**Chapitre 5 : La fiscalité du commerce électronique**

Tout d’abord, il est question d’analyser le cadre juridique du commerce électronique en Algérie, ensuite, de déterminer sa matière imposable ensuite, la problématique de la taxation des revenus tirés des activités de commerce électronique.

**Section 1 :** Le cadre juridique du commerce électronique

Les premiers sites de e-commerce algériens sont apparus à partir de 2012. Il s’agit du site [eChrily.com](http://agroalgerie.com/index.php?route=common/home)[[1]](#footnote-2), créé en juillet 2012 spécialisé dans le secteur de vente en ligne, Tbeznyss.com[[2]](#footnote-3), lancé en 2013, spécialisé dans la vente de produits électroniques et Nechrifenet.com[[3]](#footnote-4), créé la même année, proposant des produits d'équipement maison, électroménager, puériculture.

Aujourd’hui, il existe beaucoup de sites web spécialisés en la vente de produit et surtout de prestation de services comme Ouedkniss, Lkeria.

Toutefois, si l’activité de commerce électronique s’est vite répandue en Algérie, son encadrement juridique est resté embryonnaire, En effet, en Algérie, cet aspect n’a été saisis par le droit qu’à partir de 2018. Avant cette date, il n’était question que de fixer les règles générales relatives à la signature et la certification électronique, objet de la loi du 1er février 2015[[4]](#footnote-5). Il a fallu trois ans plus tard pour qu’une loi, la loi du 10 mai 2018[[5]](#footnote-6), ne vienne encadrer l’activité de commerce électronique. Elle la définit dans son article 06 comme étant toute « *activité par laquelle un e-fournisseur propose ou assure, à un e-consommateur, à distance et par voie de communications électroniques la fourniture de biens et de services* ».

Ainsi, on peut retenir que la législation algérienne n’est applicable suivant l’article 02 de la loi de 2018 en matière de transactions de commerce électronique que lorsque :

* il s’agit d’activités de vente de biens corporels et de biens incorporels ;
* il s’agit de prestations de services ;
* le paiement se fait « par voie de communications électroniques » ;
* l’une des parties au contrat électronique est de nationalité algérienne, ou réside légalement en Algérie, ou est une personne morale de droit algérien, ou si le contrat est conclu ou exécuté en Algérie.

**Section 2 :** Les données personnelles, source du commerce électronique

Nous pensons souvent que les services proposés par les géants du net comme Google, Facebook, Viber, Yahoo, Gmail … sont à titre gratuit car effectivement aucun paiement n’est demandé. Mais sommes-nous aussi sûr ? Car en finalité, il s’agit de sociétés à but lucratif et dont les bénéfices réalisés se chiffrent en milliards de dollars.

Pour comprendre comment les entreprises numériques réalisent des bénéfices, il faut se focaliser sur la source même de ces bénéfices. En effet, on remarque que certaines applications ne peuvent être téléchargées que si elles sont autorisées à accéder aux carnets d’adresses, photos, historiques de navigation, géolocalisation, ou à toutes les informations contenues sur le Smartphone. On remarque aussi que certains sites ne sont accessibles que si l’utilisateur accepte « les Cookies », dont la fonction principale est de suivre l’activité en ligne de l’internaute et, de ce fait, de mémoriser et enregistrer les informations contenues sur son serveur[[6]](#footnote-7).

Ainsi, les géants du net fonctionnent grâce à la collecte de données personnelles lesquelles sont communiquées volontairement ou involontairement par les utilisateurs d’internet[[7]](#footnote-8). Suite à cela, les données seront analysées, filtrées et utilisées de différentes façons. Ces données massives ou ce qu’on appelle aujourd’hui les « *Big Data* » constituent une mine d’Or, c’est le carburant de l’économie numérique[[8]](#footnote-9). Ceci s’explique par le fait que les informations divulguées sur internet et collectées par certains sites seront par la suite louées ou vendues à d’autres entreprises pour différentes raisons. Il peut s’agir de raisons commerciales comme c’est le cas de Facebook qui se sert des informations communiquées sur les comptes personnels (les like, les commentaires, les publications…) pour faire de la publicité ciblée[[9]](#footnote-10).

Cependant, si le traitement des données personnelles présente quelques avantages en facilitant par exemple l’accès à certains sites et en économisant du temps, il soulève par contre beaucoup d’inquiétudes tant sur le plan juridique que fiscal. En effet, il est à remarquer, tout d’abord, que le traitement des données personnelles est une violation de la vie privée des personnes. Désormais, le fait de se connecter à internet est susceptible de révéler les moindres informations d’une personne allant de ses préférences culinaires, ses goûts vestimentaires, son appartenance politique, jusqu’à son statut social ou sa géolocalisation.

Pour ce faire, la plupart des Etats, y compris l’Algérie, ont adopté une législation régissant la collecte et la protection des données personnelles. Il s’agit de la loi 18-07[[10]](#footnote-11). Celle-ci a pour objet de libéraliser l’activité de collecte des données puisque les revenus qu’elles génèrent constituent désormais une matière imposable. Libéraliser l’activité tout en la régulant, tel est le but de cette législation.

Sur le plan fiscal, il est question de savoir quelle fiscalité est applicable aux revenus tirés de l’activité de traitement des données personnelles. Faudrait-il instituer une fiscalité spécifique à l’activité de collecte et d’exploitation des données personnelles ? Ou peut-on continuer d’appliquer les règles fiscales traditionnelles fondées sur le principe de territorialité ?

La réponse à cette problématique a fait l’objet de longs débats, ceci pour les raisons expliquées dans la prochaine section.

**Section 3 :** La problématique de la taxation du commerce électronique

En plus de l’utilisation des données personnelles, l’économie numérique présente deux autres caractéristiques : la dématérialisation et l’internationalisation qui semblent toutefois incompatibles avec les règles de territorialité en vigueur.

Dans un monde où les frontières s’effacent devant une économie virtuelle, il devient aujourd’hui difficile de faire coexister le commerce électronique avec le droit fiscal, car chacun d’eux repose sur des fondements radicalement différents. Alors que les principes traditionnels de la fiscalité se fondent sur la territorialité, la matérialité et l’identification des parties ; l’économie numérique, par contre, a par essence des caractéristiques totalement opposées : la *transnationalité*, l’*immatérialité* et l’*anonymat*, ce qui ne manque pas de poser des problèmes cruciaux sur le plan fiscal.

Le régime fiscal des implantations internationales d’entreprises, tel qu’il découle du droit interne ou du droit conventionnel, repose pour l’essentiel sur des règles fiscales nationales**.** La fiscalité directe des entreprises est étroitement liée aux règles de territorialité qui ne tolèrent l’application de la souveraineté fiscale de l’Etat sur des entreprises étrangères que si celles-ci disposent d’une présence physique sur le territoire national. C’est la condition principale relevée dans l’article 137 du code des impôts directs et les articles 05 et 07 des conventions de doubles impositions signées par l’Etat.

Ces dispositions fiscales ont été mises en œuvre à une époque où il n’était question que du commerce traditionnel : la vente et l’achat de biens et services pouvaient être alors localisés et les parties des transactions identifiées. Toutefois avec le développement rapide des technologies de l’information et de la communication, et l’introduction de celle-ci dans les transactions traditionnelles, le commerce électronique est apparu en force facilitant davantage le commerce des biens et services tout en réduisant le facteur du temps. Désormais, une entreprise peut entrer en contact avec la clientèle qu’elle veut n’importe où dans le monde sans avoir de présence physique sur le territoire. Ces spécificités de l’économie numérique, à savoir la dématérialisation et l’internationalisation, remettent en cause les deux aspects des règles fiscales actuelles, à savoir la territorialité de l’impôt et la présence physique sur le territoire étranger. Ce qui ne manque pas de poser certains problèmes fiscaux[[11]](#footnote-12).

Pour pallier à ces insuffisances quant à la confrontation entre la fiscalité directe et les exigences de la mondialisation, des solutions d’imposition sont proposées par différents organismes[[12]](#footnote-13). Elles renvoient vers deux solutions d’imposition. La première s’oriente vers un réaménagement des règles fiscales existantes de façon à ce qu’elles s’adaptent à la virtualité de l’économie et à son internationalisation. Par exemple, adapter ce régime à la virtualité de l’économie consiste en la recherche d’une présence physique de l’entreprise numérique, une présence qui peut se manifester soit par la présence du serveur soit par une présence humaine. Ceci dit, imposer un site web par la simple présence d’un serveur n’est pas toujours efficace vu les changements rapides constatés en matière d’économie numérique. Il se peut en effet, que l’utilisation d’un serveur ou d’un personnel salarié ne soit plus vraiment nécessaire, ce qui rend ces critères inefficaces.

Une autre solution a été avancée mais qui prend en compte beaucoup plus le caractère immatériel de l’activité. Celle-ci consiste en la création d’un nouveau lien pour traiter les situations dans lesquelles certaines activités économiques exercées sont intégralement numériques. Ainsi, l’administration fiscale est en droit de taxer les entreprises numériques lorsque celles-ci manifestent dans le territoire d’un Etat une présence numérique significative. Le plus souvent dans cette approche, un site web est imposable dans l’Etat où sont utilisées les données personnelles des internautes[[13]](#footnote-14).

1. www.echrily.com. [↑](#footnote-ref-2)
2. [WWW.tbeznyss.com](http://WWW.tbeznyss.com). [↑](#footnote-ref-3)
3. [www.nechrifenet.com](http://www.nechrifenet.com). [↑](#footnote-ref-4)
4. Loi n° 15-04 du 1er février 2015 fixant les règles générales relatives à la signature et la certification électronique, J.O.R.A, n° 06 du 10 février 2015, p. 6. [↑](#footnote-ref-5)
5. Loi n° 18-05 du 10 mai 2018 relative au commerce électronique, JORA, n° 28, du 16 mai 2018, p. 04. [↑](#footnote-ref-6)
6. Le débat sur la protection de la vie privée s’intensifie en particulier lorsqu’il est question des programmes informatiques, appelés « cookies », qui sont utilisés par les sites dans le but de faciliter la navigation et de permettre certaines fonctionnalités. Pour cela ils stockent des informations spécifiques sur l’internaute et suivent les utilisateurs ayant visités un site donné. Par exemple dans le cas d’une commande inachevée effectuée en ligne, les sites marchands utilisent les cookies pour retrouver les paniers d’achats et les enregistrer pour les rediffuser lors d’une prochaine connexion de l’internaute. Sur l’utilisation des cookies voir PANSIER Frédéric-Jérôme et JEZ Emmanuel, « *Initiation à l’internet juridique* », Litec, 2ème édition, 2000 ; op. cit., p. 74 ; Puyraimond Jean-Ferdinand, « *Le consentement de l’utilisateur d’Internet aux cookies* », In: Les Pages : obligations, contrats et responsabilités, Vol. 2020, no.73, 2020, p. 02 <http://hdl.handle.net/2078.3/232347>; Dinant Jean-Marc, « *Les traitements invisibles sur Internet (Invisible processings on the Internet)* », Droit des technologies de l'information, In : Regards prospectifs : à l'occasion des vingt ans du C.R.I.D Dans Droit des technologies de l'information, Académia Bruylant, Bruxelles, 1999, pp. 271-299. [↑](#footnote-ref-7)
7. Sur le traitement des données personnelles voir : KALTENBACH Laure et LE GUAY Olivier, « *3 questions : Ces données personnelles qui valent de l'or* », JCP E n° 37 du 11 septembre 2014, 621, p. 1 et 5 ; BEYNEIX Isabelle, « *Le traitement des données personnelles par les entreprises : big data et vie privée, état des lieux* », La Semaine Juridique, Edition Générale n° 46-47, 9 Novembre 2015, doctr. 1260, p. 01 ; LE GALL Jean-Pierre, « *Internet : cyber-fiscalité ou cyber-paradis fiscal* », JurisClasseur édition Entreprise, n° 5, 29 janvier 1998, p. 164 ; DUMANS Marie-Elise, « *L’impact concurrentiel de l’internet sur les marchés traditionnels* », Thèse de doctorat, Université Sorbonne, Paris I, 2004 ; MARINO Laure et PERRY Romain, « *Les nouveaux défis du droit des personnes : la marchandisation des données personnelles* », in « *Les nouveaux défis du commerce électronique* », sous la direction de Judith ROCHFELD, LGDJ, Paris, pp. 55-70 ; POITEVIN-LAVENU François, « *Efiscalité : les règles fiscales à l’ère de la dématérialisation* », Université Panthéon-Assas, Paris II, Ecole doctorale de droit privé, Thèse de doctorat en Droit privé, 2011, p. 236 ; YOUNES Vanessa, « *Protection des données nominatives sur internet* », Mémoire de DEA en Droit de Communication, Université Panthéon-Assas, Paris II, 2000 ; Collin Pierre et Colin Nicolas, « *Missions d’expertise sur la fiscalité de l’économie numérique* », Ministère de l’économie et des finances, ministère du redressement productif, 2013, p. 02. [↑](#footnote-ref-8)
8. Expression utilisée par la revue mensuelle de l’association des anciens élèves et diplômés de l’école, La jaune et la rouge, Dossier Big Data le carburant de l'économie numérique, mars 2014, n° 693. [↑](#footnote-ref-9)
9. Beyneix Isabelle, « *Le traitement des données personnelles par les entreprises : big data et vie privée, état des lieux* », La Semaine Juridique, Edition Générale n° 46-47, 9 Novembre 2015, doctr. 1260, p. 01 ; Collin Pierre et Colin Nicolas, *Op. cit*., p. 31. [↑](#footnote-ref-10)
10. Loi n° 18-07 du 10 juin 2018 relative à la protection des personnes physiques dans le traitement des données à caractère personnel, JORA n° 34 du 10 juin 2018, p. 10. [↑](#footnote-ref-11)
11. Yelles Chaouche Nassima, « *Le régime fiscal des implantations internationales d’entreprises* », Thèse de Doctorat, Université Oran 2, Faculté de Droit, 2018. [↑](#footnote-ref-12)
12. Avis n° 8 du Conseil National du Numérique relatif à ses pistes de réflexion en matière de fiscalité du numérique, 14 février 2012 ; COLLIN Pierre et COLIN Nicolas, « Missions d’expertise sur la fiscalité de l’économie numérique », 2013 ; OCDE, Les règles actuelles d’imposition des bénéfices industriels ou commerciaux prévues par les conventions conviennent elles au commerce électronique ?, rapport final du Centre Politique et d’Administration Fiscales, 2005 ; Forum de l’OCDE sur le commerce électronique, rapport sur l’Etat d’avancement des activités prévues dans le plan de l’OCDE pour le commerce électronique 12- 13 octobre 1999. [↑](#footnote-ref-13)
13. Pour plus de détails sur les essais pour imposer les revenus tirés du commerce électronique : Yelles Chaouche Nassima, « *Le régime fiscal des implantations internationales d’entreprises* », *Op. cit*., p. 172 et s. [↑](#footnote-ref-14)