

# E-commerce à l'international



**Damien JACOB**

Fondateur du cabinet conseil [Retis.be](https://www.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

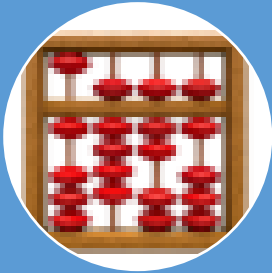


/company/Retis-consult



/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

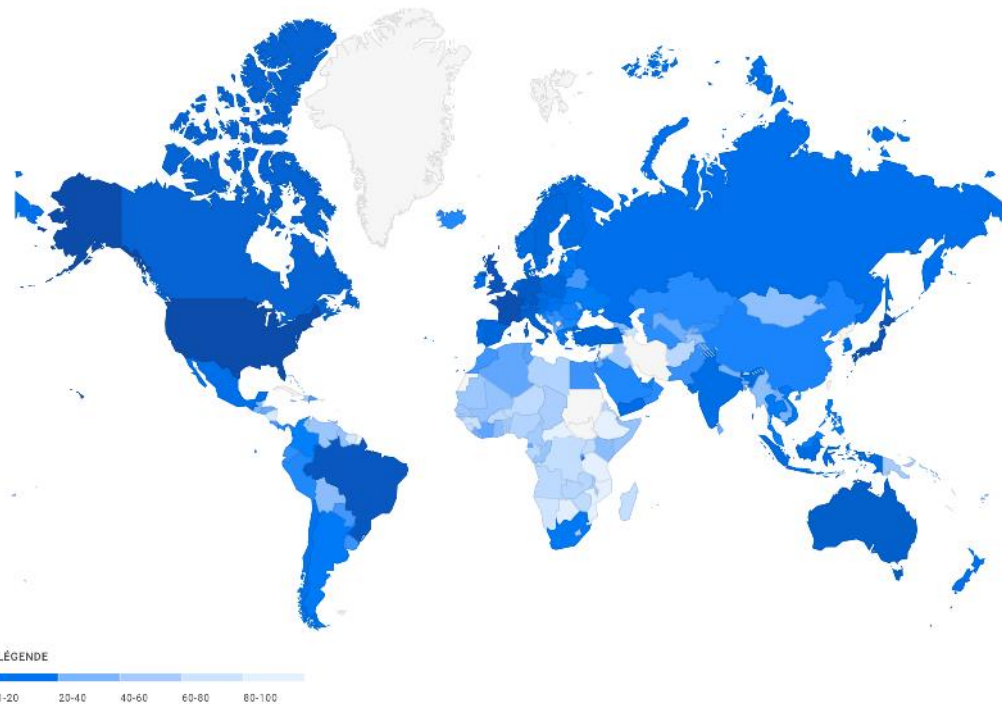
Nous avons identifié les marchés qui vous offrent les meilleures opportunités de croissance. Pour cela, nous nous sommes appuyés sur des métriques clés concernant les catégories que vous avez sélectionnées.

Découvrez vos premières recommandations ci-dessous.

1  États-Unis

2  France

3  Japon



🇺🇸 États-Unis

🇫🇷 France

🇩🇪 Allemagne

Filtrer les marchés

Mode de calcul des suggestions de marchés

Recherches manuelles (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



Personnaliser

Homme

Femme

Enfant

Cadeaux personnalisés

Extras

Motifs

Aide &amp; Contact

# CRÉEZ VOUS-MÊME VOTRE T-SHIRT DE FAN

À partir de  
**13,99 €**

Personnaliser maintenant !

Prix TTC hors frais de livraison.

Créez vous-même votre t-shirt de fan

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 €**



Personnaliser

Homme

Femme

Enfant

Cadeaux personnalisés

Extras

Motifs

Aide & Contact



Service Express

# CRÉEZ VOUS-MÊME VOTRE T-SHIRT DE FAN

Créez vous-même votre t-shirt de fan

À partir de  
**13,99 €**

**Personnaliser maintenant !**

Prix TTC hors frais de livraison.

Créez vous-même votre t-shirt de fan

## SPÉCIAL FÊTE DES PÈRES

Idées cadeaux pour  
le meilleur des papas.



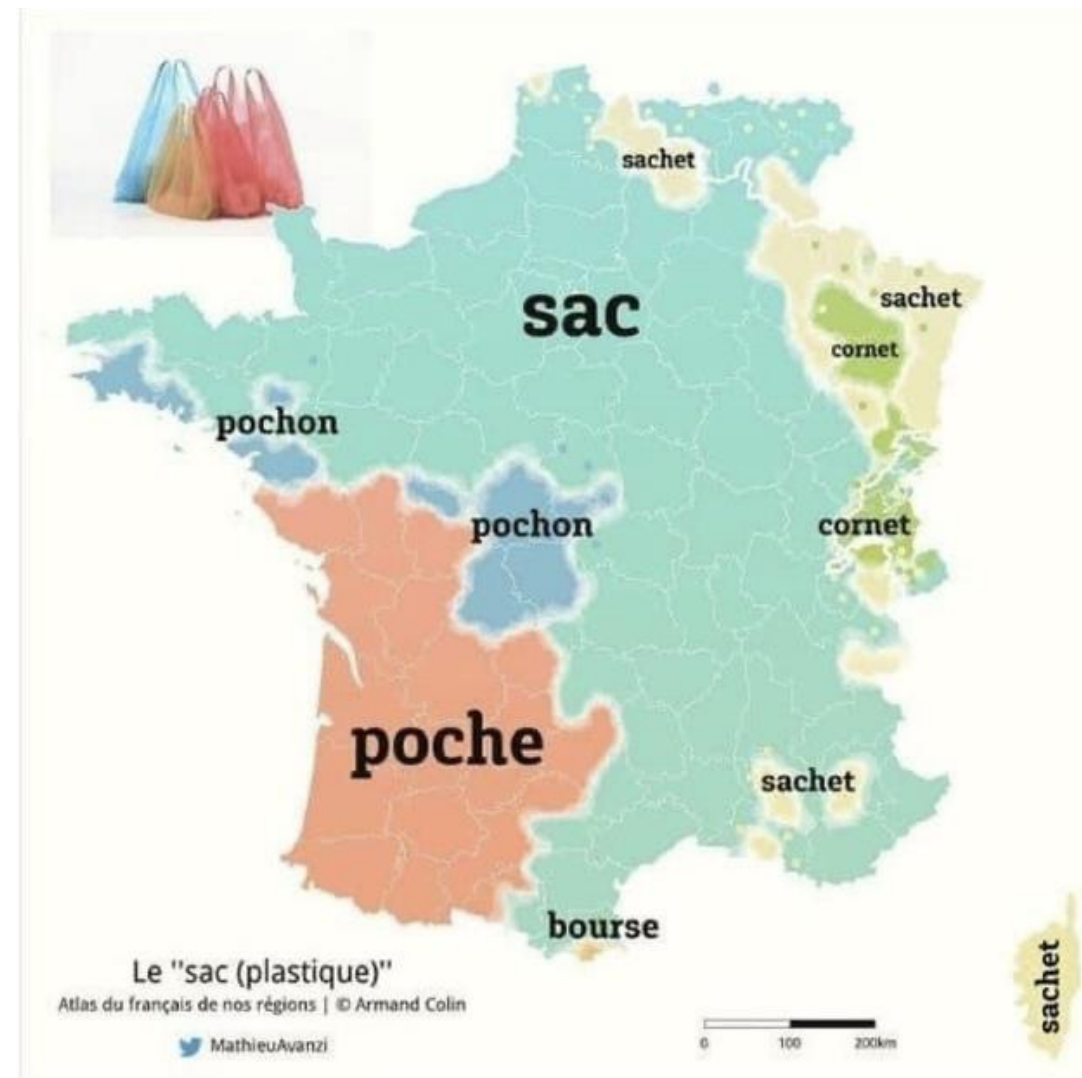
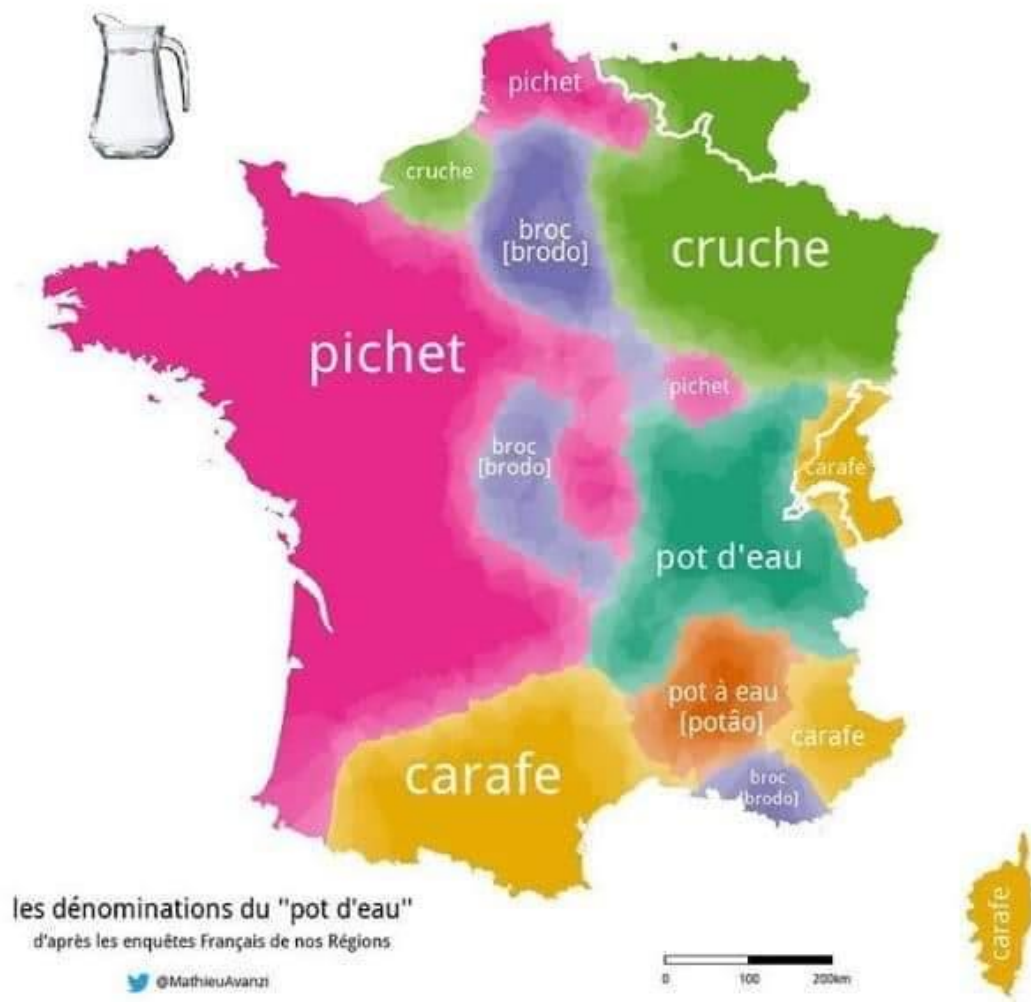
## VOTRE PHOTO SUR VOTRE T-SHIRT

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

The screenshot shows the top navigation bar of the Albert Heijn website with links for 'inloggen', 'producten', 'folder', 'bonus', 'recepten', 'winkels', and 'meer'. A search bar and a link to 'online reserveren' are also visible. The main content area features several text blocks and banners. The first block describes the company's service mentality. The second block, titled 'Een verrassend assortiment en Belgische kwaliteit', promotes Belgian products. The third block, titled 'Kom winkelen tegen Hollandse prijzen!', promotes Dutch prices and includes a red banner with the text 'HOLLANDSE PRIJZEN'. The fourth block, titled 'Bespaar met je Bonuskaart!', promotes a bonus card. Red circles are drawn around the second and third blocks.

Bij Albert Heijn is service geen afdeling. Het is een mentaliteit. We doen er alles aan om je het winkelen zo leuk mogelijk te maken. Vind je bijvoorbeeld iets niet, dan lopen wij meteen mee. Met de Kinderhoek leggen we onze 'kleine klanten' in de watten. Aan de kassa laten we je nooit lang wachten. En van onze versproducten valt er altijd iets te proeven.

**Een verrassend assortiment en Belgische kwaliteit**

Onder ons dak vind je veel artikelen. A-merken en onze [Eigen Merken](#). Natuurlijk vraagt een Belgische Albert Heijn om Belgische kwaliteitsproducten. Bier, brood, chocolade ... 't Komt allemaal van hier. Mis je nog iets? Laat het ons gewoon weten.

**Kom winkelen tegen Hollandse prijzen!**

Dankzij onze Hollandse genen geniet je altijd van scherpe prijzen, zonder kleine lettertjes. Omdat we in Nederland groot zijn, kunnen we in België de prijsjes klein houden. Je kan bijzonder budgetvriendelijk winkelen.

**HOLLANDSE PRIJZEN**

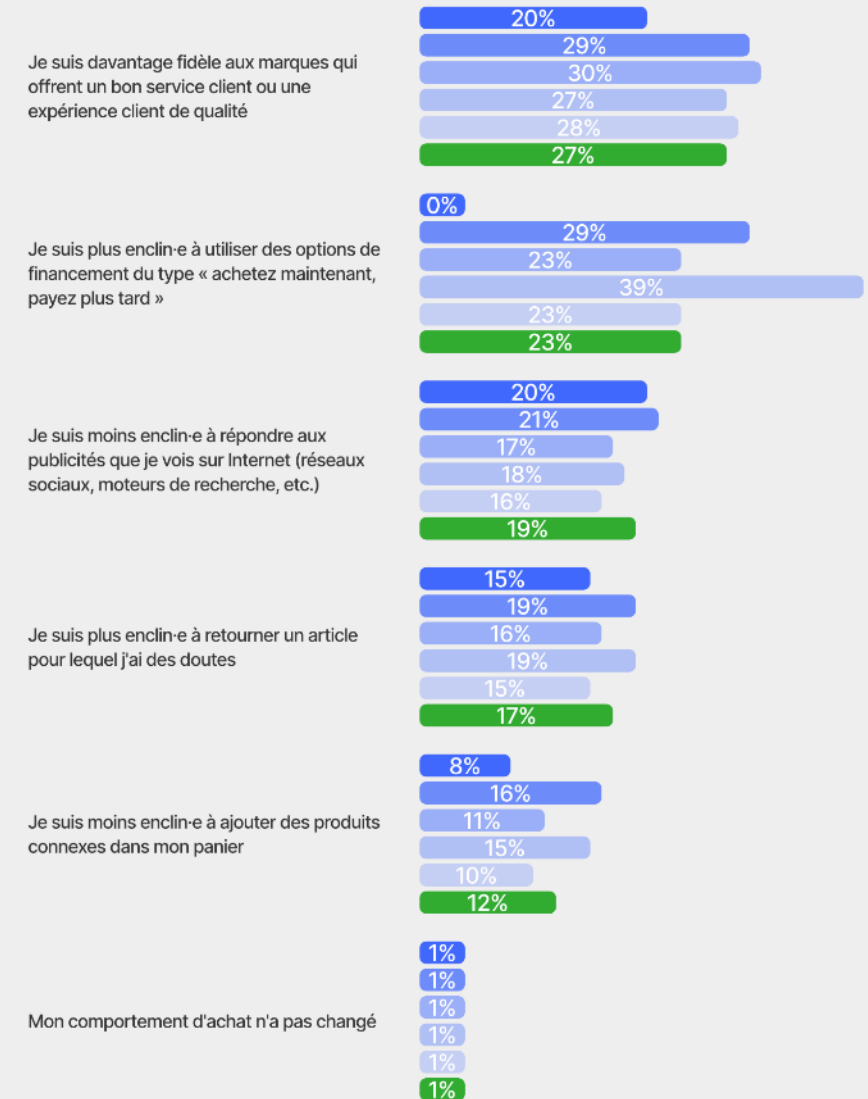
**Bespaar met je Bonuskaart!**

Elke week staan meer dan 500 Bonusproducten te wachten om in jouw karretje te belanden. Deze producten worden voor een week nog langer geprijsd. Die vind je in onze

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



## 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%

<https://www.foxintelligence.io/> (2024)



# 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

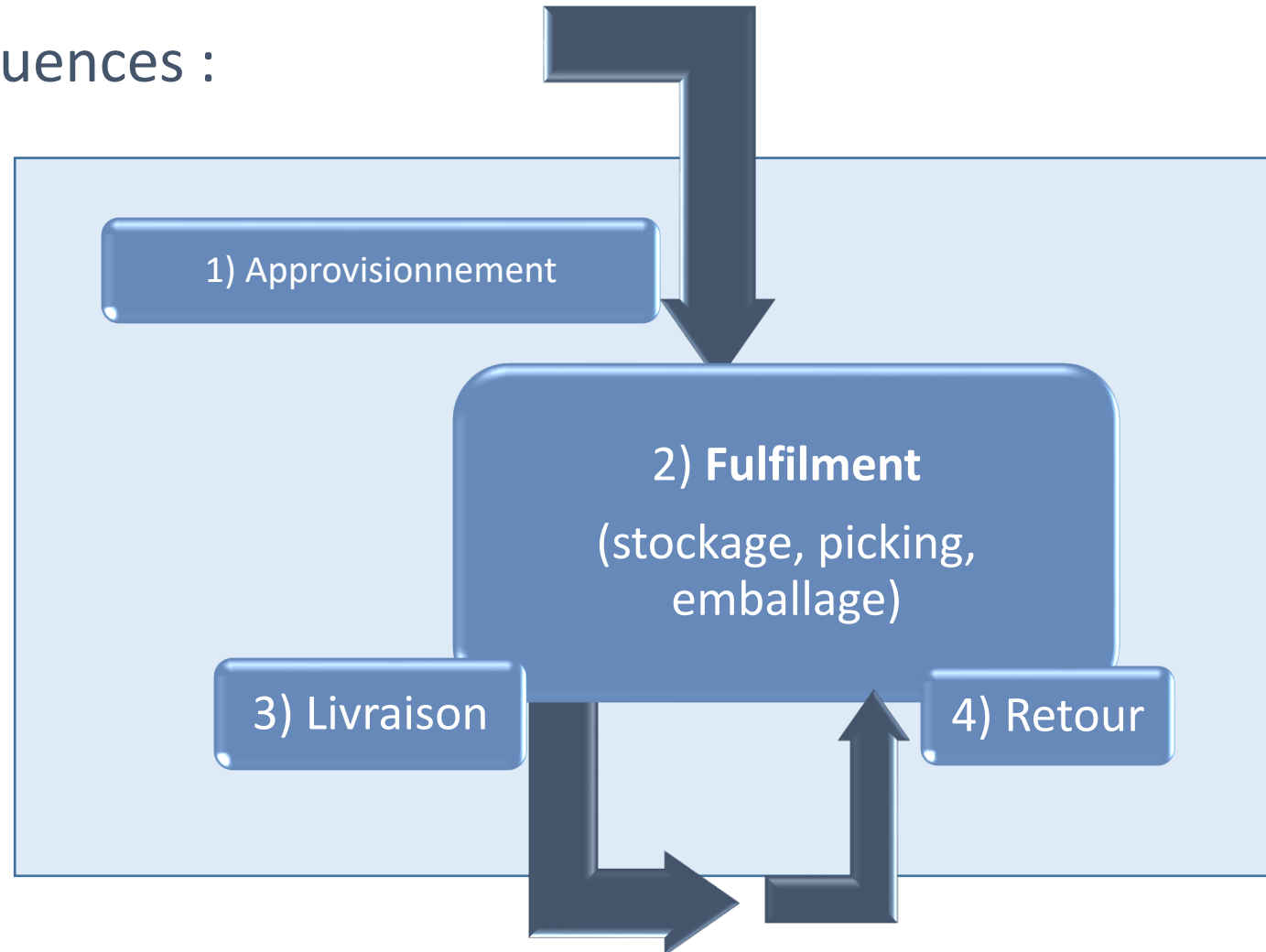
- **FR La livraison en magasin ou en point relais** est privilégiée par 76% des Français.
- **DE** la livraison dans une **consigne** est privilégiée par 31% des acheteurs allemands.
- **GB Le click and collect** en magasin est plus privilégié des consommateurs britanniques (68%)
- **IT GB** 20% des 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](http://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)

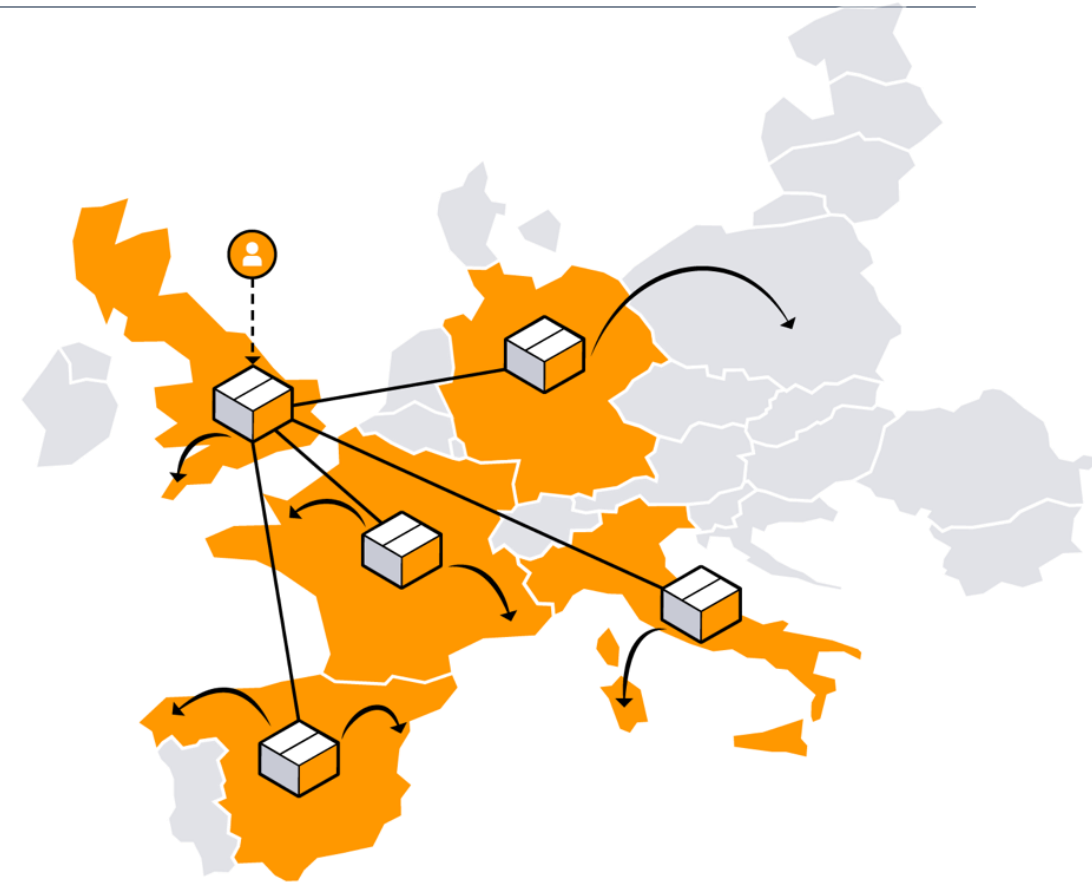


# Service « Expédié par Amazon » Pan-Européen

« 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



1

Sélectionnez l'option « Expédié par Amazon » lors de la mise en vente de vos produits



2

Envoyez vos produits aux centres de distribution Amazon où nous les stockerons



3

Toutes les offres Expédié par Amazon comportent la mention « Expédié par Amazon ». Les offres éligibles reçoivent le badge Prime



4

Nous nous chargeons de la préparation, de l'emballage et de l'expédition directe de vos produits aux clients dans toute l'Europe



5

Nous fournissons un service client dans la langue locale et nous gérons les 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

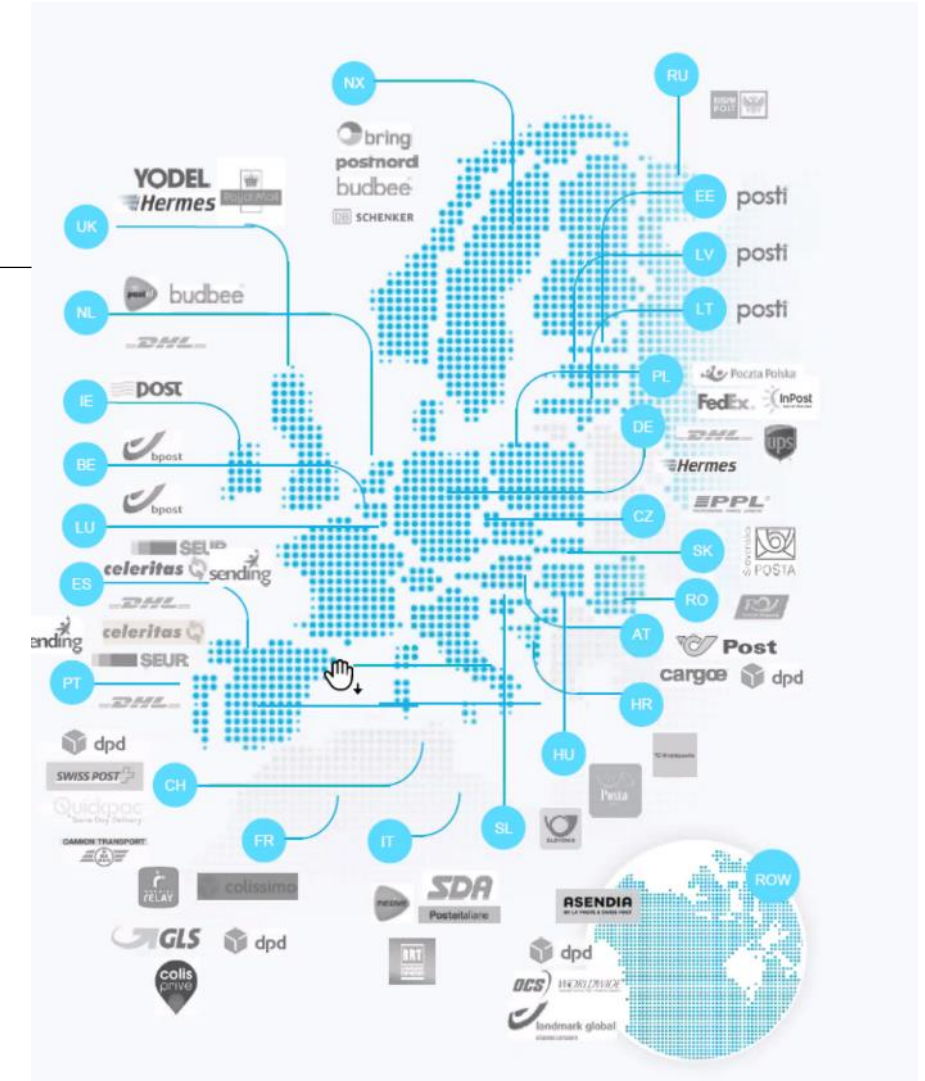
ORGANISATION EXPERTISE GLOBALE SOLUTIONS RÉFÉRENCES TALENTS ACTUALITÉS CC

**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...

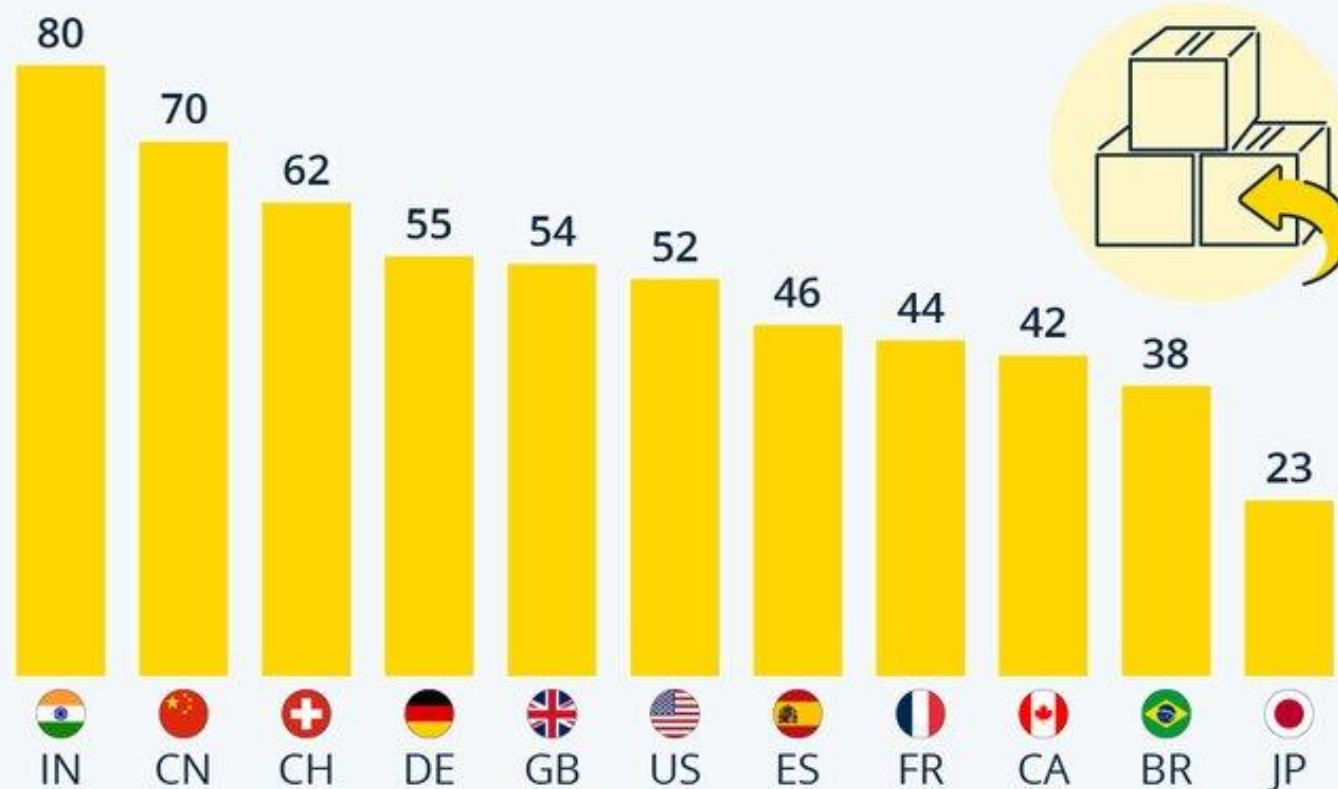
**LES AVANTAGES DE LOGISTIC PREMIUM**

- 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'expéditeur

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 ?!



[https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/vat/how\\_vat\\_works/rates/vat\\_rates\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf)

## Taux de TVA selon les Etats membres (2023)

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

# 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](http://www.retis.be)

1. Conseils et accompagnement pour le lancement (ou le repositionnement) d'un business sur le web
2. Aide à la selection (neutre) :
  - de prestataires (agences web, systèmes de paiement, logisticiens,...)
  - de plateformes d'e-commerce.
3. Mission d'audit, d'optimisation (contenu, référencement, conversion e-commerce, rentabilité) et de mise en conformité juridique (RGPD, mentions légales, CGV, e-marketing)



**Chèques-entreprises**

2 experts agréés en e-commerce et e-marketing.  
Intervention subsidiée en RW jusqu'à 50% pour les TPE

(<https://www.retis.be/cheque-numerique/>)



Contact : +32 4 221 44 08 / +32 474 68 01 09



[damien@retis.be](mailto:damien@retis.be)



<http://linkedin.com/in/damienjacob>

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