



La lettre d'information du groupe de travail "Commerce électronique"

2ème semestre 2018

Edito	Actualités
Zoom sur ...	Derniers articles et ouvrages publiés

Directeur de la publication : Jean-Paul Aimetti

Rédactrice en chef : Nadia ANTONIN

Comité de rédaction : Zysla Belliat - Marc Benoun - Iman El Gohary – Sylvain Margou – Hugues Picard

Edito

Dans la rubrique « Actualités », ce cinquième numéro de la lettre d'information du groupe de travail "Commerce électronique" propose tout d'abord un tour d'horizon des événements les plus marquants au cours de la période sous revue : partenariat stratégique de Google et Carrefour ; rachat de la jeune pousse Curbside par le groupe japonais Rakuten ; adoption de la taxe de livraison e-commerce ; cash-back dans les supermarchés, etc. En outre, le lecteur trouvera les chiffres relatifs au commerce électronique pour les 2ème et 3ème trimestres 2018. Enfin, ce numéro fait un zoom sur l'impact du règlement général de la protection des données (RGPD) sur le commerce électronique.

Actualités

- **Partenariat stratégique Google et Carrefour**

Le 11 juin 2018, Carrefour et Google ont signé un partenariat stratégique autour de trois piliers : le déploiement de l'offre Carrefour sur une nouvelle interface du site de Google Shopping et sur l'Assistant Google en France, la création d'un Lab d'innovation Carrefour-Google et l'accélération de la numérisation du groupe Carrefour.

1. Le **déploiement de l'offre Carrefour sur une nouvelle interface du site de Google Shopping et sur l'Assistant Google en France** constitue une nouvelle expérience d'achat

2. Le **Lab d'innovation Carrefour-Google** va réunir les ingénieurs de Carrefour et les experts en intelligence de Google Cloud pour "*développer de nouveaux services à destination des consommateurs*".

3. Google va accompagner la **transformation numérique** de Carrefour via le déploiement dans tout le groupe d'une solution bureautique collaborative ainsi que par un programme de formation aux nouvelles technologies destiné à mille collaborateurs de Carrefour.

- **Rakuten**

Rakuten, le groupe japonais d'e-commerce et de fintech, vient de faire l'acquisition de la start-up californienne Curbside, édite un service de collecte en magasin de commandes passées sur mobile. Lancé en 2013 par des anciens d'Apple spécialistes de la géolocalisation, Curbside a d'abord signé avec un centre commercial à San José et des magasins Target, puis créé l'app de click&collect de la chaîne de pharmacie CVS.

- **Taxe livraison e-commerce**

Les sénateurs ont finalement adopté le 15 juin le principe d'une taxe sur les livraisons e-commerce mais avec un nouveau mode de calcul (1 à 2 % du prix de vente selon la distance parcourue entre son dernier lieu de stockage et l'adresse de livraison finale) qui en atténue l'impact par rapport aux premières propositions.

L'exception en faveur des entreprises réalisant un chiffre d'affaires a été également confirmée ainsi que celle pour les livraisons des librairies physiques, l'économie circulaire¹ et les livraisons effectuées par les moyens de transport non consommateurs d'énergie fossile.

- **Le "cash back" débarque dans les supermarchés**

Le "cash back" ou retrait d'argent liquide en caisse, une pratique déjà courante aux USA, au Royaume-Uni, en Belgique et en Allemagne, est déployée en France. Cette dernière, importée par Casino, consiste à retirer de l'argent liquide à la caisse en réglant ses achats par carte. Ainsi par exemple, si un client effectue 60 euros d'achat et qu'il souhaite se procurer 40 euros, il lui suffira de régler 100 euros par carte bancaire pour que la différence lui soit rendue en espèces. Le texte de loi interdit cette opération via un paiement par chèque. Par ailleurs, Casino a choisi de proposer ce service uniquement aux caisses en libre service, celles où le client scanne lui-même ses articles. Enfin, ce type d'opérations a été rendue possible par la deuxième directive sur les services de paiement (DSP2), entrée en application le 13 janvier 2018. Un décret à paraître doit fixer le montant minimal de l'achat permettant de retirer des espèces et le montant maximal d'argent liquide qu'il est possible d'obtenir par "cash back".

- **Projet d'ordonnance relatif à la hausse du seuil de revente à perte et à l'encadrement des offres promotionnelles**

Avant de présenter le projet d'ordonnance sur la hausse du seuil de revente à perte et à l'encadrement des promotions, revenons brièvement sur le concept de revente à perte.

L'interdiction de la revente à perte est formulée pour la première fois dans l'article 1er de la loi de finances de 1963 : *"est puni d'une amende de 5 000 à 100 000 francs, le commerçant qui revend un produit en l'état à un prix inférieur à son prix d'achat effectif"*. En dépit de cette loi, les pratiques de ces reventes à perte sont devenues très courantes pour certains produits de grande consommation et ont largement dépassé le champ des produits concernés par l'exemption. Dès lors, en 1996, la loi Galland relative à "la loyauté et à l'équilibre des relations commerciales", reformule de manière plus précise l'interdiction de la revente à perte et édicte des règles de transparence tarifaire. En particulier, cette loi clarifie la méthode de calcul du seuil de revente à perte et renforce la sanction encourue par un commerçant en cas d'infraction. Ainsi, conformément aux dispositions des articles

• ¹ Définition du Ministère de la Transition écologique et solidaire: « *L'économie circulaire désigne un modèle économique dont l'objectif est de produire des biens et des services de manière durable, en limitant la consommation et les gaspillages de ressources (matières premières, eau, énergie) ainsi que la production des déchets. Il s'agit de rompre avec le modèle de l'économie linéaire (extraire, fabriquer, consommer, jeter) pour un modèle économique «circulaire».* »

L. 442.2 - L. 442-3 et L.442-4, il est interdit de revendre ou d'annoncer la revente d'un produit en l'état au-dessous du prix d'achat effectif, notion qui détermine le seuil de revente à perte.

Le projet d'ordonnance "pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire", qui fait suite aux Etats Généraux de l'Alimentation (EGA) lancés le 20 juillet 2017 et achevés le 21 décembre 2017, vise directement le secteur agricole. Cela étant, il ambitionne également de réformer de manière générale les pratiques commerciales qui restreignent la concurrence.

L'article 9 du projet d'ordonnance habilite le gouvernement à relever de 10 % le seuil de revente à perte (SRP) pour les seuls produits alimentaires et à encadrer les promotions.

- **Diminution de 66 % des interventions en faveur des Petites et Moyennes Entreprises (PME)**

Face à la constante évolution des technologies de l'information et de la communication (TIC) et l'accroissement du commerce électronique, les PME doivent s'adapter aux nouveaux comportements d'achat des consommateurs. Mais pour réussir leur transition numérique, elles ont besoin de moyens financiers. Or, le Président de la République vient de décider une baisse des interventions en leur faveur pour un montant de 2 milliards d'euros. Cette décision ressort du projet de lois de finances pour 2019.

- **Les ventes sur internet pour les 2ème et 3ème trimestres 2018**

- **Les ventes ont augmenté de 14% au 2ème trimestre 2018**

En ouverture du salon "Paris retail Week qui s'est tenu du 10 au 12 septembre 2018 - Porte de Versailles, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD) a publié le bilan des ventes sur Internet en France au second trimestre 2018.

L'étude a été réalisée à la fois à partir des informations recueillies auprès des principaux sites marchands leaders dans leur secteur, et de neuf plateformes sécurisées de paiement représentant environ 200 000 sites de commerce électronique.

Au deuxième trimestre 2018, les français ont dépensé 22 milliards d'euros, soit une hausse de 14,4% par rapport au second trimestre 2017. Le montant moyen d'une transaction continue à baisser (63 euros contre 68 euros pour le deuxième trimestre 2017) mais cette diminution est compensée par une fréquence d'achat en hausse. Chaque acheteur a dépensé en moyenne 10% de plus sur internet au cours du second trimestre par rapport au second trimestre 2017 (721 euros versus 654 euros pour le deuxième trimestre 2017). Par ailleurs, le nombre de transactions s'est accru de 21% et atteint 350 millions de transactions au cours du second trimestre 2017.

- **Les ventes ont augmenté de 15 % au 3ème trimestre 2018**

D'après les chiffres de la FEVAD, le chiffre d'affaires global du commerce électronique a progressé de 15,4% au troisième trimestre 2018 par rapport au 3ème trimestre de 2017. Au total, les ventes sur internet du trimestre sous-revue ont atteint 22,3 milliards d'euros (versus 19,3 milliards d'euros au 3ème trimestre de 2017).

Le volume des transactions dépasse 370 millions soit 24,5 % de plus que l'an dernier. Il repose sur des augmentations plus importantes du nombre d'acheteurs et du nombre de sites marchands qui compensent la baisse du montant moyen d'une transaction.

Les ventes sur smartphones et tablettes poursuivent leur développement avec une croissance de 20 %. En outre, la croissance du volume d'affaires réalisé sur les places de

marché ("*market places*"²) gagne en vigueur avec 20 % au 3ème trimestre.

Le marché du commerce électronique devrait franchir la barre des 90 milliards d'euros sur l'ensemble de l'année 2018.

Zoom sur l'impact du RGPD sur le commerce électronique

Le règlement général sur la protection des données (RGPD) qui est entré en application le 25 mai 2018 vient compléter l'arsenal juridique français qui comportait jusqu'à présent : la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, modifiée par la loi du 6 août 2004 ; la directive européenne de 1995 sur la protection des données personnelles, transposée en 2004 ; la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) du 22 juin 2004 et le projet de loi "Pour une République numérique" adopté par l'Assemblée nationale le 26 janvier 2016. Très attendu, ce règlement a fait l'objet de quatre années de travail. Les principales dispositions sont les suivantes :

- le droit à l'effacement des données;
- le consentement clair et explicite de la personne concernée quant à l'utilisation de ses données personnelles;
- le droit de transférer ses données vers un autre fournisseur de services (portabilité des données);
- le droit d'être informé en cas de piratage des données;
- la garantie que les politiques relatives à la vie privée soient expliquées dans un langage clair et compréhensible;
- une mise en œuvre plus stricte et des amendes allant jusqu'à 4% du chiffre d'affaires mondial total d'une entreprise, dans le but de décourager la violation des règles.

Quel va être l'impact de ce nouveau règlement sur le commerce électronique ?

Ce nouveau règlement impose certaines obligations pour les cybercommerçants :

- une obligation de transparence qui est définie par les articles 12, 13 et 14 du RGPD. Ainsi, les cybercommerçants doivent informer leurs clients du traitement de leurs données et recueillir leur consentement pour les différentes utilisations qui en seront faites.
- un renforcement des dispositions relatives au consentement. L'article 4 du règlement définit le consentement comme "*toute manifestation de volonté, libre, spécifique, éclairée et univoque par laquelle la personne concernée accepte, par une déclaration ou par un acte positif clair, que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement*".
- un impératif pour les cybercommerçants de répondre aux demandes d'exercice du droit d'accès des personnes dont les données sont collectées, à des fins de consultation, rectification et suppression.
- la garantie pour les clients de bénéficier du droit à la portabilité des données personnelles conformément à l'article 20 du RGPD. Ce droit donne le droit aux personnes concernées, de recevoir leurs propres données à caractère personnel, pour leurs propres besoins, ainsi que le droit d'obtenir directement le transfert de leurs données à un autre prestataire.
- un renforcement de la sécurisation des données : en d'autres termes, nécessité absolue de sécuriser son site de commerce électronique pour renforcer la relation client et garantir la sécurité des données, c'est-à-dire leur intégrité et leur

² Place de marché : Espace virtuel en ligne qui permet à des vendeurs indépendants, professionnels ou particuliers, de vendre leurs biens et services sur un grand site marchand comme Amazon ou Rueducommerce moyennant le prélèvement par ces derniers d'une commission sur les ventes réalisées.

confidentialité. En France, selon la FEVAD, la carte de crédit est utilisée pour plus de 80 % des transactions. Concernant ces transactions sur internet par carte bancaire, les statistiques révèlent que ce type de paiement est particulièrement touché par la fraude. Dès lors, un renforcement de la sécurisation des données sur internet est indispensable pour rétablir la confiance de la clientèle.

- la mise en conformité : pour être en conformité avec le RGPD, les cybercommerçants devront présenter plusieurs documentations portant sur les contrats qui définissent les rôles et les responsabilités des acteurs et sur l'information des personnes. Pour le cabinet Caprioli, la démarche vers la conformité passe par les 5 étapes suivantes :
 - a) la désignation d'un pilote du projet de mise en conformité ;
 - b) l'élaboration d'une cartographie des traitements de données personnelles ;
 - c) la rédaction d'une cartographie des responsabilités respectives des parties prenantes ;
 - d) l'évaluation de la conformité légale ;
 - e) la présentation des recommandations et plan d'action stratégique pour la mise en conformité légale.

Derniers articles publiés

Voir le site de l'Académie : <https://academie-des-sciences-commerciales.org/>

Nadia Antonin : "*Le commerce traditionnel n'est pas mort*". Juin 2018

Marc Benoun : "*Amazon success story - Alexa, l'assistant vocal d'Amazon monte en puissance*". Avril 2018