L'édito.

"L'intelligence, c'est la faculté d'adaptation".
André Gide

Pierre-Antoine Gailly
Président de la Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France

Disposer d'informations réglementaires en temps réel, simplifier & accélérer ses formalités export, développer sa notoriété au-delà des frontières, capter de nouvelles clientèles, aborder plusieurs marchés étrangers simultanément, accroître ses ventes à l'international, voilà autant d'opportunités auxquelles les exportateurs peuvent prétendre avec Internet.

L'international à portée de main grâce à la dématérialisation ? Oui, sous réserve de respecter quelques règles de base :
➔ dans le domaine marketing tout d'abord, où une approche culturellement ciblée permettra d'asseoir sa visibilité et de s'adapter aux consommateurs locaux ;
➔ sur le plan législatif ensuite, car si le commerce électronique n'a pas de frontières, les lois et règles fiscales sont avant tout nationales ;
➔ au niveau de la logistique enfin, la maîtrise de la *supply* chain apparaissant comme une condition *sine qua non* de réussite dans le e-commerce.

À l'heure où Américains, Européens, Chinois, Indiens, ..., n'hésitent plus à faire leurs achats sur Internet, *via* leur téléphone mobile notamment (m-commerce), les entreprises françaises, quelle que soit leur taille, se doivent d'être présentes sur le web.

La *CCI Paris Ile-de-France* a, depuis longtemps, cette conviction. C'est pourquoi elle a notamment développé l'Échangeur PME - espace de sensibilisation et de formation aux technologies de l'information et de la communication dédié aux PME -, mis en place le Programme E-export pour les PME de Seine-Saint-Denis, dématérialisé lexportateur.com dès 2003, lancé la formation « Booster ses exportations avec Internet », organisé, en 2013 et 2015, le Forum E-export, ou encore créé le Parcours E-export d'accompagnement des PME dans leur projet d'exportation en ligne. C'est aussi pour cette raison qu'elle a œuvré pour la création du certificat d'origine labellisé de la *Chambre de commerce internationale* et qu'elle est *leader* en matière de dématérialisation des formalités à l'export et de signature électronique (*ChamberSign*). Aujourd'hui, la *CCI Paris Ile-de-France* affirme clairement sa priorité pour le numérique.

L'ère de la dématérialisation a également sonné pour *Accomex* : après 20 années d'existence, votre revue tire sa révérence ; nul doute qu'elle saura renaître sous une autre forme et que nous continuerons à vous proposer nos « analyses et réflexions sur les marchés extérieurs »...

Sommaire

E-export
L'Internet au service de l'export

L'édito de...

1 ◆ ...Pierre-Antoine Gailly

Analyses

5 L'e-commerce international : un canal de distribution porté par une nouvelle dynamique
◆ *Jean-Rémi Gratadour*

9 Les États-Unis : un marché incontournable pour le e-commerce
◆ *Jason McDonald*

12 Chine : le dynamisme du commerce électronique se poursuivra au cours des cinq prochaines années
◆ *Forrester*

14 Acquérir une stratégie de référencement au niveau international
◆ *Benoît Gaillat*

18 Améliorer sa e-Réputation grâce aux réseaux sociaux
◆ *André Dan*

21 Les bonnes pratiques pour réussir vos e-mailings à l'international
◆ *Franck Levy*

24 Quand le digital rencontre les barrières du monde physique : la logistique au secours du e-commerce
◆ *Valérie Moatti*

27 Pour aller plus loin

L'interview !

29 Questions à... **Monim Khiari**, PDG de *Beautyfrench*

... /...

Sommaire (suite)

E-export
L'Internet au service de l'export

... /...

En Pratique

33 Les formalités export gérées par les CCI : du papier à l'électronique, que de chemin parcouru...
- *Luc Dardaud*

36 Les règles fiscales en matière de vente par Internet : un casse-tête pour les entrepreneurs européens
- *Mojca Grobovsek*

40 L'indispensable sécurisation des conditions générales de vente de son site internet
- *Madalina Gergely, Ralph Roggenbuck*

44 La *CCI Paris Ile-de-France* vous facilite l'exportation en ligne
- Votre *parcours e-export*
- *lexportateur.com*, le site des opérateurs du commerce international
- *Booster ses exportations avec Internet*, formation continue
- GEFI, plateforme de *Gestion Électronique des Formalités Internationales*
- *Chambertrust*, le sceau de confiance « B to B »

Zoom sur...

50 L'encaissement documentaire, un moyen de paiement à risques ?
- *Claude Cagnoncle*

53 L'essentiel - résumés des articles

La dernière interview !

57
- *Gilles Dabezies*

L'essentiel

Résumés des articles

Analyses

L'e-commerce international : un canal de distribution porté par une nouvelle dynamique

Difficile à mesurer, l'e-commerce international n'en est pas moins une réalité aujourd'hui ; il suscite d'ailleurs l'intérêt des politiques avec, pour l'Europe, la volonté de créer un véritable *marché unique du numérique connecté* : de quoi inciter les PME européennes à se positionner pour, elles aussi, bénéficier de la dynamique de ce canal de distribution à l'international.

Jean-Rémi Gratadour,
Délégué général - ACSEL

Les États-Unis : un marché incontournable pour le e-commerce

Les États-Unis sont l'un des deux plus grands marchés de e-commerce au monde. Sachant que la conjoncture américaine est des plus favorables pour les entrepreneurs européens (retour de la croissance, évolution euro-dollar), les entreprises françaises ont tout intérêt à aller conquérir les consommateurs américains, de plus en plus nombreux à effectuer leurs achats en ligne.

Jason McDonald,
Directeur - StringCan

Chine : le dynamisme du commerce électronique se poursuivra au cours des cinq prochaines années

Amélioration des infrastructures logistiques, nouveaux types de produits achetés, nouveau public de consommateurs, développement du m-commerce, etc. sont autant de facteurs propices à la poursuite de la croissance du commerce électronique chinois au cours des prochaines années ; de belles opportunités s'offrent aux entreprises étrangères qui sauront faire preuve d'innovation.

Forrester

Acquérir une stratégie de référencement au niveau international

Le e-commerce n'a pas de frontières mais exige de mettre en place une stratégie adaptée marché par marché, voire de faire appel à des compétences locales spécialisées. Cela est vrai notamment pour le référencement de son site Internet. Alors que *Google* est incontournable en Europe, d'autres moteurs de recherche devront être privilégiés en Chine ou aux États-Unis, par exemple.

Benoît Gaillat,
Directeur général - Skeelbox

Améliorer sa e-Réputation grâce aux réseaux sociaux

La e-Réputation d'une entreprise est démultipliée sur les réseaux sociaux, nouveaux outils incontournables du web. Il convient donc d'intégrer ces derniers à la politique de communication de la société, de sorte à disposer d'une visibilité et d'une cohérence indispensables à son rayonnement international. Au chef d'entreprise de s'approprier les conseils et préconisations des experts !

André Dan,
Expert international en management et TIC

Les bonnes pratiques pour réussir vos e-mailings à l'international

L'e-mailing est un media « *économique, réactif et mesurable* ». Son efficacité n'en demeure pas moins dépendante du respect d'un certain nombre de bonnes pratiques : bien définir ses objectifs, différencier les messages en fonction du marché, s'adapter aux spécificités culturelles, etc. Attention aussi aux réglementations locales en matière de prospection électronique.

Franck Levy,
Directeur associé - Mixdata

Quand le digital rencontre les barrières du monde physique : la logistique au secours du e-commerce

La dématérialisation a ses limites... Et un modèle d'e-commerce n'a aucune chance de réussir sans que ne soit prise en compte la problématique de la logistique ! Stockage, préparation des commandes, expédition, suivi des colis, livraison, gestion des retours, etc. sont autant de maillons de la *supply chain* qu'une entreprise doit maîtriser pour satisfaire et fidéliser ses clients.

Valérie Moatti,
Professeur de stratégie et de supply chain management - ESCP Europe

L'interview !

Questions à… Monim Khiari, PDG de *Beautyfrench*

Entreprise de vente de produits de beauté sur Internet créée en 2013, *Beautyfrench* est aujourd'hui présente sur 82 pays. Du e-marketing aux moyens de paiements en passant par la logistique, l'expérience de cette jeune société de e-commerce est riche d'enseignements. Son PDG, Monim Khiari, revient avec enthousiasme sur ses réussites, ses difficultés et ses ambitions…

En pratique

Les formalités export gérées par les CCI : du papier à l'électronique, que de chemin parcouru…

La *CCI Paris Ile-de-France* a largement contribué à la dématérialisation des procédures douanières depuis les années 2000 avec la mise en place du système GEFI (Gestion Électronique des Formalités Internationales). Aujourd'hui, pour accroître l'acceptation des documents électroniques par les douanes des pays tiers, elle lance une labellisation de ces documents, gage de sécurité.

Luc Dardaud,
Responsable du DFCE – DGA AIE-CCI Paris Ile-de-France

Les règles fiscales en matière de vente par Internet : un casse-tête pour les entrepreneurs européens

Parce qu'il n'existe pas d'uniformité des règles fiscales au sein de l'Union européenne, les entrepreneurs désireux d'ouvrir une boutique en ligne se doivent de maîtriser les règles de territorialité de TVA. Celle-ci divergent notamment selon le volume et la nature des ventes (biens ou services), mais également en fonction du client (assujetti ou non assujetti, professionnel ou particuliers).

Mojca Grobovsek,
Juriste experte en fiscalité des entreprises - DGA AEI-CCI Paris-Ile-de-France

L'indispensable sécurisation des conditions générales de vente de son site internet

Les conditions générales de vente affichées sur les sites internet tenant lieu de contrat entre les parties, elles doivent impérativement être en conformité avec les lois des pays tiers. Des *règles d'ordre public européen* existent, qui protègent les consommateurs et renforcent les obligations des vendeurs ; elles distinguent les relations B2B des relations B2C.

Madalina Gergely,
Juriste d'affaires internationales – DGA AIE-CCI Paris-Ile-de-France

Ralph Roggenbuck,
Juriste - Centre Européen de la Consommation

La *CCI Paris Ile-de-France* vous facilite l'exportation en ligne

L'exportation en ligne représente une opportunité de développement à l'international, la dématérialisation des formalités un gain de temps et d'argent. La *CCI Paris Ile-de-France* propose aux entreprises toute une gamme d'outils et de prestations pour favoriser leur « e-développement à l'international ». Retrouvez le parcours e-export, les formations, le site lexportateur.com, GEFI, *Chambertrust*.

Zoom sur...

L'encaissement documentaire, un moyen de paiement à risques ?

Parmi les moyens de paiement à l'international, il en est un, simple et souple, très utilisé par les entreprises exportatrices : l'encaissement documentaire (ou remise documentaire). Technique documentaire sans engagement bancaire, l'encaissement documentaire n'est toutefois pas sans risque et la méconnaissance de son fonctionnement peut porter préjudice à l'exportateur.

Claude Cagnoncle,
Président - Crédimpex France

La dernière *interview !*

Questions à... Gilles Dabezies, Directeur général adjoint - Actions internationales et européennes - *CCI Paris Ile-de-France*

Une page se tourne... Après plus de vingt ans d'existence, Accomex tire sa révérence. À l'heure de la dématérialisation, la revue papier disparait ; elle laisse place à d'autres modes d'information qui répondront mieux aux nouveaux besoins des entreprises : conseils pratiques, information en temps réel, réactivité... *via* le site internet de la Direction internationale et lexportateur.com, ou encore grâce à la création d'un service d'accompagnement juridique à l'international.