

Etat des lieux du commerce électronique en France

Le commerce électronique connaît un essor rapide au niveau mondial. Le chiffre d'affaires mondial s'est élevé à 1 462 milliards d'euros en 2014. La Chine est le premier vendeur mondial avec 405 milliards d'euros, suivie par les Etats-Unis (363 milliards d'euros).

Au niveau de l'Union européenne, le Royaume-Uni est en tête avec 143,9 milliards d'euros en 2015, suivi de l'Allemagne (80,0 milliards d'euros) et de la France (62,4 milliards d'euros).

En France, le marché du commerce électronique représente 9% du commerce de détail hors produits alimentaires. Par ailleurs, d'après les sources de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD) et de l'INSEE, les Français ont dépensé 64,9 milliards d'euros sur internet en 2015, soit +14% en un an. Le nombre de transactions a augmenté quant à lui de 15%. La baisse du panier moyen (- 6% en un an pour atteindre 78 euros) a été compensée par l'arrivée de nouveaux acheteurs et l'augmentation de la fréquence d'achats. 25 000 nouveaux sites ont été créés en 2015 et la France compte aujourd'hui 182 300 sites marchands. Le marché du e-commerce devrait progresser de 10% en 2016 et franchir la barre des 70 milliards d'euros.

Cela étant, le commerce électronique français présente des *faiblesses*.

- Un des principaux freins est lié à la sécurité des transactions. Certes le commerce via internet a été à l'origine de nouveaux modes de gestion et de traitement des moyens et systèmes de paiement mais il a également créé de nouveaux risques pour la sécurité des règlements. Ainsi, dans le rapport annuel de l'Observatoire de la sécurité des cartes de paiements publié par la Banque de France en juillet 2015 on peut lire entre autres que "*dans un contexte de croissance soutenue du commerce électronique, les montants de fraude sur les paiements à distance continuent d'augmenter. Ces derniers représentent toujours la majeure partie de la fraude en montant (66,5%) alors qu'ils ne constituent que 11,6% du montant total des paiements*".
- En outre, la balance commerciale est négative pour le commerce électronique. D'après une étude de OC&C Strategy Consultants et Google, le commerce en ligne français ne vend pas assez à l'extérieur de notre hexagone alors que le consommateur français n'hésite pas à acheter via des sites internet étrangers. En d'autres termes, les sites marchands français se révèlent peu attractifs aux yeux des étrangers et leur fréquentation est encore très majoritairement nationale (69%) contrairement par exemple à l'Allemagne ou aux Etats-Unis où les clientèles intérieures et étrangères sont quasiment à égalité. Cette étude révèle par ailleurs que globalement, sur un marché du commerce électronique transnational, estimé par les experts d'OC&C Strategy Consultants à 4,7 milliards d'euros, la France se retrouve avec une balance commerciale négative de 700 millions d'euros alors que les Britanniques ont un excédent de 870 millions d'euros et les Etats-Unis de 130 millions d'euros.
- Problèmes juridiques liés au commerce électronique : Protection des consommateurs et de la vie privée (pour la sécurité des données, les particuliers hésitent à communiquer des renseignements personnels et privés) ; retard dans le développement de la signature électronique, conflits de lois, etc.

➤ *Protection des consommateurs et de la vie privée*

Les outils de marketing permettent d'établir des « profils de consommateurs » de plus en plus précis grâce à la collecte et au traitement des données personnelles. S'il est important de connaître ses clients pour mieux cerner leurs besoins et répondre à leurs

attentes, il est nécessaire de maintenir un équilibre entre la perception des comportements des consommateurs et la protection de leur vie privée.

La CNIL révèle qu'en 2012 plus de 20 % des plaintes qu'elle a reçues concernaient le secteur du commerce et, notamment, la prospection commerciale. Les principaux manquements constatés dans le cadre des contrôles et des mises en demeure concernaient la collecte déloyale ou illicite de données nominatives, l'absence ou la mauvaise information des consommateurs et le défaut de prise en compte du droit d'opposition.

➤ ***Retard dans le développement de la signature électronique***

Il n'existe pas de réponse simple pour expliquer "l'infortune de la signature électronique en France".

Les principales causes avancées sont les suivantes :

- La complexité de la technologie Infrastructure à Clés Publiques (ICP) sur laquelle repose la signature électronique.
- Absence d'interopérabilité technique aussi bien au niveau national que transfrontalier et de son corollaire : la limitation et la spécificité des utilisations possibles des dispositifs de création et de vérification de signature.
- Mauvaise compréhension des moyens de la signature électronique.
- La problématique de l'archivage : parler de problème d'archivage ne signifie pas qu'un acte signé électroniquement ne peut pas être archivé, mais que son intégrité ne doit pas reposer sur les seules propriétés de la signature chiffrée, dont la fiabilité future est incertaine.
- Obstacles psychologiques et sociétaux : crainte de la fraude notamment. La méfiance persiste.
- Les textes ne manquent pas, mais ils contiennent des recommandations plutôt que de véritables directives.

➤ ***Conflits de lois***

Les consommateurs et les professionnels ont recours à Internet pour réaliser des achats ou des ventes hors de France. Mais, comme pour tout contrat, un litige peut intervenir lors de la transaction. Quelle sera alors la loi applicable ? Pour régler le différend entre personnes situées dans des Etats différents, la loi applicable ne sera pas nécessairement la loi française. Par ailleurs, le juge compétent ne sera pas obligatoirement le juge français.

Les problèmes de conflits de lois existaient avant l'apparition d'Internet. Mais ce dernier, en facilitant les échanges internationaux, a multiplié les situations de conflits de lois.

En tout état de cause, il n'existe pas de "vide juridique" en la matière mais les règlementations en vigueur exigent parfois des clarifications.

➤ ***Diffusion plus lente d'Internet dans les foyers***

Si la France reste en avance sur les pays du Sud et de l'Est de l'Europe, elle est en retard vis-à-vis du Royaume-Uni, de l'Allemagne, des Pays-Bas et des pays scandinaves. D'aucuns parlent de "fracture numérique".

➤ ***Retard des entreprises dans la création de sites Web***

Ainsi, 75% des entreprises européennes possèdent un site Web contre 65% des entreprises françaises. Par ailleurs, avec seulement 4,3 sociétés sur 10 disposant d'un site Internet en France, les entreprises françaises accusent du retard dans le domaine de la compétitivité et de la performance.

Face à ce constat, quelles pistes d'amélioration pourrait-on envisager pour que la France se hisse au rang de leader ? Ces questions seront examinées lors d'une prochaine communication.

Nadia ANTONIN

17 février 2016