

Bienvenue à Bercy,

Je remercie vivement François Momboisse et la FEVAD de m'avoir invitée à ouvrir cette conférence de presse, je forme le voeu que cette présence conjointe ainsi que la remise de l'étude annuelle de la FEVAD donnent le « la » pour un dialogue régulier et constructif entre nous dans l'année qui s'ouvre.

En tant que Ministre du Commerce, je suis attentive à accompagner l'ensemble des commerces, quelles que soient leurs formes et leurs lieux d'implantation. Je suis attachée à ne pas opposer les différents acteurs les uns aux autres.

On décrit souvent le commerce physique et le e-commerce comme antagoniques. Je suis persuadée que bien au contraire, ils sont complémentaires. Et je souhaite qu'ils le soient davantage encore.

De nombreux commerces physiques déploient une commercialisation en ligne, et réciproquement on commence à voir des entreprises de vente à distance et parfois même des entreprises travaillant uniquement sur Internet, les « pure players » ouvrir des boutiques, des points de vente et de conseil, afin de se positionner aussi sur l'expérience client.

Car tous les commerces et toutes les entreprises ont à bénéficier du développement phénoménal d'Internet. Les chiffres que vous allez dévoiler tout à l'heure le montrent bien : les ventes sur Internet ont atteint 45 milliards d'euros en 2012, soit une augmentation de 19%. Entre 2005 et 2012, le nombre de sites marchand a été multiplié par 8 pour atteindre 117 500 sites marchands actifs, et une augmentation de 17% l'année dernière.

Bien des secteurs sont jaloux de cette excellente performance !

C'est bien pour cela et pour accompagner ce développement que j'attache un grand prix à l'organisation cohérente des marchés du e-commerce et du m-commerce, qui suscitent l'engouement des français.

Les acteurs de la vente à distance sont au coeur de l'évolution de nos modes de vie et de nos modes de consommation, avec Internet, bien-sûr, mais aussi maintenant avec les applications, les tablettes, les téléphones. Ce sont les symboles de cette ère du numérique dans laquelle nous entrons chaque jour davantage.

Mais pourtant, ces chiffres ne doivent pas faire oublier le quotidien des entreprises, qui sont avant tout, des entreprises de commerce. Du commerce électronique, certes, mais du commerce en premier lieu. Car c'est une relation que vous devez nouer avec vos consommateurs, une fidélité à créer, une confiance à entretenir, une qualité à garantir.

Si les moyens sont différents entre commerce physique et commerce électronique, les réflexes, les besoins, sont à bien des égards, identiques.

Je sais aussi que de nombreux défis qui vous sont propres restent à relever pour les e-commerçants. Ce sont l'embauche, la sécurité des sites web et du paiement pour améliorer encore la confiance du consommateur et surtout, pour encore beaucoup d'entreprises, parvenir à dégager une rentabilité nette positive.

J'ajoute que les leaders français du secteur doivent pouvoir trouver les moyens de renforcer leur présence sur le marché intérieur d'abord et international.

Enfin, vous avez une responsabilité. Car le commerce en ligne c'est aussi un lieu privilégié d'innovation, d'émergence de nouveaux modèles économiques, de création de partenariats intelligents pour des stratégies de diversification, de proposition de nouveaux services au consommateur.

Et c'est bien sous l'impulsion des nouvelles demandes d'expérience du client, et grâce aux innovations du secteur, que les e-commerçants créent de nouveaux métiers, recrutent de

nouveaux profils.

C'est tout un système qui est aujourd'hui en mutation, des profils recherchés par les recruteurs, aux métiers, en passant par l'adaptation des formations ou des salaires.

Car, vous êtes au coeur de la diffusion de ces nouvelles pratiques et de ces nouveaux usages dans notre société.

Mais au-delà, le deuxième enjeu auquel nous devons faire face ensemble, c'est l'impact sur les territoires.

Contrairement à une autre idée reçue, je suis en effet convaincue que le e-commerce est un facteur positif pour tous les territoires.

Si l'on a pu parler de « fracture numérique », ce n'est pas seulement parce que des territoires ne bénéficient pas d'un accès correct à Internet et au haut débit, c'est aussi qu'à travers cela, les gens qui y vivent n'ont pas accès à tout un panel de services, pas accès non plus au même marché de biens de consommation que les autres citoyens.

Le e-commerce est complémentaire ici aussi : il peut contribuer à compenser les faiblesses de certains réseaux dans les régions concernées. Il peut également offrir des regroupements virtuels entre différents points de vente.

Bref, la complémentarité, et même parfois les synergies, sur de nombreuses offres, voilà ce sur quoi je voulais insister. C'est pour cela que je souhaite que les réseaux consulaires développent davantage les outils d'accompagnement pour une adaptation des commerçants aux différents modes de consommation. C'est ce défi essentiel que nous devons relever.

Pour sortir de l'antagonisme si souvent décrié, je souhaite que les règles du jeu soient les mêmes pour tout le monde, ni plus ni moins.

Les mêmes contraintes doivent s'appliquer à tous les commerces, et je crois que c'est pour le consommateur lui-même un signe de la maturité du secteur et de la confiance qu'on peut lui apporter.

Le principal enjeu est bien-sûr, la fiscalité. L'organisation de la fiscalité du numérique ne doit en aucun cas conduire à l'affaiblissement de la compétitivité de nos entreprises. Mais nous ne pouvons pas accepter la délocalisation des bases fiscales de certaines entreprises.

Le rapport Collin&Colin vient d'être remis au Gouvernement et nous entendons agir résolument auprès des instances internationales que sont le G20, l'OCDE et bien sûr l'Union Européenne, pour adapter les règles internationales de l'imposition à l'économie numérique.

Cette discussion sera menée par le Gouvernement dans les semaines qui viennent au sein de l'OCDE et nous alerterons nos partenaires lors du G20 qui se tiendra le mois prochain, ainsi que les Etats-membres de l'Union européenne, sur la nécessité d'avoir une fiscalité pensée pour préserver la compétitivité des entreprises sans créer de concurrence entre les différentes formes de commerce. Je sais que la FEVAD est très attentive à ces réflexions.

Auprès de ces instances, nous veillerons en particulier au respect du calendrier de mise en place du « mini-guichet » européen de la TVA, qui doit permettre, dès 2015, de taxer la consommation des services en ligne directement dans l'Etat du consommateur.

Pour la fiscalité nationale, le rapport Collin&Colin préconise une assiette innovante, basée sur la détention de données personnelles. Cette piste intéressante fera l'objet d'une expertise par le Conseil national du Numérique, et je veillerai à ce que la FEVAD y soit associée.

Car je souhaite travailler avec vous dans les mois qui viennent pour que nous élaborions ensemble le cadre dans lequel doit se développer votre activité, en lien avec mes collègues du Gouvernement concernés par le sujet.

Vous le savez, la méthode de travail du Gouvernement, c'est la concertation. Il n'est pas dans

Écrit par sylvie.duval@finances.gouv.fr (Sylvie Duval)

Jeudi, 24 Janvier 2013 00:00 -

nos valeurs de préparer des projets en chambre pour les imposer par la suite aux acteurs concernés. En particulier sur un sujet aussi important que celui-ci, et qui doit nous permettre de trouver un équilibre harmonieux pour les années à venir.

Notre volonté, est bien d'encourager le développement des entreprises, de renforcer leur compétitivité, de les rendre plus fortes, en France et à l'international. Et c'est ensemble, que nous y parviendrons.

Le projet qui résultera de ce travail et que le Gouvernement mettra en oeuvre sera complet, cohérent et partagé.

Enfin, je voudrais rappeler que la condition d'un développement harmonieux, c'est la sécurité du marché.

De la même façon que je veille à faire barrage à la contrefaçon, ou encore à l'insécurité physique des commerces, je porte une grande attention à la protection des entreprises du e-commerce et des consommateurs en ligne, contre des pratiques frauduleuses encore malheureusement nombreuses sur le web.

Elles peuvent détruire la confiance et par conséquent réduire la clientèle : pour une ou deux mauvaises expériences, c'est tout un secteur qui voit sa réputation en souffrir.

Sur ce sujet, je salue les efforts entrepris par la FEVAD pour lutter contre les fraudes, la vente de contrefaçon sur le net, et les copies de site. C'est également dans cette optique que je travaille avec mes collègues Benoit Hamon et Fleur Pellerin, pour garantir au maximum la sécurité du marché.

Voilà, en bref, ce que je souhaitais vous dire. Je me félicite de la bonne santé du e-commerce, elle est extrêmement positive dans la conjoncture économique que nous connaissons, et je souhaite qu'elle alimente l'emploi, la transformation des métiers, et qu'elle continue de proposer de nouvelles expériences d'achat aux consommateurs.

Le marché grandit vite, très vite, et il convient d'organiser sa contribution à la redistribution, dont les modalités, on l'a vu, ne sont pas aisées. Mais ce sera chose faite prochainement, par le Gouvernement, et avec votre concours.

Je vous remercie.

Consultez la source sur Veille info tourisme: [Intervention de Madame Sylvia PINEL ministre de l'artisanat du commerce et du tourisme lors de la conférence de presse de la Fédération e-commerce et vente à distance](#)