

E-commerce à l'international



Damien JACOB

Fondateur du cabinet conseil Retis.be

Chargé de cours & formations à l'Université de Strasbourg, HEC-ULiège et CCI Luxembourg



RETIS
DIGITAL CONSULTING



- Cabinet conseil spécialisé en Digital Marketing et E-commerce
- Propose des services de conseil, coaching et formation aux entreprises et indépendants : audit juridique, e-marketing, sélection solutions et agences, stratégies commerciales, etc.



Retis.be



@Retis

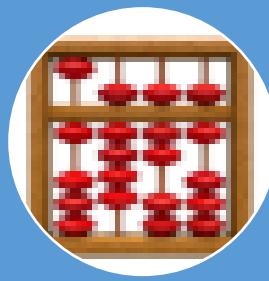


/company/Retis-consult



/Retis-consult

Pourquoi vendre en ligne à l'étranger



C'est vital pour un e-commerce de niche d'atteindre une taille critique de C.A.



C'est plus facile et moins coûteux d'exporter en ligne en direct qu'en déployant un réseau de distributeurs physiques



De toute façon, il y aura spontanément des demandes d'achat provenant de l'étranger
→ utile d'anticiper...



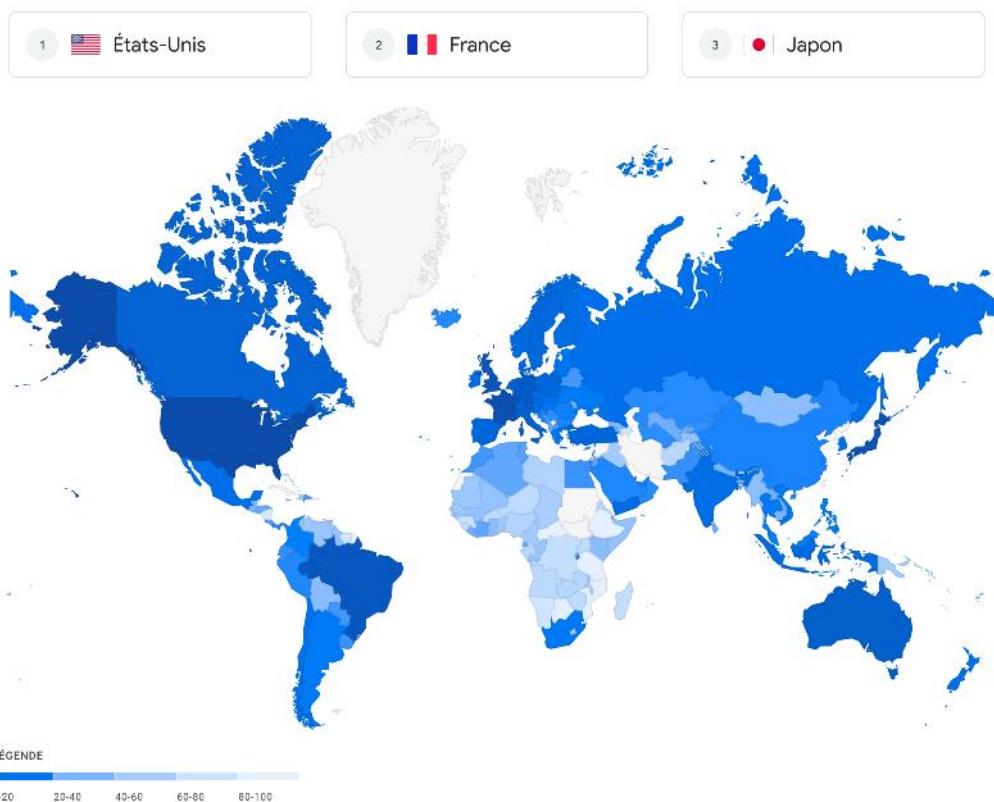


Google Market Finder

Vos principaux marchés recommandés

Nous avons identifié les marchés qui vous offrent les meilleures opportunités de croissance. Pour cela, nous nous sommes appuyés sur des métriques clés concernant les catégories que vous avez sélectionnées.

Découvrez vos premières recommandations ci-dessous.



		États-Unis	France	Allemagne	
Filtrer les marchés					
Mode de calcul des suggestions de marchés	Recherches mensuelles (toutes catégories confondues)	Enchère recommandée par Google Ads	Revenu net réel disponible des ménages	Indice de la facilité de faire des affaires (classement)	
1 États-Unis	9,5 M	Moyenne	50,3 k \$	# 6	Supprimer
2 France	9 M	Très faible	34,4 k \$	# 32	Supprimer
3 Japon	7 M	Très faible	31 k \$	# 29	Sélectionner
4 Royaume-Uni	6 M	Faible	32 k \$	# 8	Sélectionner
5 Allemagne	4,5 M	Faible	39,4 k \$	# 22	Supprimer
6 Brésil	8,5 M	Très faible		# 124	Sélectionner
7 Australie	2,5 M	Faible	39,9 k \$	# 14	Sélectionner
8 Italie	3 M	Très faible	30,3 k \$	# 58	Sélectionner
9 Turquie	4 M	Très faible	19,3 k \$	# 33	Sélectionner
10 Pays-Bas	2 M	Faible	34,8 k \$	# 42	Sélectionner



Vendre en ligne à l'étranger



Les défis à relever

Les 3 principaux défis pour développer un e-commerce à l'international

Les défis sont liés aux nombreuses particularités nationales à encore prendre en considération en Europe

Particularités linguistiques et culturelles

- Adaptation de l'offre et de l'(e-)marketing
 - Expressions nationales
 - Habitudes (e-)commerciales nationales

Particularités au niveau des prestataires / solutions de paiement et de logistique

- Défis organisationnels:
 - Paiement en ligne
 - Logistique

Particularités réglementaires et fiscales

- Adaptation pour être en conformité:
 - Lois nationales (ex: taxes emballages,...)
 - Règles d'application TVA intra-communautaire

Entrez votre recherche

Mon compte

 0 Mon panier
0,00 €*

Personnaliser

Homme

Femme

Enfant

Cadeaux personnalisés

Extras

Motifs

Aide & Contact

CRÉEZ VOUS-MÊME VOTRE T-SHIRT DE FAN

À partir de **13,99 €**

Prix TTC hors frais de livraison.

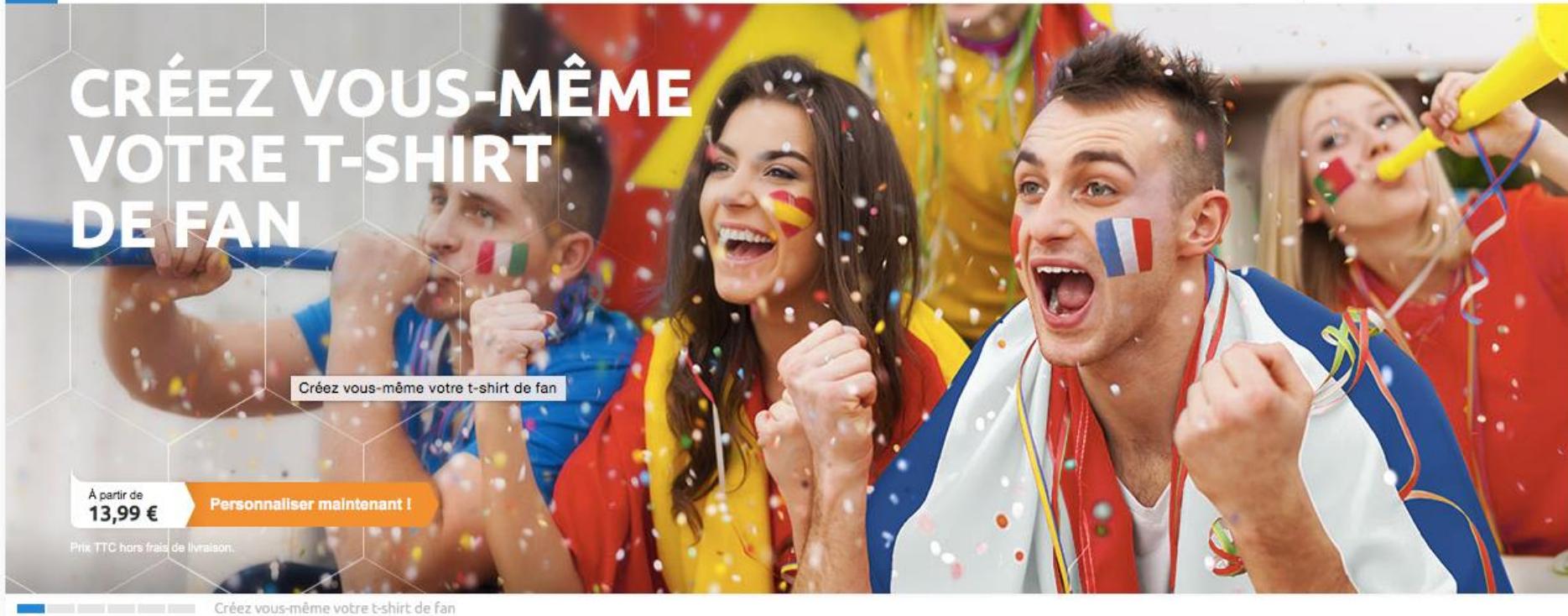
Personnaliser maintenant !

Créez vous-même votre t-shirt de fan

SPÉCIAL FÊTE DES PÈRES

Idées cadeaux pour le meilleur des papas.

**VOTRE PHOTO SUR VOTRE T-SHIRT**Impression pour
4,50 €**12,99 €**



**CRÉEZ VOUS-MÊME
VOTRE T-SHIRT
DE FAN**

Créez vous-même votre t-shirt de fan

À partir de **13,99 €**

Prix TTC hors frais de livraison.

Personnaliser maintenant !

Créez vous-même votre t-shirt de fan

**SPÉCIAL FÊTE
DES PÈRES**

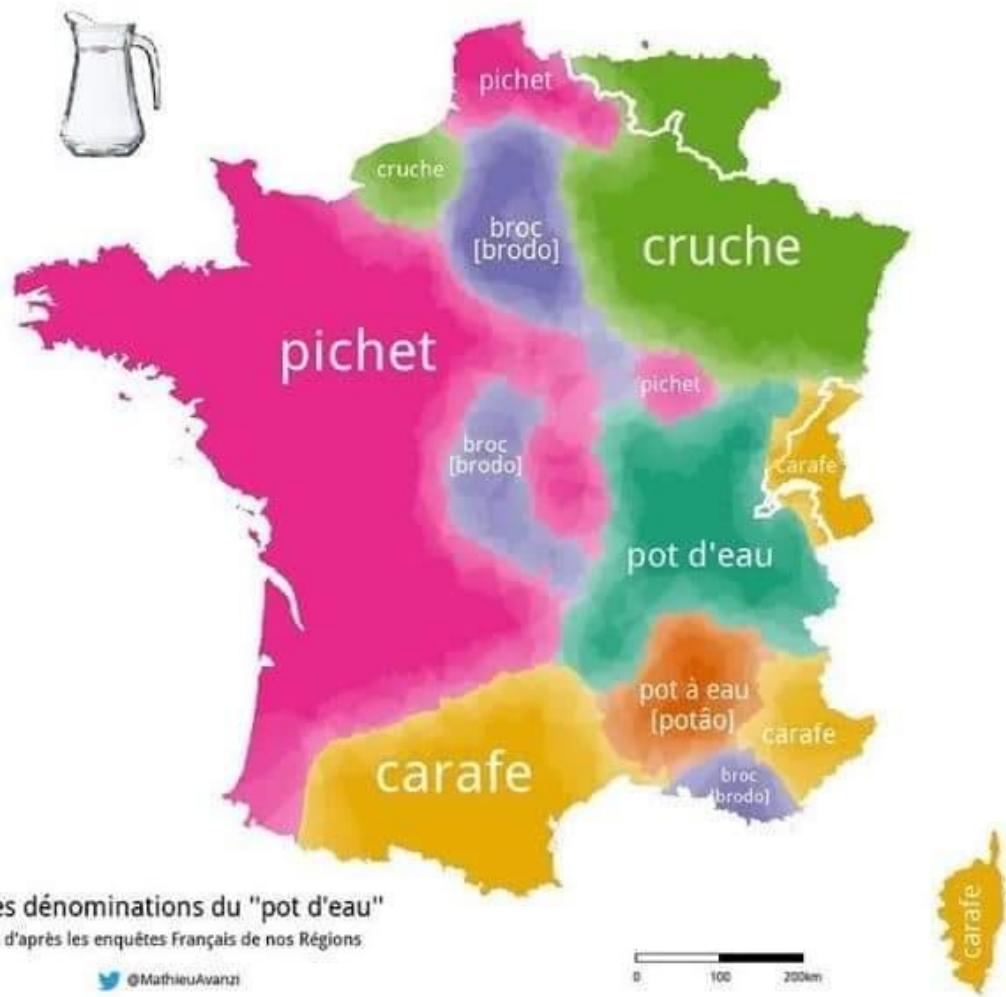
Idées cadeaux pour
le meilleur des papas.

**VOTRE PHOTO SUR
VOTRE T-SHIRT**

Impression pour
4,50 €

**12,99 €**

Déclinaisons...



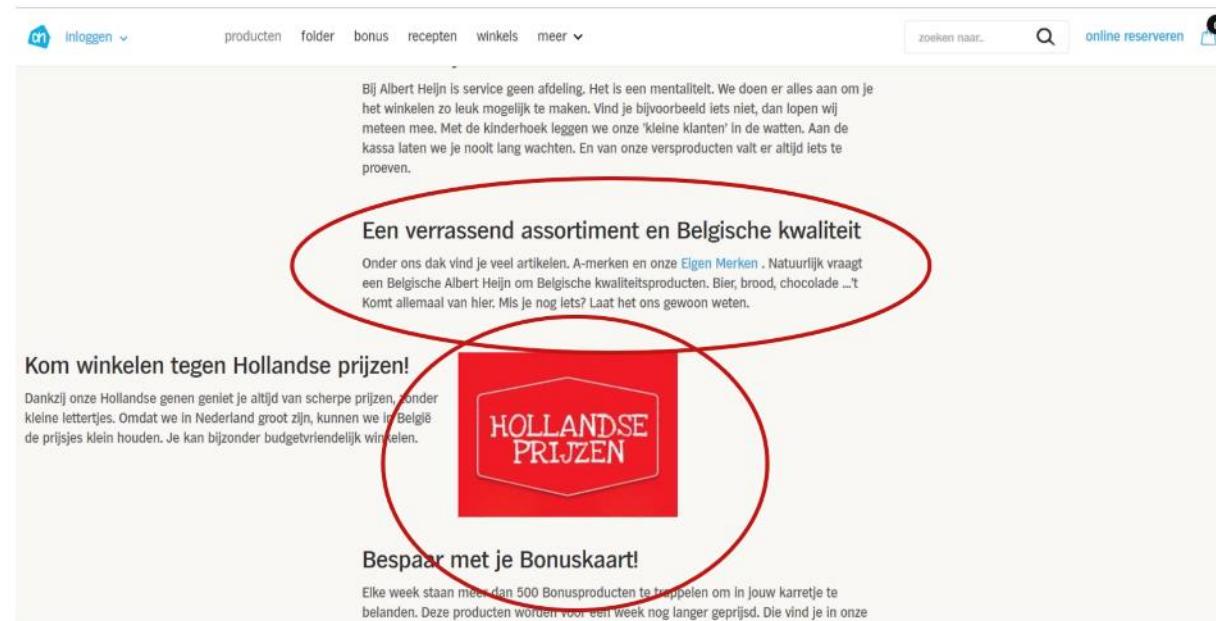
Style rédactionnel

France

- Métaphorique, jeux de mots
- Vocabulaire raffiné, diplomatique
- Emotionnel
- Humour léger

Pays-Bas

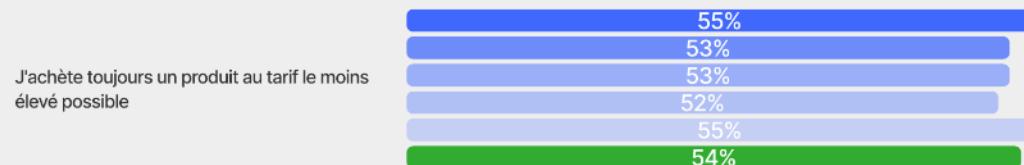
- Descriptif, factuel
- « To the point »
- Rationnel, concret
- Ironique



Fin 2023

En ce qui concerne vos achats en ligne, de quelle manière votre comportement d'achat a-t-il évolué, le cas échéant, depuis les 12 derniers mois ?

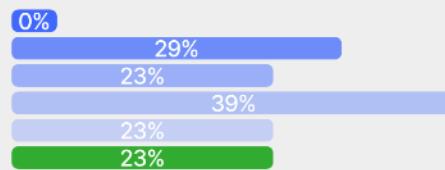
Allemagne Royaume-Uni France Pays-Bas Belgique Moyenne



Je suis davantage fidèle aux marques qui offrent un bon service client ou une expérience client de qualité



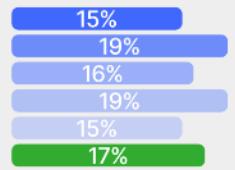
Je suis plus enclin·e à utiliser des options de financement du type « achetez maintenant, payez plus tard »



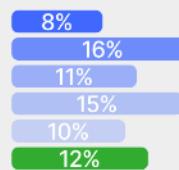
Je suis moins enclin·e à répondre aux publicités que je vois sur Internet (réseaux sociaux, moteurs de recherche, etc.)



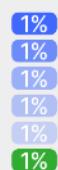
Je suis plus enclin·e à retourner un article pour lequel j'ai des doutes



Je suis moins enclin·e à ajouter des produits connexes dans mon panier



Mon comportement d'achat n'a pas changé



Top 10 retailers on heavy shoppers

↗ ↘ ↛ Market share evolution vs. last month (LM) | last year (LY)



Heavy shoppers
Top 20% of online shoppers
who spend the most

Medium shoppers
Following 30%

Light shoppers
Remaining 50%

Les 3 principaux défis pour développer un e-commerce à l'international

Particularités **linguistiques et culturelles**

Particularités au niveau **des prestataires / solutions de paiement et de logistique**

Particularités **réglementaires et fiscales**

- Défis organisationnels:
 - **Paiement en ligne**
 - **Logistique**

} **Frontières tarifaires**

PAIEMENT EN LIGNE

Conseils pour son e-shop



PAIEMENTS & REMISES



Ajouter des cartes-cadeaux



Mode de paiement

Carte



PayPal



Les logos presque incontournables pour les pays riverains...



- Allemagne : Sofort, Giropay
- Autriche : Sofort, EPS
- France: Carte bleue
- Pays-Bas: iDeal
- Belgique: Bancontact
- Danemark : Dankort (carte de débit)
- Autres pays scandinaves: Klarna
- Suisse, PostFinance Card (carte de débit)
- Italie : Nexi, SisalPay.
- Portugal: Multibanco

LOGISTIQUE

Gestion de votre Boutique en ligne



Habitudes culturelles au niveau des livraisons

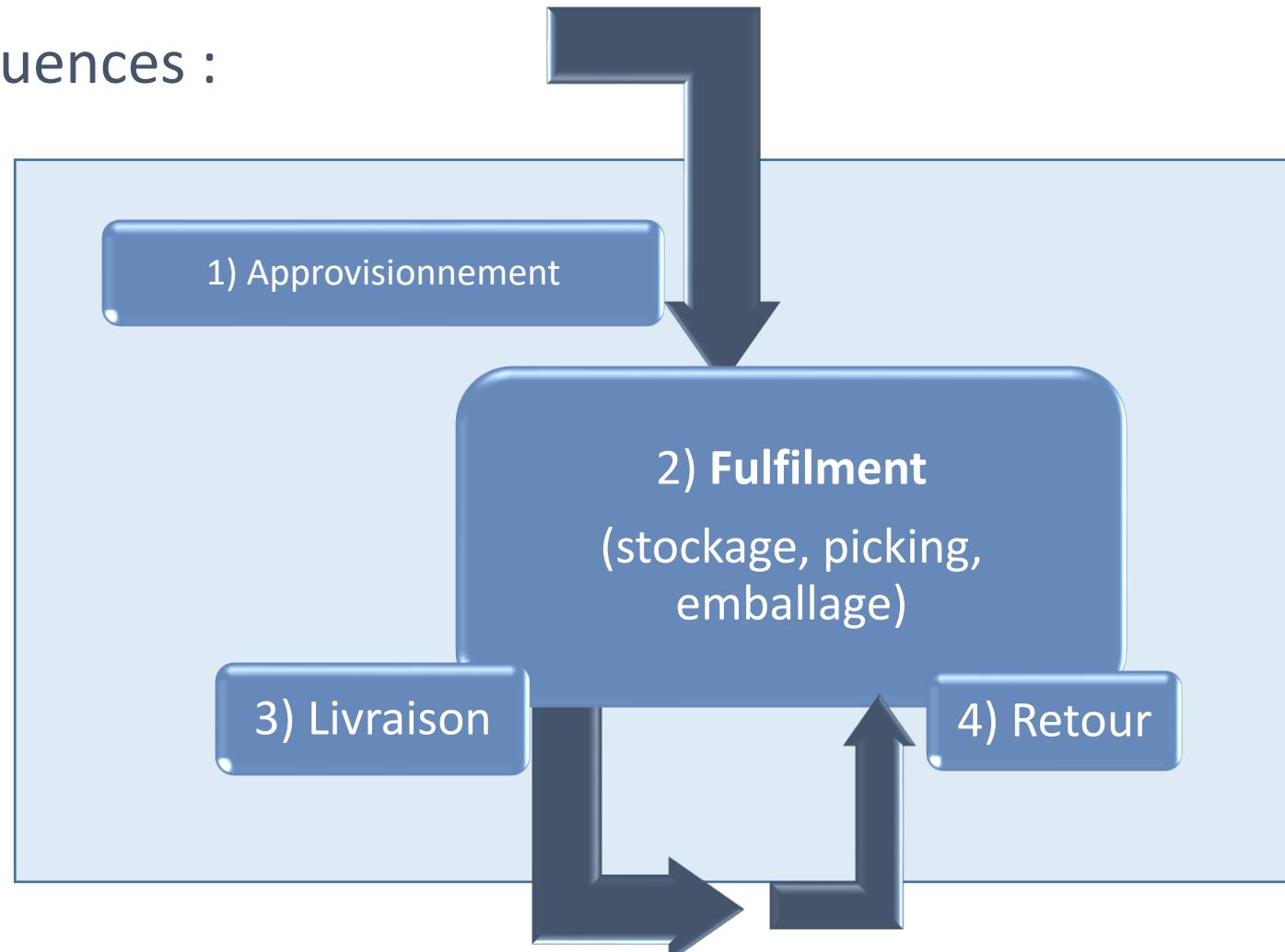
- FR La livraison en magasin ou en point relais est privilégiée par 76% des Français.
- DE la livraison dans une **consigne** est privilégiée par 31% des acheteurs allemands.
- GB Le **click and collect** en magasin est plus privilégié des consommateurs britanniques (68%)
- IT GB 20% des personnes interrogées ont opté pour **une livraison sur leur lieu de travail**, les plus séduits sont les Italiens (25%) et les Britanniques (23%)
- GB Les offres de livraison le week-end attirent 34% des acheteurs britanniques et américains, mais se révèlent moins attrayantes auprès des clients français (13%) et italiens (14%).

(étude « State of e-Commerce Delivery – MetaPack »; extrait publié dans www.ecommercemag.fr - "Livraison et e-commerce : les attentes des consommateurs européens divergent")

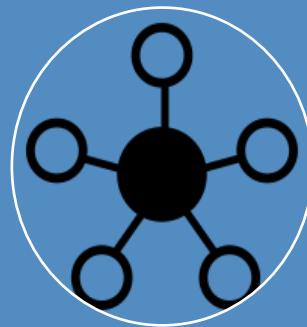


Soigner la logistique e-commerce

Les 4 grandes séquences :



Solutions pour desservir le marché européen



Approche 'mono-site'

Un point unique de stockage, mais des délais peuvent être importants pour la livraison

Pour être compétitif, il peut être judicieux de pratiquer "**l'injection directe**" en acheminant les colis par camionnette directement vers le hub du logisticien étranger le plus proche.



Approche 'multi-sites'

- Délais de livraison plus courts
- Expédition moins coûteuse
- Coûts fixes supérieurs. Impact sur la trésorerie



'drop shipping'

(envoi directement par le fabricant)

Service « Expédié par Amazon » Pan-Européen

« Fulfilment by Amazon » permet aux e-commerçants de stocker leurs produits dans les centres de distribution d'Amazon.

Amazon prend en charge :

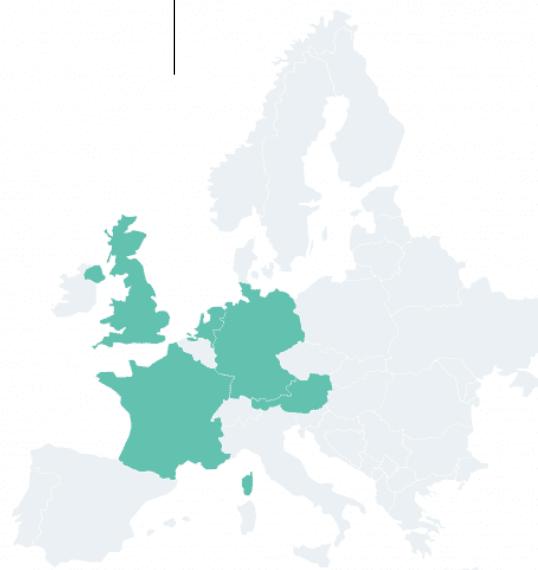
- la préparation des commandes,
- l'emballage,
- l'expédition,
- le service client et la gestion des retours

<https://services.amazon.fr/services/expedie-par-amazon/compte-vendeur-europeen-et-reseau-de-distribution.html>



Exemples de logisticiens spécialisés à l'international

- IMX Postal
 - Getbyrd.com
 - SevenSenders,...
- (injection colis à l'international)
- Crosslog.fr



Crosslog

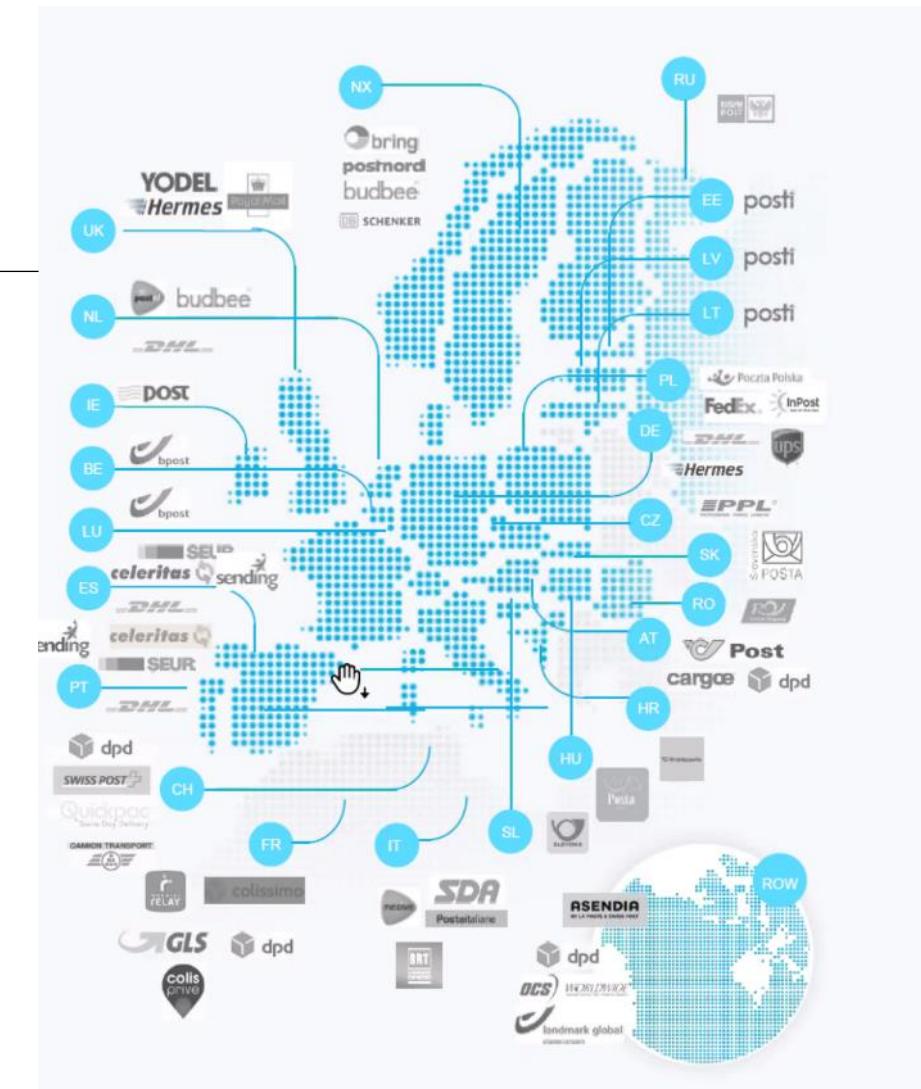
ORGANISATION EXPERTISE GLOBALE SOLUTIONS RÉFÉRENCES TALENTS ACTUALITÉS CC

DES PRESTATIONS PREMIUM

- La réception de vos marchandises dans notre entrepôt sous douane avec un dédouanement selon vos besoins.
- Le contrôle de vos produits lors de la réception de votre marchandise et une mise en stock par la suite.
- La préparation de vos commandes reçues de votre e-boutique selon votre cahier des charges.
- La gestion des expéditions avec un large choix de modes de livraison à des tarifs préférentiels.
- La mise à disposition d'outils de suivi et de reporting pour une parfaite visibilité en temps réel de votre supply chain.
- La mise en place d'outils nécessaires à la gestion de la relation client : communication unifiée, campagnes marketing...

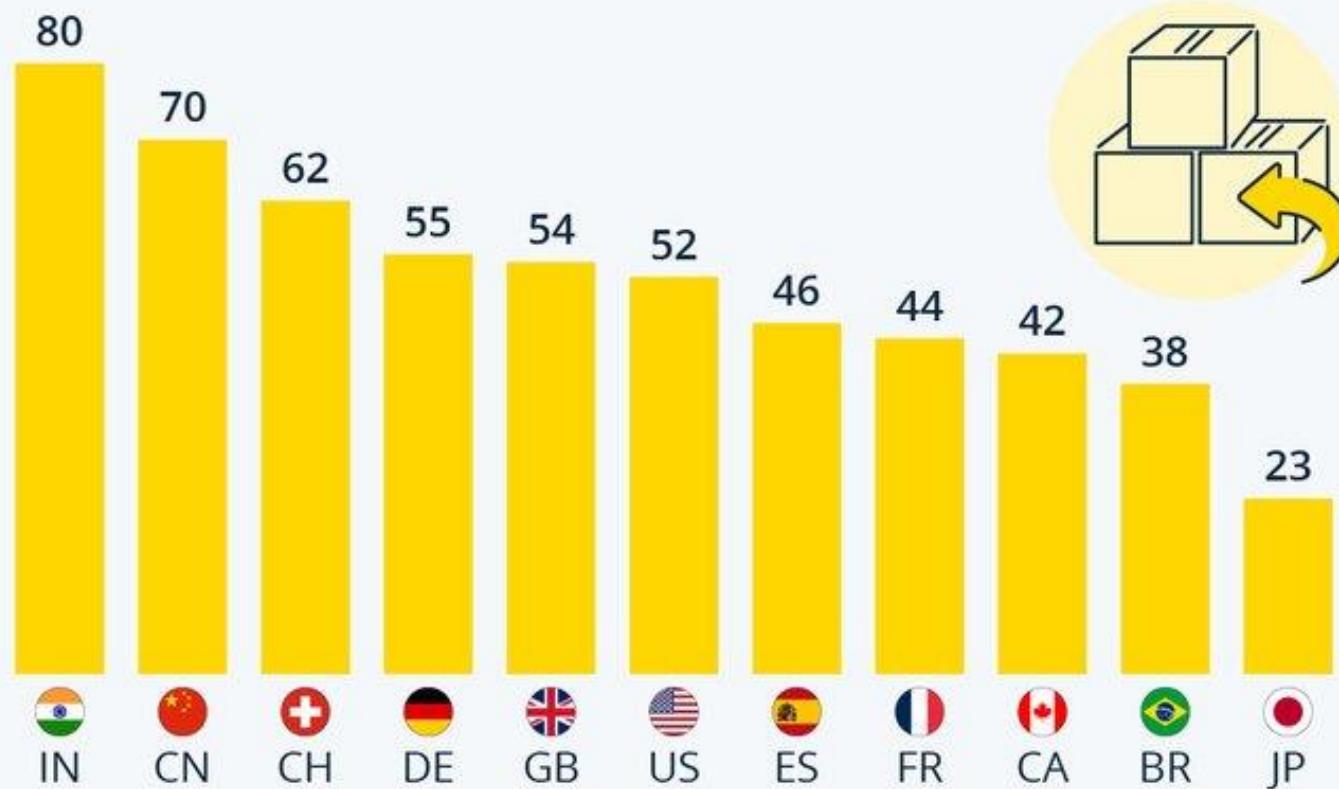
LES AVANTAGES DE LOGISTIC PREMIUM

- Une offre complète et sur-mesure pour des expéditions en France et à l'international.
- Une organisation logistique adaptée à vos flux B To B et B To C.
- Une solution de transport à l'international pour vos approvisionnements.



Retour à l'envoyeur

Proportion d'internautes ayant retourné un produit acheté en ligne au cours des 12 derniers mois, en %*



* Base : 1 500 à 10 000 répondants par pays (18-64 ans), interrogés entre octobre 2022 et septembre 2023.

Source : Statista Consumer Insights



Les 3 principaux défis pour développer un e-commerce à l'international

Particularités
linguistiques et
culturelles

Particularités au niveau
des prestataires /
solutions

Particularités
réglementaires et
fiscales

- Adaptation pour être en conformité:
 - Lois nationales (ex: taxes emballages,...)
 - Règles d'application TVA intra-communautaire

Ils ont disparu entre les Etats membres...



Et le marché unique de l'e-commerce ?!



Taux de TVA selon les Etats membres (2023)

Pays	Taux normal	Taux réduit	Taux super réduit
Allemagne	19%	7%	
Autriche	20%	10 / 13 %	
Belgique	21%	6/12%	
Bulgarie	20%	9%	
Croatie	25%	5 / 13%	
Danemark	25%	X	
Espagne	21%	10%	4%
Finlande	24%	10/14%	
France	20%	5,5 / 10 %	2,1%
Grèce	24%	6/13%	
Irlande	23%	9/13,5%	0 % / 4,8%
Italie	22%	5 / 10%	4%
Luxembourg	17%	8%	3%
Pays Bas	21%	9%	
Portugal	23%	6/13%	
Suède	25%	6/12%	
Chypre	19%	5/9%	
Estonie	20%	9%	
Hongrie	27%	5/18%	
Lettonie	21%	5/12%	
Lituanie	21%	5/9%	
Malte	18%	5/7%	
Pologne	23%	5/8%	
Rep. slovaque	20%	10%	
Rép. tchèque	21%	10/15%	
Roumanie	19%	5/9%	
Slovénie	22%	5 / 9,5%	

https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf

Règles TVA intracom. e-commerce (résumé)

B to B ?

(sauf services prestés dans le pays du vendeur)

Facturation HTVA possible

(l'entreprise auto-liquidera le montant de la TVA dans sa déclaration)

<! Bien vérifier l'identité et n° TVA intracom. de l'acheteur !

B to C ? (ou BtoB vers des structures non assujetties TVA ?)

Facilité accordée si total du CA annuel dans l'ensemble des autres Etats membres < de 10000 €

➔ TVA du vendeur

(sauf si produits soumis à « accises »: alcool...)

➔ Application du taux TVA du pays du consommateur

Souhait de récupérer la TVA sur les factures entrantes de fournisseurs situés dans d'autres pays européens?
ou vente de produits soumis à accises (ex: Alcools, tabacs, cafés,...) ?

NON

/

OUI



- 1) Déclaration trimestrielle + paiement sur **plateforme OSS**
- 2) Registre des ventes pendant 10 ans

<!
Obligation d'enregistrement et de paiement dans chaque pays concerné

Conclusions

Le numérique a rendu le développement à l'international beaucoup plus accessible

Sur le plan opérationnel, 3 points d'attention néanmoins:



1. Le consommateur souhaite payer avec les moyens de paiement en ligne auxquels il a confiance
→ proposer les moyens de paiements nationaux en plus de la carte de crédit et Paypal
2. Le consommateur est généralement exigeant au niveau délais de livraison et respect de ceux-ci
→ être très bien organisé / vendre via marketplaces
3. Tenir compte que le marché unique de l'e-commerce n'est encore que partiel. Attention à la bonne application de la TVA intracommunautaire



www.retis.be



Contact : +32 4 221 44 08 / +32 474 68 01 09
 damien@retis.be
 <http://linkedin.com/in/damienjacob>

Dossier: <https://www.retis.be/ecommerce-international>