

# Un marché de l'e-commerce loyal en Europe: Pistes de mesures pour réduire les distorsions de concurrence sur le marché

Note de synthèse (2<sup>e</sup> édition – Mars 2023)

Damien Jacob

Une enquête qualitative menée par le cabinet-conseil RETIS en 2022 auprès d'une centaine d'e-commerçants belges a relevé que le contexte concurrentiel dans le secteur est fréquemment considéré comme étant inéquitable, et constituerait un des principaux freins au développement du business en ligne des petites structures belges. Cette présente note synthétise des recommandations d'actions en la matière qui pourraient être prises au niveau des pouvoirs publics.

**Il apparaîtrait opportun de réduire ces distorsions de concurrence nettement déséquilibrée, voire déloyale, en veillant à éviter un traitement différent entre les activités commerciales en ligne et offline, ainsi qu'entre les acteurs nationaux et étrangers, ce qui impliquerait de colmater certaines brèches réglementaires et d'adopter de nouvelles mesures, mais aussi de renforcer des contrôles, de façon le plus uniforme possible au niveau européen.**

Quels sont les différents types de problématiques rencontrées ? Quelles pourraient être les pistes de mesures à prendre ?

- 1. Renforcer les contrôles douaniers et d'inspection économique**, pour une meilleure perception des taxes d'importation, mais aussi, et surtout, le blocage sur l'entrée du territoire européen de produits contrefaits et, probablement encore plus problématiques, de produits non conformes aux normes européennes (ex : produits électroniques, biens pour les enfants).

Sur le terrain, les équipes de contrôle paraissent se plaindre du manque de moyens, au niveau des opérations de contrôle, mais aussi et surtout de poursuites (il semblerait pourtant que certains types de contrôle se révèlent à plus de 50% « positifs »). Les effectifs ne progressent pas aussi vite que la très nette croissance des flux ces dernières années. De plus l'arsenal répressif en cas de fraude semble ne pas être bien dissuasif puisque des infractions semblent être répétées par les mêmes opérateurs.

S'il y a eu un net progrès au niveau de la fraude à la TVA européenne depuis l'entrée en vigueur des nouvelles règles européennes le 1/7/2021<sup>1</sup>, des montages frauduleux

---

<sup>1</sup> Il reste néanmoins des détournements assez faciles par des particuliers, notamment en demandant à un tiers de passer commande d'un service en ligne / produit à partir d'un pays dont le taux de TVA est nettement inférieur, puis de demander de faire suivre la commande.

complexes via des intermédiaires logistiques de paille semblent être apparus, alimentant peut-être des réseaux à caractère mafieux.

2. **Renforcer le contrôle financier et policier** : Un « dark e-commerce » a émergé et se développe à grande vitesse depuis le confinement, s'appuyant sur certaines cryptomonnaies (dont les opérations sont souvent très difficiles à remonter compte tenu de la faible coopération internationale), avec des prix imbattables.
3. Adopter autant que possible le même niveau d'exigence d'interprétation en Belgique que les autres pays européens au niveau de la réglementation européenne sur les ventes à distance, ainsi que de la réglementation européenne de protection des données personnelles (ex : interprétation des exceptions au droit de rétractation, des cookies, des communications commerciales cachées ou trompeuses).

Cela passerait probablement par **une concertation transfrontalière accrue entre organismes de contrôle, et par l'établissement de « notes d'interprétation » communes**. En s'appuyant sur ces notes, il serait adéquat de **renforcer le nombre de contrôles du respect de ces réglementations** : le faible risque d'être pris, ou la faible ampleur des sanctions poussent des acteurs, soit en mode startup « cow-boy », soit avec un QG à l'étranger, à utiliser des pratiques qui créent une distorsion de concurrence à l'égard de ceux soucieux de respecter leurs obligations<sup>2</sup>. Il a été notamment relevé que certaines pratiques existent depuis des années, avec parfois des CA dépassant largement le million d'euros, mais les protagonistes n'ont toujours pas été sanctionnés. En France, les autorités procèdent maintenant à la publication des sanctions en divulguant l'URL du site web épinglé, ce qui a un impact sur l'e-réputation et ainsi secoue le secteur.

Un mécanisme contractuel pourrait être aussi envisagé de récupération automatique des capitaux apportés lors de levées de fonds par des investisseurs institutionnels ou des aides publiques accordées à des starters qui utilisent des techniques de vente ou de marketing « growth hacking » non conformes, comme cela existe pour des infractions financières ou fausses déclarations, dans une optique avant tout dissuasive. Il serait néanmoins opportun de redoubler d'efforts d'information sur ces réglementations, des e-commerçants soulignant leur manque de connaissance et le coût du conseil en la matière, qu'ils estiment non accessible pour des PME.

4. a) **Renforcer les contrôles** au niveau du respect des règles belges par les acteurs belges, mais aussi et surtout étrangers, **en matière de réglementations environnementales** (Recupel, Bebat) : perception de la contribution, mais aussi respect de l'obligation de

---

<sup>2</sup> Ont été signalées notamment, en matière de réglementation économique, pour attirer des clients, des pratiques courantes de faux prix barrés pratiqués par des sociétés étrangères, de réductions permanentes, de faux « comptes à rebours », de systèmes de pseudo-enchères inversées, de faux avis consommateurs, de concours factices, de concours avec obligation d'achat, de jeux de hasard « offerts » en cas d'achat, le recours à des influenceurs qui effectuent du placement rémunéré de produits sans le mentionner, le refus de concurrents d'accepter le droit de rétractation par exemple pour des produits soldés, l'absence des mentions légales ou d'un e-mail de contact,... Au niveau du RGPD, ceux qui tentent de respecter celui-ci relèvent que leurs concurrents n'y prêtent aucune attention, sans sanction pour l'instant (traceurs non signalés, cookies de tiers installés sans le consentement, personnes inscrites d'office à des newsletters, retargeting sans accord, outils d'analyses non conformes au RGPD, transferts de données personnelles hors Europe,...).

reprise. Cela passerait probablement par une collaboration transfrontalière accrue entre organismes de contrôle. Certains e-commerçants estiment qu'il faudrait également sanctionner plus sévèrement les communications de greenwashing.

b) Soutenir les initiatives qui pourraient être prises pour **adopter des normes environnementales et sociales au niveau européen** (blocage et/ou taxation des niveaux insuffisants par rapport à ces normes, qui seraient mesurés au niveau de la phase de production, mais aussi au niveau du transport international). Des adaptations concernant plus particulièrement l'e-commerce pourraient être prises, comme faire évoluer au niveau européen le principe de droit de rétractation<sup>3</sup>.

5. **Soutenir une révision au niveau européen du système de perception des accises**, qui engendre actuellement une bureaucratie considérable proportionnellement à la valeur moyenne d'un panier d'achats en e-commerce BtoC. Une distorsion de concurrence apparaît entre sociétés également à ce niveau, notamment dans le secteur de la vente de vins et de spiritueux, car les étrangers vendant en Belgique en infraction sont nombreux.
6. Soutenir au niveau international la dégressivité des mesures de péréquation des tarifs postaux terminaux prises par l'UPU (Union Postale Universelle) en faveur des organisations postales de pays qui ne sont plus en voie de développement (face au constat que les tarifs pour un pli de moins de 3cm d'épaisseur sont moins chers pour expédier par exemple une cravate entre Shanghai et Bruxelles, qu'entre Bruxelles et Lille). Une telle mesure doit être évidemment couplée à une lutte contre le phénomène de repostage (par exemple via un pays africain...).
7. Soutenir les initiatives internationales visant à appliquer une perception de la taxation nettement plus basée sur la localisation des utilisateurs et non sur le lieu du siège administratif. La mise en place d'un « Digital Service Tax » pourrait être envisagée sur les revenus des espaces publicitaires en ligne et du traitement des données par les brokers intermédiaires.

---

<sup>3</sup> Exemples : Possibilité de percevoir une contribution aux frais de retour, à condition que le montant puisse être justifié par les coûts de reconditionnement et de traitement, soit de toute façon plafonné et obligatoirement annoncé pré-contractuellement ; possibilité de percevoir une indemnité forfaitaire en cas de retour du produit avec des dégradations, le recours en justice n'étant guère possible en pratique ; possibilité de refuser une vente supplémentaire en cas de plus de 2 retours par an sans justification ; **interdiction de proposer une livraison rapide en dessous du coût de revient** ; suppression de la TVA pour les produits qui n'ont pu être remis à la vente au prix plein après un retour...