

LA FISCALITÉ DU E-COMMERCE

Plan

Introduction

Chapitre I : Le commerce électronique : Aspects généraux et problèmes d'imposition

Section I : Particularités du commerce électronique

- A- Aperçu sur le commerce électronique
- B – Schématisation du commerce électronique

Section II : Application du droit fiscal et problèmes d'imposition du commerce électronique

- A-Application du droit fiscal sur le commerce électronique
- B- Le problème de territorialité
- C- Le problème du revenu
- D- Difficultés de l'administration fiscale

Chapitre II : Les solutions aux problèmes d'imposition du e-commerce et la réalité du cas marocain

Section I : Les remèdes et les perspectives de l'imposition du commerce électronique

- A- La recherche d'un consensus international sur les principes de politique fiscale
- B- Identification et enregistrement des contribuables
- C- Simplification de la facturation électronique de la gestion administrative
- D- Accès aux données électroniques et aux traces de contrôle

Section II : Fiscalité et e-commerce : cas du Maroc.

- A-Développement du commerce électronique au Maroc
- B- Vers la fiscalisation du commerce électronique au Maroc
- C- Mesures d'adaptation de la fiscalité marocaines pour intégrer la pratique du commerce électronique.

Conclusion

Introduction :

Ces dernières années, le commerce électronique a connu une expansion importante. De ce fait, en juillet 1997, le président américain a annoncé une initiative officielle dont le rapport a été publié, visant à définir un cadre pour le commerce électronique global. De façon générale il a été recommandé de laisser se développer le commerce électronique, dans la mesure du possible, sans réglementation ni taxe complémentaire.

Ce commerce électronique dont le montant en 1997 était à peine de 300 millions de dollars, se chiffre actuellement à des milliards de dollars et représente près de 10% du commerce mondial.

Actuellement, le développement du commerce électronique pose les mêmes problèmes de fiscalisation que ceux entraînés par l'expansion du commerce international. Ce qu'on a vécu au début du siècle, on le vit à présent avec la nouvelle économie.

Toutefois les caractéristiques intrinsèques du commerce électronique à savoir qu'il est un commerce à distance, sans frontières, et que son processus contractuel est dématérialisé, influencent son régime juridique et fiscal et posent de sérieux problèmes aux administrations fiscales. Ces problèmes se manifestent d'abord dans la difficulté pour déterminer l'assiette de l'impôt du fait de la dématérialisation de l'impôt. Le deuxième problème concerne le calcul de l'impôt sur les sociétés et la définition d'un établissement stable pour celles-ci. Le dernier problème, est celui du recouvrement des impôts et taxes autrement dit, comment identifier les parties et auprès de qui prélever les taxes ?

Sans oublier que les personnes ne ressortissant pas de la même juridiction, échappent à la taxation, il en découle que les gouvernements et les organisations internationales tentent de trouver des solutions optimales, permettant de fiscaliser les transactions électroniques et par conséquent les autorités fiscales profiteront de ce commerce en pleine expansion.

Dans ce cadre l'OCDE¹, est très active dans un certain nombre de domaines concernant le développement des réseaux et du commerce électronique. Au sein de la commission des affaires fiscales, les sessions spéciales sur les taxes à la

¹ Organisation de coopération et développement économique.

consommation, ont examiné les problèmes potentiels pour les systèmes de fiscalité indirecte résultant du commerce électronique.

A cet effet, les principes existants des impôts et techniques administratives, sont étudiés pour déterminer à quel point ils pourraient être appliqués aux nouvelles circonstances.

Dans cette optique, un groupe d'économistes réclament la taxation des transactions en ligne, car ils estiment que l'exemption de taxe crée une distorsion dans le marché et que les agents économiques utilisent cet outil pour éviter de payer une taxe de vente. D'autres économistes ajoutent qu'il faut avoir une vision plus large de la question. On doit tenir compte de l'effet dynamique de cette exemption fiscale : si le commerce électronique n'est pas taxé, les marchands du monde réel vont faire pression pour être également exemptés de la taxe de vente. Cette requête devrait faire baisser les taxes et donc réduire la progression ou même le niveau des dépenses publiques.

Si au contraire l'Etat arrivait à taxer de façon efficace les transactions en ligne ceci pourrait par l'effet de revenu en hausse contribuer à augmenter les dépenses publiques et donc conduire à une perte de rendement social.

A cet égard, notons qu'un avantage du commerce électronique est précisément d'éliminer les intermédiaires comme les détaillants ou grossistes, les courtiers... qui agissent comme percepteurs des taxes de ventes pour les gouvernements alors que les fabricants ou encore les entreprises virtuelles ne le font pas.

Le présent travail est scindé en deux chapitres. Le premier chapitre définit le commerce électronique, les aspects généraux et les problèmes d'imposition, tandis que le second chapitre, propose des solutions à ces problèmes et relate la réalité du cas marocain.

Chapitre I. commerce électronique : aspects généraux et problèmes d'imposition

Section I : Particularités du commerce électronique

Avant d'aborder l'analyse de l'imposition du commerce électronique, il convient tout d'abord de donner un aperçu de ce dernier.

A. Aperçu sur le commerce électronique

Quelle définition donnerait-on, aujourd'hui, de ce qu'il est convenu d'appeler le commerce électronique ?

Selon l'OCDE², le commerce électronique pourrait être « **Toute activité d'échanges générant de la valeur pour l'entreprise, ses fournisseurs ou ses clients, effectués sur des réseaux** ». cette définition large ne satisfait pas tout le monde, car elle se heurte à la question de savoir si le commerce électronique est fondé sur l'acte d'achat, sur l'acte de paiement ou sur les deux réunis et nécessairement effectués en ligne. Pour les uns, le commerce électronique correspond à tout type de relations effectuées à des fins électroniques et au moyen des instruments utilisant des données numériques.

Ainsi, on parle d'une définition restreinte selon laquelle le commerce électronique couvre l'ensemble des activités commerciales conduisant à des transactions amorcées en ligne, nécessairement suivies d'un paiement. La définition étroite, elle, limite le commerce électronique aux transactions engagées et conclues en ligne, et plus particulièrement les transactions bancaires par guichet automatique.

A partir de ces trois définitions on peut conclure que le commerce électronique est l'alliance de l'informatique et des télécommunications mis au service de l'entreprise et de cyber-consommateur. Il est aussi considéré comme une galerie marchande et boutique virtuelle, vitrines attractives derrière l'écran de l'ordinateur, conclusion de contrats entre entreprises et entre professionnels et consommateurs, possibilité d'acheter en temps réel des produits au bout du monde, le commerce électronique n'a, dit-on « rien à voir », avec le commerce traditionnel.

² OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique.

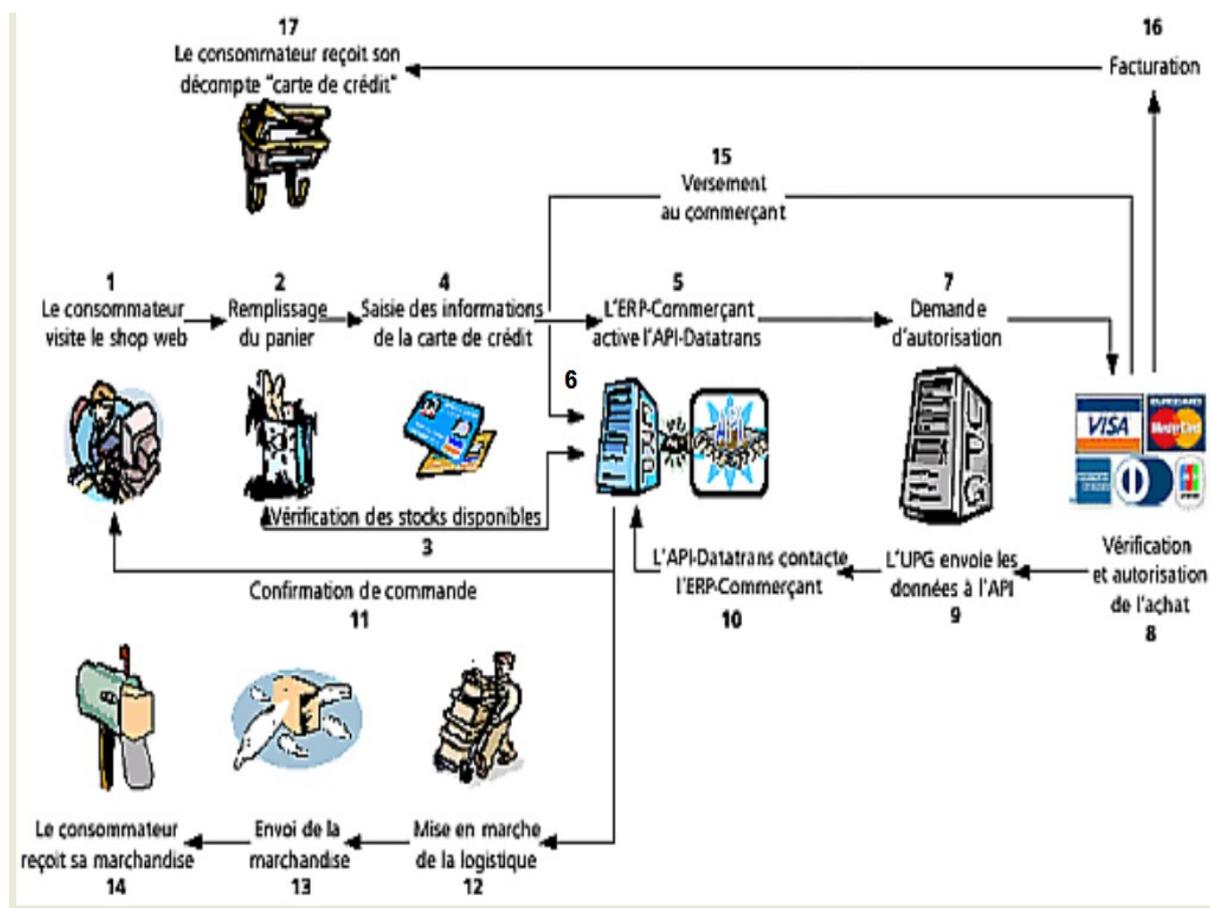
Une comparaison entre le commerce traditionnel et le commerce électronique est schématisée dans le tableau synoptique suivant :

Le commerce traditionnel	Le commerce électronique
Utilisation d'un support traditionnel : papier et autres matériaux physiques	Utilisation d'un support informatique
Rencontre des acheteurs et des vendeurs sur un lieu physique : le marché	Lieu du commerce ou marché virtuel
Rencontre physique entre les acheteurs et les vendeurs (sauf dans certains cas comme les ventes par catalogues)	Réalisation des transactions par les acheteurs et les vendeurs à travers des liens informatiques
Paiement par monnaie dans la majorité des cas	Règlement par transactions numériques de compte à compte
Utilisation de liens postaux ou de transports de tout type, avec des contraintes de délai	Livraison instantanée par télécommunications

B. Schématisation du commerce électronique³

Le schéma suivant décrit les différentes étapes du processus du commerce électronique.

³ <http://www.creation-web-solution.com>



Commentaire du schéma :

Certains sites commerciaux sont avant tout des vitrines d'information. D'autres permettent de placer des commandes tout en payant hors ligne, par exemple en expédiant un chèque par la poste ou en donnant un numéro de carte de crédit par téléphone. Aujourd'hui, les sites sont plus évolués et permettent de payer en ligne; il s'agit d'une fonction utile pour les produits dont on désire la livraison immédiate, par exemple un logiciel ou l'accès à une base de données. Il existe cependant un risque puisque le montant de l'achat est débité sans avoir l'assurance de la bonne exécution du contrat. Il est donc toujours préférable de demander la facturation de l'achat.

En effet, le processus du commerce électronique se déroule dans le respect des étapes suivantes :

Etape.1 : Chercher le produit qui convient
une fois que le consommateur entre sur le shop web, il doit repérer le catalogue

ou la liste des produits dans la page d'accueil ou utiliser la fonction de recherche pour accéder aux produits offerts et à leur disponibilité.

Etape. 2 : Sélectionner le produit

Pour sélectionner le produit, il faut cliquer sur une fonction de type « Ajouter au panier » ou « Acheter » et valider ce choix.

Etape. 3 : Avant de « PASSER À LA CAISSE »

Lorsque les achats sont terminés, il faut vérifier à nouveau le panier et cliquer sur une fonction de type « Passer à la caisse » ou « Payer ».

Etape. 4 : L'établissement de la commande de la livraison

Indiquer les renseignements nécessaires à l'établissement de la commande et à la livraison. Remplir les champs obligatoires du formulaire tout en jugeant de l'opportunité de transmettre de l'information personnelle.

Etape. 5 : Le mode de paiement

Choisir un mode de paiement. Si possible, il faut opter pour la facturation après l'envoi sinon le faire par carte de crédit dans un site de paiement sécurisé.

Etape .6 : La facturation détaillée

Une facture détaillée confirmera toutes les conditions de l'achat. Lire attentivement les informations inscrites. Si elles ne sont pas exactes, il est possible d'apporter les modifications souhaitées et consulter à nouveau la facture révisée. Enfin, il faut cliquer sur une fonction de type « Confirmer » pour acheminer la commande de manière définitive.

Etape. 7 : L'impression des documents d'achat

Il est préférable d'imprimer le reçu ou la confirmation. Généralement une confirmation de la commande est transmise par courriel. Il faut alors sauvegarder ou imprimer tous les documents utiles au suivi de la commande ou à la résolution d'un éventuel problème.

Etape .8 : Le suivi de la commande

Il est possible d'effectuer au besoin le suivi de la commande. Les sites les plus développés offrent la possibilité d'en suivre le déroulement à l'aide d'un nom d'utilisateur et d'un mot de passe dans un site sécurisé. Autrement, la transmission d'un courriel ou d'un appel téléphonique est nécessaire lorsqu'un retard est constaté. Si le marchand ne peut honorer la commande ou si les délais de livraison sont dépassés, le consommateur devrait pouvoir annuler la commande et être promptement remboursé.

Etape.9 : la réception de la commande

Quel que soit le problème, il est préférable de réagir rapidement et vérifier le

montant facturé ou payé. Selon la nature du problème, un courriel peut suffire. Si la réponse tarde à venir, le consommateur a intérêt à téléphoner et à écrire.

À la réception de la commande, il faut vérifier :

- si le produit est bien celui qui a été commandé et s'il est en bon état. S'il y a une erreur sur le produit ou si celui-ci est endommagé, le commerçant devrait assumer les frais de retour du produit qu'il souhaiterait récupérer;
- si le consommateur souhaite échanger ou faire rembourser un produit, il doit normalement renvoyer le produit dans son emballage d'origine en donnant des explications suffisantes. Les frais de retour seront généralement à ses frais. Toujours prendre soin de vérifier les conditions de remboursement ou de retour spécifiées au contrat.

Section II : Application du droit fiscal et problèmes d'imposition du commerce électronique

A. L'application du droit fiscal sur le commerce électronique

Le présent point abordera la taxation ou non du commerce électronique.

1. exonération du commerce électronique :

L'exonération du commerce électronique est justifiée par un certain nombre d'arguments qu'on peut regrouper en deux catégories :

- l'exonération du commerce électronique favorise son développement, par conséquent une perturbation de ce statut serait dommageable pour l'économie du commerce électronique, car l'ajout de tout élément de coût tel que l'impôt aurait des conséquences inappropriées comme l'augmentation des prix des produits vendus en ligne.
- La taxation du commerce électronique a pour seul effet d'accroître des recettes de l'Etat et encourager l'expansion de la bureaucratie publique. Pour les partisans du non fiscalisation du commerce électronique, la taxation ne fera que procurer des recettes supplémentaires à l'Etat en mettant en péril la répartition appropriée des recettes fiscales et de la charge fiscale sur l'ensemble de la communauté mondiale et par conséquent entraîner une augmentation de la taille des bureaucraties.

Dans cette optique de non taxation, considérons l'exemple américain : président Clinton, a déclaré le 30 novembre 1998 à la Maison-Blanche, ayant à ses côtés les dirigeants du secteur du commerce électronique, au

cours d'une manifestation présentant la politique de son gouvernement en matière d'Internet " Nous ne ferons rien qui pourrait saper la capacité des nouvelles technologies à améliorer la vie des Américains moyens".

Le président étant essentiellement en faveur d'une politique non interventionniste en ce qui concerne Internet, qu'ils considèrent comme un média global qui crée des emplois hautement rémunérés et qui représentent aujourd'hui le tiers de la croissance économique annuelle du pays, ainsi ils estiment qu'une réglementation ne pourrait qu'empêcher la créativité et mettre des obstacles à la poursuite de la croissance.

2. Taxation du commerce électronique :

D'après les statistiques de la nationale élague of cites⁴ la non imposition des ventes sur internet pourrait coûter des milliards aux Etats.

La taxation du commerce électronique est justifiée par 4 catégories d'arguments⁵ :

- La fiscalisation découle des obligations générales des pouvoirs publics ainsi que des objectifs et principes de la taxation .Ces obligations stipulent que toute société réglementée doit appliquée des impôts non seulement en vue de couvrir le cout des services reçus des pouvoirs publics mais également pour attribuer un prix aux externalités positives ou pour sanctionner les externalités négatives. les obligations qui incombent aux pouvoirs publics d'après Nightingale ⁶comprennent également la réglementation. Dans un certain contexte, elle implique une réglementation légale ou économique. Dans un autre, elle suppose le protectionnisme. Autrement dit, dans un sens plus général, la fiscalité et la mesure dans laquelle elle contribue à l'harmonisation et à l'« égalité des chances » garantissent le maintien de la santé et de la solidité du bien-être économique ainsi qu'une infrastructure solide pour l'activité commerciale et industrielle, et assurent que les pouvoirs publics disposent de la capacité requise pour prendre les mesures en leur pouvoir pour protéger les consommateurs.
- La fiscalisation est nécessaire en vue de promouvoir l'égalité des chances économiques pour le commerce mondial. Dans ce contexte, Andrew Grove (cité dans Nelles, 2000) a dit : « Sur le plan de la politique

⁴ Magazine : Problèmes économiques n°2622 du 23 juin 1999

⁵ Groupe spécial d'experts de la coopération internationale en matière fiscale Dixième session Genève, 10-14 septembre 2001 Le commerce électronique : aspects de la fiscalisation internationale.

⁶ Nightingale, K., « Taxation: Theory and Practice », Pitman Publishing, Londres, Royaume-Uni, 1997.

publique, je ne vois pas de justification à [l'octroi d'avantages fiscaux ou de subventions particuliers pour les ventes en ligne] ». Cette affirmation a tout son poids car Andrew Grove est, en effet, le président d'Intel Corporation, une des forces motrices dans le monde de l'Internet et du commerce électronique. Il en découle que l'harmonisation ou la promotion de l'égalité des chances sont essentielles au maintien de la santé des pays qui font partie du réseau mondial du commerce électronique. Cependant, la non-fiscalisation du commerce électronique introduira une distorsion dans le système fiscal au détriment du segment classique de l'économie, ce qui ne fera qu'aggraver les problèmes de compétitivité.

- La fiscalisation du commerce électronique atténue l'érosion des activités et institutions commerciales parallèles, La troisième catégorie d'arguments en faveur de la fiscalisation va au-delà des effets directs sur le commerce électronique et s'interroge sur les effets secondaires.

L'exonération fiscale aurait des effets incidents qui affecteraient le bien-être économique des autres membres de la communauté des entreprises. Si l'on craint certes beaucoup de voir la fiscalisation ou l'exonération fiscale du commerce électronique entraîner, entre secteurs à l'intérieur des économies ou entre les pays, des distorsions sous l'angle de la charge fiscale et de la répartition des revenus, il est tout aussi important de comprendre qu'il existe des effets incidents ou induits qui pourraient aggraver les distorsions potentielles .

- La mise en place d'un système fiscal pour le commerce électronique est nécessaire en vue d'éviter la double imposition et l'évasion ou l'évitement fiscal des exploiters. La quatrième catégorie d'arguments en faveur de la fiscalisation découle de l'objectif général de la coopération en matière fiscale. La fiscalisation du commerce électronique et la mise en place d'une structure fiscale efficace qui engloberait celui-ci sont une étape essentielle de la prévention non seulement de l'évasion fiscale et de l'évitement fiscal exploitateur mais aussi des possibilités très réelles de double imposition.

B. Le problème de territorialité :

1. Selon le lieu de résidence

La déréglementation des réseaux de télécommunications dans la plupart des pays industrialisés et l'expansion d'Internet ont donné lieu à un nouvel environnement en ligne apparemment «sans frontières».

En raison de l'expansion des télécommunications et des technologies sans fil, les entreprises peuvent se contenter d'une présence physique minimale, voire inexistante, pour mener à bien des activités commerciales. Pour plusieurs entreprises, en particulier les petites et moyennes entreprises, la chute des coûts des communications a fait sauter la barrière de la distance.

De ce fait, les sociétés ont d'avantage la possibilité d'établir leurs activités n'importe où dans le monde. Tous ces éléments ne font qu'accroître les difficultés auxquelles font face les pays qui imposent le revenu des sociétés en fonction de leur lieu de résidence ou de la source de revenu ou les deux.

En facilitant le choix du lieu de résidence des entreprises à des fins fiscales, le commerce électronique remet en question l'imposition en fonction du lieu de résidence. Le lieu de résidence d'une société est généralement déterminé en fonction du «lieu de constitution» ou du «lieu de la direction centrale et du contrôle». Toutefois, les contribuables peuvent facilement déjouer le critère de «lieu de constitution», car les activités commerciales par voie électronique peuvent être menées n'importe où et qu'il est peu coûteux de créer une société dans un paradis fiscal. Les contribuables peuvent donc décider s'ils veulent être assujettis à l'imposition selon la source ou à l'imposition en fonction du lieu de résidence.

Selon le critère du «lieu de la direction centrale et du contrôle», une société est considérée comme résidente du pays où se tiennent les réunions de son conseil d'administration. Mais en raison des instruments technologiques de communications, comme la vidéoconférence et les autres groupes de discussion électronique qui peuvent se tenir grâce à Internet ou à des technologies similaires, et de l'accessibilité relative des moyens de transport mis à la disposition des cadres supérieurs et des directeurs, déterminer le lieu de la direction centrale et du contrôle d'une société n'est pas une tâche facile. Par ailleurs, ce critère perd de sa pertinence compte tenu de l'absence de frontières dans le commerce électronique et l'abolition des distances et de l'obligation d'avoir une présence physique pour mener à bien des activités commerciales

qui permettent à une entreprise de s'établir dans un pays A et d'avoir la moitié de ses administrateurs dans un pays B et l'autre moitié dans un pays C.

De plus, le commerce électronique permet aux entreprises de s'installer dans un paradis fiscal. Les frontières géographiques perdant de leur pertinence, déplacer une société ne demande rien de plus qu'un transfert électronique des fichiers importants à un nouvel ordinateur. Il sera plus facile que jamais d'«échapper» aux administrations fiscales qui ont un taux d'imposition élevé et de s'établir dans celles qui ont un taux plus bas.

Pour les pays qui ont un taux d'imposition élevé, la grande mobilité des entreprises peut se traduire par la perte du pouvoir des administrations fiscales d'imposer les entreprises dont le revenu provient du commerce électronique.

2-Selon le lieu de consommation

Il est important de noter que les taxes à la consommation à l'échelle internationale font face à des défis similaires. Les transactions commerciales transfrontalières par voie électronique sont assujetties à la taxe sur la valeur ajoutée sur la base du lieu de consommation. Le lieu de consommation dépend généralement du caractère de la transaction (une vente de biens, de services, de biens intangibles, etc.) et du lieu de résidence du fournisseur de biens ou de services. Par ailleurs, les difficultés identifiées dans cet article⁷ concernant le lieu de résidence d'une entreprise, l'établissement stable et la classification du revenu s'appliquent aussi dans le contexte de la taxe à la consommation. De plus, la mise en recouvrement de l'impôt est un enjeu important car les taxes sur les biens et services importés par des particuliers ou par des entreprises sont collectés selon le processus d'autocotisation (c'est-à-dire que l'acheteur calcule la taxe et la remet au gouvernement).

Les pays qui font de l'importation commerciale par voie électronique, comme le Canada les pays de l'Union européenne (UE) et bien d'autres, ont déjà assisté à l'érosion de leur assiette fiscale en raison des achats en ligne que leurs résidents effectuent chez des fournisseurs américains sans auto cotisé les montants requis. Aussi, l'érosion de l'assiette fiscale de ces pays ne fera qu'augmenter en raison de la croissance des transactions électroniques entre entreprises et consommateurs. Pour protéger son assiette fiscale, l'Union

⁷ Comité des affaires fiscales de l'OCDE, *Conditions cadres pour l'imposition du commerce électronique*, octobre 1998, Ottawa, paragraphe 11, disponible à l'adresse : www.oecd.org/daf/fa/e_com/frameworkf.pdf

européenne, qui a harmonisé son système de taxe sur la valeur ajoutée, a proposé des mesures pour obliger les fournisseurs non-membres à imposer la taxe sur la valeur ajoutée sur les ventes destinées à des consommateurs membres de l'Union. Pour des raisons évidentes, les entreprises et le gouvernement américains se sont vigoureusement opposés à cette proposition en alléguant principalement la difficulté de s'y soumettre.

La solution au problème de la taxe à la consommation pourrait se trouver dans la technologie qui rend le commerce électronique possible. Par exemple, si un logiciel ou des bases de données permettaient aux entreprises en ligne de calculer le montant de la taxe à la consommation exigée pour chaque transaction et de s'en acquitter automatiquement à l'autorité compétente, alors le problème pourrait être résolu. En revanche, la solution aux problèmes de la taxe à la consommation à l'échelle internationale est plus conceptuelle et fondamentale.

Même avec une technologie adaptée à la perception de la taxe, les principes et les concepts de la fiscalité internationale doivent être révisés pour assurer l'efficacité d'une telle technologie. Par ailleurs, l'éventuelle solution au problème de la taxe à la consommation à l'échelle internationale pourrait permettre de freiner la diminution de l'assiette fiscale due aux défis posés par le commerce électronique.

C. Le problème de revenu

1-Problème de source de revenu

L'exécution efficace de l'imposition selon la source dépend du type de revenu et de la source géographique du revenu. Le commerce électronique ne permet pas de déterminer facilement la source territoriale du revenu, particulièrement dans le cas du revenu d'entreprise, puisque les règles actuelles de l'imposition selon la source se basent sur l'établissement stable et que le commerce électronique n'a souvent pas besoin d'un établissement stable. Le commerce électronique remet aussi en question les catégories de revenu et la classification du revenu. De plus, le commerce électronique permet aux contribuables de manipuler la source du revenu afin d'échapper à l'imposition selon la source.

Ainsi, les pays, qui appliquent l'imposition selon la source, pourraient se voir dans l'impossibilité d'imposer les entreprises étrangères sur le revenu généré par des transactions effectuées avec une clientèle du même pays.

L'établissement stable:

La notion d'«établissement stable» joue un rôle clé dans l'imposition selon la source. Sans établissement stable, un pays où les biens et les services sont vendus n'a pas le pouvoir d'imposer les bénéfices réalisés. Un établissement stable est un «lieu fixe d'affaires où les activités d'une entreprise sont exercées en totalité ou en partie». Par «fixe», on entend l'attachement à un emplacement géographique pour un laps de temps suffisant. Les exigences de cette présence physique démontrent que le concept a été créé à un moment où les entreprises à caractère industriel étaient les seules à participer à des activités commerciales en dehors de leur administration fiscale.

Étant donné que le commerce électronique n'exige pas la présence de «matériel», le concept d'établissement stable limite la capacité des administrations fiscales à imposer les bénéfices attribuables aux ventes réalisées grâce à un site Web. Les serveurs, et autres technologies informatiques, répondent aux exigences physiques, mais seulement dans la mesure où ils sont établis dans l'administration fiscale en question. L'application de cette notion dans un environnement électronique a été clarifiée dans les commentaires de l'article 5 du Modèle de convention de l'OCDE, selon lesquels :

- Un site Web ne constitue pas un établissement stable;
- Un serveur devra être situé dans une administration fiscale pendant un «certain laps de temps suffisant» pour être considéré comme un établissement stable ;
- Un arrangement selon lequel le site Web d'une entreprise est hébergé par le serveur d'un fournisseur de services dans Internet (FSI) dans une administration fiscale donnée ne constitue pas un établissement stable, bien que l'endroit où l'entreprise exerçant une activité par l'intermédiaire d'un site Web a le «serveur à sa disposition» puisse constituer un établissement stable;
- Aucun établissement stable ne peut exister lorsque les opérations commerciales par voie électronique, effectuées à l'aide de serveurs ou d'équipement informatique situés dans une administration fiscale, se limitent aux «activités préparatoires ou auxiliaires», comme assurer des liens de communications, faire de la publicité, collecter des données sur le marché et fournir des informations.

D- Difficultés de l'administration fiscale

Selon le survol que nous venons de faire de l'impact du commerce électronique sur les règles fiscales actuelles, les administrateurs fiscaux, à l'échelle mondiale, font face à un incroyable défi.

Ce dernier est d'autant plus important que, selon une politique obligatoire à laquelle doivent se soumettre les administrateurs fiscaux, les principes fiscaux qui ont guidé «les gouvernements dans l'imposition du commerce conventionnel devraient aussi les guider dans celle du commerce électronique».

Compte tenu du pourcentage relativement bas des transactions commerciales par voie électronique en comparaison à d'autres formes de commerce et de la récente évaporation du capital pour les entreprises émergentes reliées à Internet, il s'agit là d'une mesure politique avisée. De plus, les administrateurs fiscaux doivent aussi instaurer «un climat fiscal dans lequel le commerce électronique puisse être florissant en tenant compte de l'obligation de disposer d'un système fiscal juste et prévisible qui fournisse les recettes requises pour contrôler les exigences légitimes des citoyens en matière de services fournis par l'Etat».

En outre, comme une administration de l'impôt efficace doit détenir le pouvoir et les moyens de renforcer les règles fiscales examinées ci-dessus, la capacité d'obtenir de l'information et de protéger l'assiette fiscale des entreprises qui s'établissent dans des paradis fiscaux et de collecter l'impôt est essentielle.

En matière d'administration fiscale conventionnelle, les autorités fiscales examinent les pistes de vérification afin de calculer le revenu et le bénéfice approprié d'une entreprise. Avec le passage à une économie axée sur le savoir dans le contexte de la nouvelle économie et l'expansion du commerce électronique, les transactions commerciales par voie électronique posent des problèmes pour le choix de pistes de vérification, à savoir :

- La capacité de localiser et d'accéder à des documents conservés sous format électronique;
- La capacité d'encoder électroniquement des documents avec un système de chiffrement;
- Le manque d'authenticité, d'intégrité et de fiabilité d'un document électronique.

- La possibilité de faire des paiements en ligne grâce à l'argent électronique, qui élimine l'intermédiaire traditionnel, c'est-à-dire les institutions financières.⁹

Ces problèmes sont aggravés du fait que les paradis fiscaux sont généralement soumis au secret bancaire et n'ont pas de conventions fiscales. Aussi, la capacité d'un contribuable à transférer son existence fiscale dans un paradis fiscal ou dans le monde virtuel est une possibilité réelle qui va continuer à hanter les administrateurs fiscaux et à menacer l'autonomie fiscale des administrations.

Un autre enjeu important pour les administrateurs fiscaux est le processus de désintermédiation et la croissance du commerce transfrontalier, tous deux des caractéristiques importantes de la nouvelle économie et du commerce électronique, car ils réduisent considérablement la façon dont certains impôts sont collectés. Cela s'explique par le fait que le rapport d'information et la retenue fiscale par les intermédiaires traditionnels et les percepteurs d'impôts, comme les courtiers et les institutions financières, sont graduellement écartés de leur rôle et que les administrateurs fiscaux sont obligés de collecter les impôts auprès d'un plus grand nombre de contribuables et sur de plus petits montants.

Chapitre II : Les solutions aux problèmes d'imposition du commerce électronique et la réalité du cas marocain

Section I : les remèdes et les perspectives de l'imposition du commerce électronique.

A. La recherche d'un consensus international sur les principes de politique fiscale

1. Conventions :

⁹ Selon l'une des études les plus complètes sur les activités commerciales par voie électronique par secteur, les transactions interentreprises (principalement dans les secteurs manufacturier et de la vente en gros) se chiffrent à 600 milliards de dollars, tandis que les transactions entre entreprises et particuliers (principalement dans les secteurs du service et de la vente au détail) se chiffrent à 40 milliards de dollars, voir U.S. Department of Commerce, E-States, «E-commerce 1999», février 2001, disponible à l'adresse : www.census.gov/eos/www/papers/estatstext.pdf.

D'après l'idée courante et dominante, le commerce électronique devrait bien avoir une place dans le dispositif fiscal. Mais il reste à savoir comment cela peut fonctionner sur le plan international et offrir le même degré de certitude aux pouvoirs publics et aux entreprises aujourd'hui. Nous devons aussi définir clairement où interviendra l'imposition, comment, afin d'éviter les risques de double imposition ou de non imposition non intentionnelle.

-Quelles sont les complications techniques et politiques liées à l'imposition du commerce électronique?

Pour cette question, il faut d'abord connaître les moyens pratiques et raisonnables pour appliquer à ce commerce électronique des formes d'imposition acceptées à l'échelle internationale. Ainsi, par exemple sur le plan de la fiscalité, préciser la règle qui détermine le droit d'un Etat d'imposer les bénéfices d'une entreprise d'un autre Etat.

Sur le plan des impôts indirects comme celui de la taxe sur la valeur ajoutée, on peut confirmer comment les échanges internationaux devraient être traités et ceci laisse à réfléchir sur les modalités de recouvrement de l'impôt sur un produit livré en ligne.

Mais on remarque que le problème qui se pose le plus, c'est celui de la liaison en ligne au niveau international surtout lorsque le fournisseur n'a aucune présence dans la juridiction du client ce qui charge ce fournisseur à recouvrir l'impôt relatif aux taxes de types TVA et ceci n'est pas facile car ce fournisseur se trouve dans un autre état. Ce problème nécessite une réflexion beaucoup plus poussée afin d'envisager la mise en œuvre d'enregistrements simplifiés pour ces fournisseurs non résidents.

Cependant, l'OCDE, dans le cadre des groupes techniques des experts des secteurs privé et public demande un examen approfondi des modalités de ces impôts pour définir l'orientation à suivre, car il faut en tenir compte et c'est à ce niveau qu'on insiste sur un dialogue actif auquel sont associées les économies mondiales.

- où en sont les pays en matière d'imposition du commerce électronique?

Dans la convention d'Ottawa, relative à l'imposition de ce commerce électronique des solutions ont été prises en considération. Ainsi, les gouvernements des pays de l'OCDE et ceux d'autres pays appartenant au monde des affaires sont engagés à respecter les principes de la convention sans aucune modification, et parmi ces principes le traitement non discriminatoire

du commerce électronique, l'application des règles sans concepts, l'application équitable de la fiscalité au plan international et l'ouverture d'un dialogue avec les entreprises et les pays non membres de l'organisation commerciale de développement économique.

Les solutions apportées par les conventions d'Ottawa porte essentiellement sur ce qui suit :

- Impôt sur la consommation : l'imposition intervient au lieu de consommation.
- La fiscalité directe internationale : la taxation des bénéfices des entreprises se fera selon la solution trouvée au concept d'établissement stable.
- L'administration fiscale : il faut utiliser les possibilités qu'offre la technologie du commerce électronique pour améliorer le service au contribuable et d'adapter la capacité des administrations fiscales pour contrecarrer l'évasion et la fraude fiscales. L'une des principales questions à ce niveau est la mise au point de système d'identification au niveau international.

2- Principales conclusions

Le Comité des affaires fiscales reconnaît que les technologies à l'origine du commerce électronique offrent aux autorités fiscales de nouvelles possibilités importantes d'améliorer le service au contribuable et les pays sont déterminés à exploiter pleinement ces possibilités. Les principes fiscaux qui guident les gouvernements dans l'imposition du commerce conventionnel devraient aussi les guider dans celle du commerce électronique. Le Comité des affaires fiscales estime qu'au stade actuel d'évolution de l'environnement technologique et commercial, les règles fiscales existantes permettent de mettre en œuvre ces principes.

Cette approche n'exclut pas de nouvelles mesures administratives ou législatives concernant le commerce électronique, ou des modifications des dispositions existantes, à condition que ces mesures soient destinées à faciliter l'application des principes fiscaux en vigueur et ne visent pas à imposer un traitement fiscal discriminatoire des transactions commerciales électroniques.

Toute disposition en vue de l'application de ces principes au commerce électronique adoptée dans le cadre national et toute adaptation des principes existants en matière de fiscalité internationale devraient être organisées de manière à préserver la souveraineté fiscale des pays, à assurer une répartition

équitable de la base d'imposition du commerce électronique entre les différents pays et à éviter la double imposition et la non-imposition involontaire.

Les systèmes d'imposition devraient être flexibles et dynamiques de manière à suivre le rythme de l'évolution des techniques et des transactions commerciales.

B- Identification et enregistrement des contribuables

L'identification des contribuables est un élément clé dans le développement d'un modèle pour la conformité du commerce électronique. Une première étape vers un système permettant à des opérateurs électroniques (quel que soit l'endroit où ils se trouvent) est de faire une déclaration de TVA concernant des ventes à des clients.

Il est nécessaire que les administrations puissent identifier les opérateurs et qu'à leur tour, ces derniers puissent identifier leurs clients. Dans les deux cas, il est essentiel qu'ils puissent au moins déterminer à quelle juridiction ils appartiennent et s'ils sont inscrits à la TVA.

Le profil d'information que les transactions électroniques commerciales produisent actuellement est déficient à maints égards en ce qui concerne l'application de la TVA. Cette situation doit être rapidement rectifiée.

Le principe d'un enregistrement général obligatoire des sites Web commerciaux auprès des autorités fiscales propose d'imposer l'affichage de l'enregistrement fiscal ou tout autre moyen d'identifier du même type sur les pages du site. Il s'agit d'une mesure administrative relativement simple et peu coûteuse qui pourrait être instaurée sans beaucoup de difficulté. Au niveau national, ce système ne serait pas plus onéreux que les procédures existantes en ce qui concerne la communication sur papier à lettres, les factures, les bureaux enregistrés etc. et ne désavantagerait en rien les opérateurs nationaux. Une méthode de vérification serait également nécessaire mais celle-ci pourrait découler de la technologie elle-même. Une étude plus approfondie de la question est nécessaire.

C- Simplification de la facturation électronique

—

Les conclusions du séminaire MATTHAEUS-TAX à Stockholm (en juillet

1997) et les discussions au sein des groupes de travail sur le commerce électronique ont révélé le besoin d'une approche coordonnée au niveau communautaire en ce qui concerne la facturation électronique transfrontalière.

En fait, la facturation électronique est inséparable de la croissance du commerce électronique, les administrations fiscales doivent accepter ce fait. Si l'absence de normes communes pour la facturation électronique est une barrière à la croissance du commerce électronique au sein de la Communauté, alors ce défaut doit être corrigé.

La facturation électronique commerciale fonctionne généralement sous un certain nombre de protocoles qui ont été développés, en premier lieu, par les grandes organisations industrielles et de distribution pour un usage par leurs propres membres. Il fonctionne en général au sein de réseaux EDI¹⁰ fermés entre partenaires dans le cadre de relations commerciales établies.

D- Accès aux données électroniques et aux traces de contrôle

Les administrations fiscales doivent s'établir comme piliers dans le monde électronique. Le message à transmettre aux administrateurs de réseaux, aux fournisseurs de services et aux opérateurs de systèmes de paiement est que les administrations fiscales recherchent au moins les mêmes niveaux d'information et l'accès à celle-ci que ceux disponibles actuellement pour le commerce traditionnel. À des fins fiscales, des dispositions légales devraient prévoir que les vérificateurs doivent avoir accès aux données cryptées.

Les transactions électroniques laissent des traces sur le réseau entre le point d'expédition et le bénéficiaire. Cet itinéraire est néanmoins aléatoire et la seule source d'information cohérente se situe à chaque extrémité.

L'examen des données détenues par les acheteurs, les vendeurs et les banques (lorsque celles-ci sont physiquement ou légalement accessibles) ne présente aucun nouveau problème technique pour les administrations fiscales qui disposent de compétences et d'expérience dans le domaine des techniques de contrôle informatisées bien que le commerce électronique soit susceptible d'introduire de nouveaux problèmes.

L'impression initiale qu'on peut avoir concernant ce commerce est que les traces de contrôle générées en différents points intermédiaires dans la chaîne de transaction n'ont que peu d'utilité, soit en raison de la nature aléatoire de leur

¹⁰ Echanges de Données Informatisées : concept d'échange de données informatisé visant à transférer d'application à application, à l'aide d'ordinateurs, connectés sur un ou plusieurs réseaux des données structurées selon un langage normalisé.

trajectoire, soit du fait qu'elles sont susceptibles d'être rendues illisibles par cryptage ou par d'autres processus. La nature indicative de l'information générée peut néanmoins être utile, par exemple, dans la détection des activités non enregistrées. Les administrations fiscales doivent apprendre à comprendre les données, fichiers journaux et pratiques de stockage des fournisseurs de services et autres intermédiaires dans le commerce électronique.

Section II : Fiscalité et E-commerce : Cas du Maroc

Prochainement, le e-commerce sera une réalité au Maroc. Cette année sera sans conteste celle du démarrage effectif du commerce électronique.

Les opérateurs se targuent désormais de l'existence d'une infrastructure de télécommunications moderne et efficace et des sociétés marocaines de prestation de services internet à même d'exporter leur savoir-faire à travers le monde. D'autant plus que les facteurs de blocage au développement de ce type de commerce disparaissent progressivement, à savoir la possibilité pour les internautes marocains porteurs de cartes locales de payer en ligne sans complications procédurales ni bancaires.

A- Le développement du commerce électronique au Maroc :

Sur l'ensemble des entreprises, 38% déclarent disposer d'un site Web, soit environ 15 600 sites Web pour les entreprises marocaines. Parmi ces dernières, 78% disposent d'un nom de domaine propre et pour 75%, ce site est de type commercial.

****Le commerce en ligne, l'achat en ligne¹¹***

Sur l'ensemble des entreprises, seuls 14% déclarent avoir recours à des achats en ligne et ce pour un montant ne dépassant pas 4% du volume global des achats de l'entreprise dans 95% des cas.

La taille de l'entreprise influe peu sur le comportement d'achat, par contre d'un point de vue sectorielle, des différences de comportement existent, le secteur service et transport déclarant avoir recours à l'achat en ligne dans 18% des cas contre 12% pour les autres secteurs.

****La vente en ligne : pratique, volume et intentions***

¹¹ Finance news, 06 décembre 2007, N°416, Maroc

Cette activité est peu développée puisque seuls 4% des entreprises interrogées déclarent pratiquer la vente en ligne et ce pour des montants représentant dans plus de 50% des cas plus de 5% du chiffre d'affaires. En termes d'intention de vente dans les 12 prochains mois, 15% des entreprises déclarent envisager cette possibilité. Dans ce cadre, le secteur industrie/construction effectue une percée puisque les intentions exprimées par ce secteur sont identiques à celle du secteur technologique avec 17% d'entreprises déclarant leur intention d'effectuer des ventes en ligne.

B- Vers la fiscalisation du commerce électronique au Maroc

La promotion du commerce électronique au Maroc pose un véritable problème pour le système actuel des impôts et taxes, cela implique que l'administration fiscale devra mettre en place des systèmes structurés utilisant internet et permettant l'augmentation de l'efficacité et la transparence des recettes du gouvernement.

Au Maroc les taxes sur les transactions effectuées à travers le commerce électronique posent les problèmes suivants :

- L'autorité qui se charge de la collecte d'impôts
- L'identification du contribuable
- La catégorisation appropriée et la couverture des produits et services dans le cas de la TVA, des revenus et du capital, dans le cas des taxes directes.

Néanmoins, le Maroc dispose des potentialités nécessaires pour bénéficier des analyses faites par d'autres groupes tels que L'OCDE, UE et donc sauter les phases intermédiaires de développement du système fiscal et utiliser le commerce électronique pour adapter la gestion de ses impôts avec les lois fiscales modèles, telle qu'elles ont été élaborés.

Il faut également préciser qu'en raison des mutations économiques que connaît le Maroc, il devient nécessaire de conclure des accords sur les impôts avec d'autres pays ou au moins entamer une collaboration entre les administrations chargées des impôts.

Donc, la fiscalité du e-commerce au Maroc est encore dans son état embryonnaire, elle se développera à fur et à mesure que ce commerce évoluera.

C- Mesures d'adaptation de la fiscalité marocaines pour intégrer la pratique du commerce électronique¹²

L'adaptation par le Maroc de son dispositif fiscal, en préparation d'une intégration prochaine de la pratique du commerce électronique, passe par :

- Un effort de réflexion sur les modifications législatives et réglementaires requises en matière de fiscalité directe et indirecte ;
- Un effort de communication auprès des contribuables, personnes physiques ou morales, lesquelles doivent opérer sur le Net en connaissance des conséquences fiscales y relatives ;
- Un effort de renforcement de l'intervention de l'administration fiscale en matière de contrôle de transactions totalement dématérialisées.

Ces actions combinées ont pour finalité commune la lutte contre la fraude et l'évasion fiscale et la mise en place d'un cadre fiscal approprié au développement de cette nouvelle forme de commerce.

En revanche, les actions de l'Etat dans le domaine de la fiscalité du commerce électronique doivent être menées de pair avec la mise en place d'un cadre juridique approprié, conférant avant tout une sécurité juridique aux échanges électroniques.

CONCLUSION :

La rapide croissance du e-commerce s'explique par les avantages qu'il offre aux entreprises et à leurs clients : service accessible 24h/24h et 7j/7j, réactivité de la réponse au client, réduction des coûts de gestion, optimisation de la chaîne « Fournisseur-Société-Distributeur-Client », diminution des procédures papier, réduction des délais de traitement.

Cependant une chose est sûre : pour la plupart des e-commerçants, l'impératif est aujourd'hui de dégager de leur activité des bénéfices. Mais la question de la fiscalité se pose avec acuité quand les sites marchands sont bénéficiaires. Dans

¹² « Mesures d'adaptation de la fiscalité marocaine à la pratique du commerce électronique », effectué par S.GUESSOUS pour l'obtention du diplôme national d'expertise comptable, encadré par Mr A.MASNAOUI, ISCAE, Novembre 2003.

ce cas, il faudra certainement se poser la question de l'adaptation des règles existantes au commerce électronique et surtout l'épineuse question de la TVA qui frappe le chiffre d'affaires.

Quel serait alors l'impact sur l'assiette fiscale, si le commerce électronique se développe plus rapidement que sa fiscalité ?

Dans ce cadre, lors de la conférence ministérielle d'OTTAWA en 1988, l'OCDE a établi les principes d'une « bonne fiscalisation » du commerce électronique à savoir ¹³ :

- Neutralité : la fiscalité doit être neutre et équitable entre les différentes formes de commerce électronique avec le commerce traditionnel et notamment éviter la double imposition.
- Efficacité : les coûts pour les entreprises et les administrations de la perception des impôts doivent être minimisés
- Clarté et simplicité : les règles de la fiscalité doivent être claires et faciles à comprendre
- Fiabilité et loyauté : la fiscalité doit permettre de produire le bon montant des recettes au bon moment, les possibilités d'évasion fiscale doivent être minimisées
- Flexibilité : le système d'imposition doit être flexible et dynamique pour permettre de prendre en compte les développements technologiques et commerciaux.

Bibliographie :

❖ Ouvrages :

* Didier Gobert et Etienne Montero, *La signature dans les contrats et paiements électroniques : l'approche fonctionnelle*, in Commerce Electronique, Le temps des certitudes, Delta, 2001.

* Bedhri Mohamed, *Le commerce électronique : quelles perspectives au Maroc ?* Editions El Joussour, Oujda 2001.

¹³ J.OWENS, taxation in a wired world, OCDE 2000

*Christophe Heckly, **la politique fiscale dans les pays industrialisés**, Dunod 1999.

❖ Mémoires :

« Etude du consommateur marocain face au commerce électronique », effectué par N.Benchekri, encadré par : Mr Mrabet, ISCAE.

« Mesures d'adaptation de la fiscalité marocaine à la pratique du commerce électronique », effectué par S.GUESSOUS pour l'obtention du diplôme national d'expertise comptable, encadré par Mr A.MASNAOUI, ISCAE, Novembre 2003.

❖ Journaux et magazines :

Finance news, 06 décembre 2007, N°416, Maroc

Magazine, Problèmes économiques, édition : juin 1999

❖ Webographie :

www.essec.fr/internet_fr/sid/commerce_electronique

www.internautica.tm.fr/rubriques/fiscalté

www.acv-taxlaw.com/commerce_electronique_echos.html

www.oecd.org/daf/fa/e_com/frameworkf.pdf

Annexes

TVA sur le e-commerce des produits numériques.¹⁴

Publication : mardi 19 février 2002.

Le Conseil européen des ministres des Finances a approuvé (lors du conseil ECOFIN du 12/02/02), le principe d'un plan, qui prendra effet le 1er juillet 2003, visant à récupérer la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur les produits et services numériques (les logiciels, MP3, software téléchargés ou commandés etc...) vendus sur internet à des consommateurs européens. Ces mesures ont été jugés discriminatoires par des responsables Américains. En

¹⁴ <http://www.legalbiznext.com/droit/TVA-sur-le-e-commerce-des-produits>

effet les entreprises non européennes devront appliquer le taux de TVA du pays dans lequel est installé le consommateur européen et les sociétés européennes factureront la TVA en vigueur dans la pays où elles sont installées. C'est ainsi que le président de l'Information Technology Association of America a pu déclarer que ces mesures créent " ... un fardeau fiscal complexe, voire impossible ... " .

Dans un premier temps, ce fardeau est complexe d'un point de vue administratif, puisque la vente va être retardée par la localisation du consommateur afin de savoir quelle est le régime fiscal applicable (Elles devront maintenant s'enregistrer dans l'un des pays de l'Union et prélever le taux de TVA applicable dans le pays de provenance du client). La discrimination de ce système est mis en lumière par le fait qu'il met en concurrence des pays non européens qui ne pratiquent pas le système de la TVA . De plus, cette mesure aurait pour conséquence de rendre les tarifs des sociétés américaines plus importants que ceux de sociétés européennes. En effet, il n'y a plus d'obligation pour les entreprises européennes de prélever la TVA sur les prestations destinées à des pays tiers et les entreprises des pays tiers (dont les Etats Unis) vendant un produit en Europe devront appliquer le taux légal de TVA. Ces qui rendra les produits européens vendus sur le net un avantage sur leurs concurrents américains . Mais les Etats Unis n'entendent pas baisser les bras : " ...nous allons continuer à discuter avec les pays en Europe et à répéter nos inquiétudes..." , a affirmé à Reuters Mark WEINGERGER assistant du secrétaire au Trésor pour la politique Fiscale.

Steve Picoteiro