

2

Créer un webshop : les aspects fiscaux



3

Vente via un webshop : qu'en est-il de la TVA ?



4

E-commerce : prévoyez un système de paiement en ligne sécurisé



Avant-propos : l'e-commerce, une solution adaptée à tous les entrepreneurs

En Belgique, les achats et ventes sur Internet rencontrent de plus en plus de succès auprès des entreprises et des consommateurs. Cette spirale positive pousse de nombreux entrepreneurs à tenter l'expérience de l'e-commerce. Mais si créer un webshop est devenu accessible à tous, la décision de se lancer dans l'aventure ne doit pas être prise à la légère, car elle entraîne de nombreuses conséquences juridiques et fiscales. Mieux vaut donc s'informer correctement avant de franchir le pas. Dans ce numéro, nous attirons votre attention sur une série de points importants.

Nous abordons notamment les aspects à prendre en considération dans la phase (pré)contractuelle de la conclusion d'un contrat électronique. Quelles sont les conditions générales de vente applicables pour votre webshop ? Comment les rédiger et les communiquer à vos clients, afin qu'ils puissent à tout moment connaître leurs droits ?

Si vous créez un site de commerce électronique, le fisc ne manquera pas non plus de s'intéresser à vos profits et qui dit boutique en ligne, dit assujettissement à la TVA et respect des droits et obligations y afférents. Mais qu'en est-il si vos clients sont établis dans d'autres pays européens ? Pouvez-vous également leur appliquer les règles belges en matière de TVA ?

Enfin, n'oubliez pas que l'ouverture d'un webshop fait de vous un entrepreneur indépendant, ce qui implique aussi des obligations fiscales et administratives (p. ex. versements anticipés d'impôts).

Vous vous êtes déjà renseigné pour le lancement de votre boutique en ligne, mais vous avez besoin d'aide pour sa mise en production ? Rendez-vous vite sur belfius.be/e-commerce.

Créer un webshop : l'importance des conditions générales

Vous développez votre boutique en ligne ? Tenez compte des nombreux aspects techniques, fiscaux et financiers... mais n'oubliez surtout pas vos obligations juridiques ! Un exemple : chaque page web sur laquelle il est possible d'effectuer un achat doit contenir un lien vers vos conditions générales de vente. Celles-ci établissent les règles applicables à chaque vente, et ce, aussi pour le commerce en ligne.

Un contenu sur mesure

À l'instar de la vente en magasin 'physique', les conditions générales revêtent une importance capitale pour la vente sur Internet. Ces conditions générales de vente doivent non seulement être énoncées dans un langage clair et compréhensible, mais être aussi rédigées sur mesure pour votre entreprise et votre secteur. Et dans le respect des dispositions légales, bien sûr.

Votre site web doit tout d'abord mentionner clairement les **coordonnées** de votre entreprise. Ensuite, vos conditions générales de vente doivent reprendre les clauses concernant **les délais de paiement, les pénalités de retard, la procédure de commande, les délais de livraison, la réserve de propriété, les plaintes, les tribunaux compétents en cas de litige et le droit applicable pour les transactions internationales**.

Vous pouvez aussi y prévoir des clauses pour **les intérêts ou les dommages-intérêts**, mais veillez à ce que vos conditions générales de vente restent « raisonnables » et « équilibrées ». Un juge pourrait en effet déclarer nulles les clauses abusives.

Attention : les consommateurs n'ont aucune prise sur les conditions applicables ni sur les « petits caractères » des contrats. Aussi, les clauses ou conditions ambiguës doivent être interprétées de la façon la plus favorable pour ceux-ci.

Sur chaque page, un lien vers les conditions générales

Il est important de placer un lien vers le texte intégral de vos conditions générales de vente sur toutes les pages de votre site. En effet, tous les clients n'y accèdent pas forcément via la page d'accueil. Ce lien doit aussi être visible durant tout le processus de commande en ligne. Pour mieux vous protéger, vous pouvez faire apparaître vos conditions automatiquement (p. ex. dans un pop-up) et obliger vos clients à cliquer sur « Accepter » en bas de page avant de finaliser leur commande.

Plus souvent vous mentionnez vos conditions générales de vente sur votre site, moins l'acheteur pourra prétendre les ignorer. En principe, ce dernier peut renoncer à un achat en ligne jusqu'à 14 jours après la livraison du produit, sans amende et sans motif. Vous devez d'ailleurs y indiquer clairement ce droit de renonciation ou de rétractation. Si vous ne le faites pas, le délai est prolongé automatiquement de 12 mois ! Depuis l'introduction du Code de droit économique (en vigueur depuis le 31 mai 2014), un modèle de formulaire de renonciation ou de rétractation doit d'ailleurs être disponible sur votre site web.

Les entreprises dont la clientèle est composée tant de commerçants que de particuliers peuvent appliquer des conditions générales de vente différentes selon chaque cible. Il est en effet plus difficile de les invoquer vis-à-vis des particuliers, qui doivent marquer expressément leur accord, que vis-à-vis des commerçants, qui sont présumés les avoir acceptées tacitement (p. ex. si la facture n'a pas été contestée).

Créer un webshop : les aspects fiscaux

La création d'un webshop implique de nombreuses obligations fiscales pour les starters ou les entrepreneurs qui créent une première boutique en ligne.

Vous devenez un entrepreneur indépendant

Lorsque vous créez un webshop, vous exercez une activité économique qui ne relève, ni du statut de travailleur salarié, ni de fonctionnaire, mais bien de celui d'entrepreneur *indépendant*. Vous optez pour ce statut, soit à titre principal – si vous n'avez pas d'autre activité professionnelle – soit à titre complémentaire – si vous avez un autre emploi.

Par ailleurs, vous avez aussi le choix de développer votre activité de commerce électronique en nom propre, par le biais d'une entreprise individuelle, ou en société.

Pour officialiser votre statut d'entrepreneur indépendant, vous devez vous inscrire à la *Banque-Carrefour des Entreprises (BCE)*. Vous y recevez un *numéro d'entreprise*, qui sert à vous identifier pour toute une série de formalités administratives et fiscales.

Impôts sur les revenus : versements anticipés, revenus et frais professionnels

Si vous gérez votre webshop de manière (semi-) professionnelle, les revenus que vous en retirez sont considérés comme des *revenus professionnels*. Ce terme désigne tous les revenus qui proviennent directement ou indirectement d'activités de toute nature. Celles-ci doivent cependant être suffisamment *régulières* pour revêtir un caractère professionnel. Si vous ne vous occupez rarement de votre boutique en ligne et que cette activité est plutôt un hobby – vous ne vendez p. ex. que de petits objets que vous créez pendant votre temps libre –, l'activité n'est pas véritablement considérée comme professionnelle et les revenus qui en découlent non plus. Pour autant, cela ne signifie pas qu'ils sont exonérés. Vos gains sont alors taxés comme revenus divers. En revanche, les frais exposés pour le lancement et l'exploitation de votre webshop (design et conception du site, conseils d'un expert en e-commerce, gestion du site, logiciels, serveurs) sont déductibles au titre de *frais professionnels*.

Tout entrepreneur – personne physique ou société – se voit dans l'obligation d'effectuer des *versements anticipés*. Cette mesure fiscale vaut aussi pour les exploitants de boutiques en ligne. Vous devez donc payer, sous forme de versements anticipés, le montant (ou une partie du montant) de l'impôt final dû à quatre dates bien précises dans l'année. Pour 2015, il s'agit des jours suivants : 10 avril, 10 juillet, 12 octobre et 20 décembre. Si vous ne remplissez pas cette obligation ou si vous ne faites pas suffisamment de versements anticipés, vous serez sanctionné par une majoration d'impôts. Les entrepreneurs débutants sont néanmoins dispensés de versements anticipés durant leurs trois premières années d'activité. Vous pouvez donc vous y soumettre, mais aucune sanction n'est prévue si vous ne le faites pas.

TVA : facturation, déduction et formalités

L'exploitation d'un webshop est une activité économique. Elle est donc soumise à la TVA. Conséquences : vous devez facturer la TVA sur les produits que vous vendez, mais vous pouvez aussi la déduire quand elle vous est imputée (p. ex. pour la conception de votre boutique en ligne, sur les factures de vos fournisseurs, etc.).



Suivant le montant de vos revenus, vous devez aussi rendre tous les mois ou tous les trimestres une déclaration à la TVA. Celle-ci est introduite électroniquement via INTERVAT, ou éventuellement sur papier en cas de force majeure (p. ex. problème technique). La déclaration contient notamment des informations sur l'assujetti, la liste des opérations entrantes et sortantes et le montant de la déduction à laquelle ce dernier peut prétendre.

Cette lettre d'information vous est offerte grâce au soutien de Belfius Banque

1

Créer un webshop : l'importance des conditions générales



2

Créer un webshop : les aspects fiscaux



3

Vente via un webshop : qu'en est-il de la TVA ?



4

E-commerce : prévoyez un système de paiement en ligne sécurisé



Vente via un webshop : qu'en est-il de la TVA ?

Une boutique en ligne vous permet de toucher un public plus large qu'une seule boutique physique. Elle attirera une clientèle belge, mais aussi des consommateurs venus des quatre coins de la planète... Le législateur ne s'y est d'ailleurs pas trompé. Il a légiféré en matière de TVA et a décidé que la vente sur Internet devait respecter les règles de la vente à distance.

Qu'appelle-t-on vente à distance ?

On parle de vente à distance lorsque le fournisseur et le client sont situés dans des États membres différents et que les conditions suivantes sont respectées :

- **l'acheteur ne doit pas être assujéti à la TVA dans son pays.** La vente à distance concerne donc : les assujettis soumis au régime particulier agricole, les petites entreprises (chiffre d'affaires inférieur à 15 000 euros), les assujettis exemptés – ou sans droit de déduction – (écoles et hôpitaux), ainsi que les personnes morales non assujetties ;
- **la livraison doit impérativement être effectuée par le vendeur ou pour son compte.** Ce dernier peut s'en charger ou la déléguer à un tiers. Si l'acheteur va chercher les biens ou utilise lui-même un transporteur, la transaction commerciale n'est plus considérée comme une vente à distance.

Lieu de livraison et TVA applicable : pays de l'acheteur

La règle générale qui régit la livraison de biens à des particuliers dans le marché unique est le principe « d'origine ». Cela signifie que les particuliers paient la TVA dans l'État membre dans lequel ils effectuent l'achat, et n'ont pas de TVA supplémentaire à payer à leur retour dans leur propre État membre.

Cependant, pour la « vente à distance », la règle particulière veut que l'on applique le taux de TVA du pays européen où arrive l'expédition ou le transport à destination du client. Par exemple, si vous vendez un produit à un client néerlandais, la livraison a lieu aux Pays-Bas et la TVA néerlandaise s'applique donc.

Dans le sens inverse, si un Belge commande un produit sur un webshop néerlandais et que la livraison a lieu en Belgique, c'est la TVA belge qui s'applique.

De même, les biens en provenance de l'extérieur de l'Union européenne sont assujettis à la TVA à l'importation.

Pourquoi ce régime particulier ?

Les taux de TVA ne sont pas (encore) harmonisés dans l'Union européenne. La règle générale du *pays d'origine* (TVA due dans l'État-membre où le consommateur achète le bien) pose problème pour les achats en ligne et par correspondance. Une telle règle fausserait la concurrence entre les États membres car elle pourrait inciter les entreprises à ne s'établir que dans les pays appliquant un faible taux de TVA.



Le législateur a donc décidé de faire payer la TVA au consommateur dans son propre pays, indépendamment de l'État où le webshop est établi.

Exception en dessous d'une certaine limite

Rassurez-vous ! Vous ne devez pas connaître les règles et taux de TVA des 28 États membres. Cette contrainte entraînerait beaucoup trop de complications administratives pour les entrepreneurs (starters) qui vendent leurs produits sur Internet. Un seuil a été instauré, en dessous duquel les vendeurs ne doivent pas appliquer les règles de la vente à distance vis-à-vis des acheteurs étrangers.

Chaque État membre applique sa propre limite : 100 000 euros pour l'Allemagne, la France, le Luxembourg et les Pays-Bas. Ainsi, tant que le montant total de vos ventes à des clients dans ces pays ne dépasse pas ce seuil, vous n'êtes pas tenu d'appliquer les règles de la vente à distance. Le dépassement du plafond n'a pas d'incidence sur les ventes déjà effectuées. En dessous de ces limites, le taux de TVA belge est d'application.

Le plafond pour les webshops étrangers qui livrent des marchandises en Belgique est de 35 000 euros.

Les vendeurs peuvent également décider d'appliquer les règles de l'État de livraison, même s'ils n'ont pas dépassé le seuil.

Cette lettre d'information vous est offerte grâce au soutien de Belfius Banque

1

Créer un webshop : l'importance des conditions générales



2

Créer un webshop : les aspects fiscaux



3

Vente via un webshop : qu'en est-il de la TVA ?



4

E-commerce : prévoyez un système de paiement en ligne sécurisé



E-commerce : prévoyez un système de paiement en ligne sécurisé

Vous souhaitez vendre vos produits ou services sur votre site web ? Installez un système de paiement sûr et efficace et proposez à vos clients différents modes de paiement en ligne ! Et veillez à ce qu'ils soient aussi simples et sécurisés que les paiements par carte utilisés dans les commerces traditionnels.

Méthodes de paiement sur Internet

La carte (bancaire ordinaire, de crédit ou prépayée rechargeable) est la méthode de paiement en ligne la plus largement répandue. Aussi, les logos des modes de paiement acceptés (Bancontact/Mister Cash, Maestro, MasterCard, Visa...) doivent figurer en bonne place sur votre site. En principe, le client ne doit indiquer que le numéro et la date d'expiration de sa carte pour effectuer son paiement. Vous pouvez cependant lui offrir une sécurité supplémentaire via le protocole 3D-secure, qui exige une signature avec un lecteur de carte et un code secret. Pour les cartes de crédit et prépayées, votre site doit mentionner le logo « verified by VISA » ou « MasterCard SecureCode ». De nombreuses cartes de crédit et prépayées offrent aussi une assurance « Protection des Achats » (qui couvre les achats sur Internet) et/ou une assurance contre la fraude.

Vous pouvez aussi intégrer à votre site des « boutons de paiement » liés aux services en ligne d'une ou plusieurs banques. Votre client clique alors sur le logo de sa banque et paye immédiatement via son application bancaire habituelle. Certaines institutions financières prévoient même la possibilité de payer via un smartphone en scannant tout simplement un code QR. Enfin, vous pouvez aussi lui permettre de verser le montant dû par virement (électronique ou non) ou payer au comptant à la livraison.

Logos et certificats de sécurité

Le développement de systèmes de sécurité nécessite une analyse approfondie préalable. Que souhaitez-vous protéger ? Quelles sont les menaces réelles ? Quels sont les points faibles de votre système informatique ou site web ? Vous pouvez combiner diverses mesures de sécurité (logiciels récents, mots de passe solides) pour en compliquer le piratage. Mais ces techniques de sécurisation vous coûteront davantage. Calculez donc au préalable si ces frais supplémentaires sont proportionnels aux menaces, aux risques et à la vulnérabilité de votre infrastructure.

Un système de paiement en ligne sécurisé et les informations y afférentes vous permettent de gagner la confiance de votre client. Celui-ci préfère toujours effectuer ses achats sur un site sécurisé, équipé des logos et des certificats des banques et cartes européennes. S'il utilise une carte de crédit, il ne doit pas s'identifier comme titulaire ni introduire de code secret pour payer. Mais ce transfert des données doit être sécurisé par des moyens techniques. Et si vous sauvegardez les informations bancaires de votre client dans une base de données, vous devez aussi en assurer la protection, même si vous décidez de ne les conserver que le temps d'enregistrer le paiement.

Pour vous faciliter la vie, vous pouvez faire appel à un prestataire de services de paiement (ou PSP). Ce professionnel se charge des paiements en ligne, conserve les données de paiement et dote votre webshop d'un environnement sécurisé.

Utiliser les options par défaut est illégal

La vente par Internet est régie par le Livre VI « Pratiques du marché et protection du consommateur » du Code de droit économique. Ce volet insiste sur votre devoir d'information. Vous devez, par exemple, mentionner clairement en début de processus de commande les éventuelles restrictions concernant les moyens de paiement acceptés. Par ailleurs, vous devez savoir que tant que le consommateur n'est pas lié par un contrat ou une offre, vous ne pouvez pas utiliser d'options par défaut pour obtenir son consentement exprès à tout paiement supplémentaire par rapport à la rémunération convenue au titre de l'obligation contractuelle principale. Dans le cas d'un site web, cette interdiction concerne surtout les options précochées dans les formulaires de commande. Dès lors, si vous n'avez pas reçu le consentement exprès du consommateur, mais que vous l'avez déduit en ayant recours à des options par défaut - et que ce dernier doit rejeter pour éviter le paiement supplémentaire - il pourra exiger le remboursement des montants payés.



Est publiée six fois par an

ÉDITEUR RESPONSABLE Belfius Banque SA •
Boulevard Pachéco 44 - 1000 Bruxelles
E-MAIL info@belfius.be

RÉDACTION Département Communication
Belfius Banque SA

CONCEPTION GRAPHIQUE Perplex, Aalst
RÉALISATION ET PRODUCTION Belfius Banque SA.

Copyright ©2015 - Belfius Banque SA.
Cette lettre d'information est disponible en 2 langues et a été envoyée conformément à la loi sur la vie privée. Si vous ne souhaitez plus recevoir cette lettre d'information, si vous désirez modifier vos coordonnées, recevoir cette lettre d'information dans une autre langue ou prendre contact avec nous, cliquez [ici](#).

Les informations et opinions dans cette publication sont reprises par Belfius Banque sans engagement et à titre d'information. Belfius Banque n'est aucunement liée par le contenu qui peut être modifié à tout moment sans avis préalable. Belfius Banque met tout en œuvre pour veiller à la qualité de l'information publiée, sur la base des sources les plus récentes et les plus fiables, mais n'offre cependant aucune garantie quant à l'exactitude et à l'exhaustivité de l'information. Ni Belfius, ni aucun administrateur ou employé ne peuvent être tenus responsables de fautes ou omissions dans cette présentation, quelle qu'en soit la cause. Ils ne peuvent en aucune manière être responsables de tout dommage matériel ou immatériel qui pourrait découler de l'utilisation ou de la référence à ces informations. La mise à disposition de cette publication ne peut en aucune manière être considérée comme un avis juridique, fiscal ou comptable.

Cette lettre d'information vous est offerte grâce au soutien de Belfius Banque

1

Créer un webshop :
l'importance des conditions
générales



2

Créer un webshop :
les aspects fiscaux



3

Vente via un webshop :
qu'en est-il de la TVA ?



4

E-commerce :
prévoyez un système
de paiement en ligne
sécurisé

