'internaute.

Attention toutefois, les clients devront s'acquitter de frais de conversion monétaire.

Par ailleurs, tous les moyens de paiement ne sont pas valables à l'étranger (chèque, paiement en plusieurs fois). Il faut donc veiller à verrouiller certaines options selon le pays de l'acheteur.

● Intégrer les règles juridiques et fiscales

Il s'agit des règles générales relatives à la majorité des biens et services vendus sur Internet. Certains produits font néanmoins l'objet d'une législation particulière (nourritures, alcools, produits parapharmaceutiques, etc.) Sont considérés comme territoires d'exportation les zones géographiques en dehors de la France métropolitaine et Monaco. L'administration fiscale et les douanes font une distinction entre :

- Les pays de l'Union Européenne (UE)
- Les autres pays et les « territoires spéciaux » de l'UE comme les départements d'Outre-Mer, les Iles Féroé ou les îles Anglo-Normandes² pour qui les règles appliquées sont les mêmes que pour les pays hors de l'UE

La vente de produits dématérialisés tels que le téléchargement payant de logiciels ou de musique répond à des règles juridiques et fiscales complexes nécessitant les conseils d'un avocat.

> La TVA

D'une manière générale, les outils de gestion de boutique en ligne proposent un module de calcul automatique de la TVA. Voici néanmoins les règles à connaître :

La TVA dans l'Union Européenne

- Si le client dispose d'un numéro de TVA intracommunautaire³ (professionnel), vous facturez HT votre client assujéti à la tva dans son pays. Le numéro de TVA de

votre client doit figurer sur votre facture ainsi que la mention d'exonération de TVA. Attention à conserver tous les justificatifs pouvant prouver la sortie du territoire français (document de transport par exemple) pour pouvoir justifier la facturation HT en cas de contrôle.

- Si le client ne dispose pas de numéro de TVA intracommunautaire (particulier), la facture est établie sur la base de la TVA française. Toutefois, lorsque le vendeur français réalise plus d'un certain montant de chiffre d'affaires dans un pays étranger dans l'année, c'est la TVA du pays qui s'applique. Ce montant est différent selon le pays : 100 000 € pour l'Allemagne, 70 000 GBP pour le Royaume-Uni, 35 000 € pour la Belgique.
- Par ailleurs, le paiement d'une TVA étrangère implique de s'enregistrer auprès de l'administration fiscale du pays concerné et de respecter certaines règles de facturation.

La TVA hors de l'UE et dans les « territoires spéciaux »

Pour les ventes BtoB et BtoC, vous facturez votre client HT.

Le client devra s'acquitter des autres taxes, dont les droits de douane. Veillez bien à en informer le client dans vos conditions générales de vente (CGV).

Cependant, certains produits (biens d'occasion, œuvre d'art, vins, alcools) sont soumis à des régimes TVA particuliers.

Attention à conserver tous les justificatifs pouvant prouver la sortie du territoire européen (déclaration d'exportation, documents de dédouanement et de transport) pour pouvoir justifier la facturation HT en cas de contrôle.

> Les formalités douanières

Les livraisons intracommunautaires en B2B devront être reprises sur la DEB (déclaration d'échanges de bien).

Dans le cas des livraisons B2C, tant que vous vendez TTC TVA française incluse vous n'avez pas d'obligation déclarative à respecter. Si vous devez facturer TTC TVA du pays client, vous devez déposer une DEB expédition en France et une DEB introduction dans le pays client.

Dans le cas d'une exportation vers un pays n'appartenant pas à l'UE ou vers « un territoire spécial » les formalités douanières obligatoires sont les suivantes :

La déclaration en douane

Elle consiste à :

- Remplir un formulaire CP 72 contenant les deux déclarations en douane CN 23

- Etablir un Document Administratif Unique (DAU) si la valeur du colis dépasse 8 000 €

Le DAU et les récépissés postaux CP 72 et CN 23 doivent être conservés comme justificatifs. Ils permettent, entre autres, de justifier l'exonération de TVA.

Les obligations documentaires

Chaque pays a ses exigences propres. Voici la liste des principaux documents utilisés dans les échanges internationaux :

- La facture pro forma⁴
- Le certificat d'origine
- Le certificat de conformité ou certificat phytosanitaire
- La liste de colitage
- L'attestation d'assurance

Certains produits sont soumis à des réglementations spécifiques préalables à l'exportation (vins et spiritueux soumis à droits d'accises, autorisation d'exportation pour les biens à double usage, etc.)

Les envois vers les départements d'Outre-Mer sont soumis à une réglementation moins contraignante que les autres « territoires spéciaux » de l'UE.

● Gérer le transport

Certains outils de gestion de boutique en ligne permettent de calculer automatiquement les frais de port à la charge du client en fonction des tarifs des transporteurs.

Il faudra néanmoins veiller à verrouiller certaines options, comme la livraison en 24 h ou en point relais, si celles-ci ne sont pas applicables au pays destinataire.

Par ailleurs, lorsque le volume d'export vers un pays devient conséquent, il est conseillé d'y implanter des points de stockage de proximité pour réduire les coûts de livraison.

² Liste exhaustive des « territoires spéciaux » : France : Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion/Allemagne : Ile de Helgoland et Territoire de Büsingen/Danemark : Iles Féroé et du Groenland/Espagne : Iles Canaries, Ceuta et Melilla/Italie : communes de Livigno et de Campione/Grèce : le Mont Athos/Royaume Uni : Iles Anglo-Normandes/Finlande : Iles Åland/Chypre : zone septentrionale.

³ Possibilité de vérifier un n° de TVA intracommunautaire sur : http://ec.europa.eu/taxation_customs/vies/vieshome.do

⁴ La facture pro forma doit faire mention des coordonnées exactes des parties contractantes avec si possible le nom des représentants respectifs de chaque société, d'une description détaillée du produit ou service avec tous les aspects techniques et les détails du conditionnement (volume, poids et emballage), des modalités de transport et délais de livraison, du prix détaillé (prix unitaire, etc.).

● Gérer la relation client

Vis-à-vis de vos clients étrangers, il est impératif de :

- Fournir des conditions générales de vente adaptées à l'export: droits de douane éventuels, conditions des retours produits, etc.
- Produire une facture et des CGV de préférence en anglais s'ils ne sont pas francophones.
- Les informer d'un délai approximatif de livraison

- Leur répondre par email ou par téléphone en anglais s'ils ne sont pas francophones.
- Transmettre un numéro de téléphone aux normes internationales (avec l'indicatif d'appel vers la France) et éventuellement les informer du coût approximatif de la communication.

Votre prochain rdv numérique :
« ERP, quelle réponse pour les PME ? »



VOTRE CONTACT

Samuel COSTE

05 53 35 80 31 - 06 20 42 97 58

s.coste@dordogne.cci.fr

www.dordogne.cci.fr



● Travaillez en Dordogne avec Corner Cow

TÉLÉ-TRAVAILLEZ EN DORDOGNE

REJOIGNEZ LE 1^{ER} RÉSEAU
« DE BUREAUX »
100% CONNECTÉS

www.corner-cow.fr

Réseau Partage
Bureaux partagés
Echanges Connexion haut débit
coworking Salles de réunions
Wifi travail
Machines Open space
à café réunions
Dordogne
Accès sécurisé

Déjà 4 centres de télétravail ouverts en Dordogne !
Périgueux, Vélignes, Villefranche du Périgord, Hautefort

CORNER COW®