

Suisse

L'environnement

Contrairement à ce que son image traditionnellement conservatrice pourrait laisser croire, la Suisse a abordé la mutation de la " société de l'information " et la révolution numérique aussi bien, sinon mieux, que ses voisins européens. Elle affiche actuellement, en comparaison internationale, une croissance forte dans les secteurs des nouvelles technologies de l'information et de la communication avec des dépenses et investissements par habitant supérieurs à la moyenne des pays européens

De fait, la plupart des indicateurs du nouveau tableau de bord de la " Net-économie " (téléphonie mobile, PC, branchements à Internet) sont plutôt dans la moyenne supérieure en Europe, tandis que la part de ce secteur dans le produit intérieur brut grimpeait de 5,4% en 1994, à 7% en 1998. Depuis 1994, l'économie de l'Internet a créé quelques 10 000 emplois et généré un chiffre d'affaires de 7 milliards de francs suisses en 1999, croissance marquée il est vrai par un déficit de spécialistes. Par ailleurs la Suisse occupe une des premières places du classement mondial pour ce qui est du commerce électronique.

Aujourd'hui, près de 60% des internautes ont fait au moins un achat en ligne, et si 75% des entreprises qui utilisent l'Internet le font essentiellement pour s'informer, près de 30% commencent à recourir activement aux transactions commerciales sur la toile. Ce développement, favorisé par une libéralisation du marché des télécommunications intervenue en 1998, est toutefois freiné par l'absence d'un cadre réglementaire spécifique, le gouvernement hésitant, par souci de "laisser faire" l'économie privée dans ce domaine porteur.

Mais, l'enjeu économique capital que le commerce électronique revêt pour la Suisse - il devrait compenser en partie les désavantages dont souffre la place économique suisse quant au niveau élevé des salaires et aux difficultés d'accès aux marchés européen et mondial-, a contraint les pouvoirs publics à élaborer un plan d'action. Celui-ci a pour objectif de fixer les conditions cadre en matière de transactions électroniques afin d'en favoriser son développement. Il a fallu l'adoption récente de la directive de l'Union Européenne sur les services de prestations à distance pour qu'un premier train de mesures voit le jour avec l'entrée

en vigueur le 1^{er} mai 2000 d'une ordonnance sur les services de certification électroniques. Mais le législateur peine toujours à mettre en place un véritable cadre légal relatif à la reconnaissance de la signature numérique. Il souhaite que le secteur privé reste le moteur de ce développement.

A cet égard, la capacité innovante des entreprises helvétiques les place relativement bien pour relever le défi de la révolution numérique ■

Des banques hésitantes

A l'instar de ce qui se passe dans le secteur de la distribution, le commerce électronique n'est pas une des préoccupations stratégiques des banques et instituts financiers, qui considèrent Internet comme une vitrine marketing plus que comme une plate-forme transactionnelle. La réglementation excessive sur certains produits et activités transfrontalières, mais aussi la crainte, dans les banques suisses qui tirent jusqu'à deux tiers de leurs recettes directement ou indirectement du commerce des valeurs, de voir les anciens canaux de vente cannibalisés par les nouveaux circuits Internet, ont entravé son développement. Le problème de la sécurité des transactions reste primordial dans un pays où le paiement par carte de crédit est marginal; seul 15% du volume des paiements par carte se fait par ce biais ■

EXPERIENCES

Thibault Hardy,
responsable logistique Suisse
de Zendis.com

"Le dernier pays avec une TVA au poids..."

Zendis.com est un opérateur logistique filiale de Hachette. Il propose des prestations de livraison en Suisse depuis le 9 mai 2001. Il dispose de 55 points de livraison dans la confédération.

La principale barrière dans le commerce électronique avec la Suisse, c'est la Douane. Les douaniers sont assez méticuleux et il faut faire figurer pas mal d'informations sur le document de transport. Les horaires de dédouanement, par ailleurs, sont assez restreints, de 6 heures à 17 heures, ce qui nuit aux marchands qui souhaitent disposer d'un service de livraison rapide. Chaque produit doit être référencé sur une fiche pro forma qui doit comporter des informations très précises. Dans le cas d'un objet en textile, par exemple, il faut indiquer si l'objet en question est en coton, en synthétique, s'il est pour femme ou pour homme, le pays dont il est originaire, etc. Par ailleurs, la Suisse est certainement l'un des derniers pays au monde à facturer la TVA non pas en fonction de la valeur du bien, mais en fonction de son poids! La tarification se fait en francs suisse/100 kilos... Si l'on n'est pas la Poste ou un gros intégrateur, il n'y a pas de procédure de dédouanement à domicile, ce qui porte les délais de livraison au minimum à J+2 ou J+3.

LA SUISSE EN CHIFFRES

L'Internet en chiffres

- 1,7 million de Suisses connectés en janvier 2000 (sur 7,16 millions d'habitants), soit 25% de la population, contre 11,6% en Europe. (Source Remp)
- 65% des entreprises utilisaient l'Internet début 2000 (Source Institut d'informatique de gestion de l'Université de Berne).
- 40% des entreprises possèdent leur propre site, pour 420 000 noms de domaines répertoriés à la mi-2000 (Switch domaine name registration).
- Investissements des entreprises sur Internet : 440 M FS en 2001.
- 1 milliard de francs suisses de transactions en 1999, soit 0,5% de l'ensemble des transactions commerciales suisses.
- Intentions d'achats en ligne:
 - journaux-livres-brochures (16%),
 - ordinateurs-logiciels-cdroms (12%),
 - voyages-hôtels-billets de spectacle (10%).

A noter : les Suisses restent encore frileux pour les réservations de voyage en ligne. Les commandes par Internet ne représentent qu'1% du chiffre d'affaires des agences de voyages comme Hotelplan ou Kuoni. En revanche, une opération de bourse sur sept passe par Internet. Selon la bourse suisse SWX, un quart des transactions devrait utiliser ce média "à court terme".

Les entreprises

Pour 94% des entreprises, ce chiffre d'affaires réalisé en ligne l'a été à l'intérieur de la Confédération.

En 2002, l'Université de Berne table sur 800 millions de francs suisses de ventes par Internet, dont 90% en B to B.

La publicité en ligne : 15 à 20 millions de francs suisses en 1999, soit 0,5% du marché publicitaire suisse. Les bandeaux ont généré 40 millions de francs suisses en 2000.

Jérôme Duriez,
responsable commercial Suisse/Allemagne
de Hypnotizer.com

"Un marché très segmenté"

Hypnotizer.com est une start-up qui développe une technologie de streaming interactif. Elle propose ses logiciels en téléchargement avec paiement en ligne.

La difficulté du marché suisse, c'est sa segmentation. Certes, le pays est très bien équipé en connexion Internet pour les particuliers ou les entreprises, mais il faut faire trois sites différents pour couvrir tout le pays. Le marché est complètement différent selon qu'il s'agit de vendre en Suisse romande (30% de la population), en Suisse italienne (10% de la population) ou en Suisse alémanique (60% de la population). En revanche, le point positif est que la population est généralement très à l'écoute des innovations technologiques. Le paiement en ligne ne pose aucun problème.

Le cadre légal

Vente aux enchères : un vide juridique.

Seules les conditions de vente - souvent lacunaires - qui apparaissent sur le site de la société de ventes aux enchères ont force de loi. En cas de conflit, les dispositions du Code des obligations s'appliquent et l'action est alors portée devant les tribunaux.

Taxation.

Le Conseil Fédéral n'introduit aucune taxe sur les transactions et favorise ainsi l'extension du commerce électronique.

En matière de TVA, la Suisse adapte les règles existantes de l'ordonnance TVA, malgré les directives de la Commission européenne et de l'OCDE. Les prestations de services sont soumises à un taux de 7,5% à condition que celles-ci soient utilisées en territoire helvétique et dépassent le seuil de 10 000 CHF par an.

Exonération totale des prestations offertes par Internet en matière de formation, de maintenance, de conseil, d'échanges de données ou de services financiers ainsi que les entreprises étrangères fournissant exclusivement des prestations de services. Toutefois, le gouvernement suisse souhaite l'adoption à l'échelle internationale de bases communes d'imposition applicables.

Quant à l'imposition du bénéfice lorsqu'il s'agit de services ou de produits électroniques aucune règle ne prévaut en Suisse pour le moment.

Propriété intellectuelle.

La loi sur les droits d'auteur et les droits voisins du 9 octobre 1992 -LDA- fait la distinction entre les droits immatériels et leur support. Le transfert du second n'entraîne pas nécessairement celui des droits.

En l'absence de protection, leur utilisation ultérieure par un tiers contrevient à la loi fédérale contre la concurrence déloyale -LCD- du 19 décembre 1986. En outre, il faut considérer la responsabilité civile et pénale du fournisseur. Selon un avis de droit de l'Office fédéral de justice, l'éditeur et le fournisseur d'accès peuvent tous deux être tenus pour péna-

lement responsables des contenus diffusés. Pourtant, si certaines pratiques sont jugées illégales par la loi suisse, elles peuvent souffrir d'exceptions. Ainsi, selon la LDA, l'usage privé en est une : l'enregistrement et la diffusion en cercle restreint d'un concert sans consentement préalable des musiciens est autorisé. De même, selon la loi suisse sur les cartels de juillet 1996 (Lcart), les importations parallèles ne relèvent pas de la fraude commerciale si les produits sont originaux et qu'il n'y a pas de risque des tromperie du consommateur suisse, sauf cas d'épuisement des droits sur la propriété de biens immatériels.

Sécurisation / Certification.

Le Secrétariat d'Etat à l'Economie s'est récemment prononcé pour des mesures exigeantes en matière de sécurité. Il s'engage au niveau national et international en faveur d'une libéralisation accrue du e-commerce et de l'utilisation d'outils cryptographiques forts. L'emploi et l'importation de biens de chiffrement en Suisse sont libres et les licences d'exportation sont traitées en fonction des critères de l'Arrangement de Wassenaar.

L'Office Fédéral de la Communication et le GCSI viennent de finaliser une ordonnance - à caractère expérimental - sur les services de certification électronique. Celle-ci fixe les exigences essentielles dans le domaine des services liés à la signature numérique auxquelles les fournisseurs de services de certification peuvent être reconnus sur une base volontaire. La reconnaissance -label de qualité- est délivrée par des organismes de certification accrédités auprès du Service d'accréditation suisse (SAS) de l'Office fédéral de métrologie.

Par ailleurs, la Commission fédérale de la consommation (CFC) a soumis au Conseil fédéral, mi mars 2000, une série de recommandations visant à une protection accrue du consommateur. La réglementation proposée s'articule autour du respect des principes de loyauté commerciale et de transparence imposés à la personne fournissant un produit sur le web. Le consommateur doit également pouvoir avoir accès à l'identité complète et la localisation géographique du vendeur. L'engagement contractuel du consommateur

serait déterminé au moment où il reçoit par voie électronique l'accusé de réception de la part du fournisseur. Par ailleurs, le fournisseur doit mettre les données qui concernent le client à la disposition de ce dernier, qui peut s'opposer à leur diffusion auprès de tiers, et les corriger le cas échéant. Dans le cas de litiges transnationaux, le consommateur qui aura subi un dommage patrimonial devra se référer à la loi suisse sur le droit international privé, qui lui permet d'invoquer son propre droit national. La CFC s'est donc attachée à calquer ses recommandations sur les principes adoptés par l'OCDE sur le droit relatif à la conclusion des contrats ■

Le réveil des intermédiaires de la distribution et des groupes industriels.

Dans le secteur de la distribution, on assiste, à côté des magasins virtuels "Cash & Delivery", tels que Le Shop, Gastro-Leader ou la société américaine Webvan, à un réveil des géants traditionnels de la distribution en gros. L'entreprise suisse à avoir remporté la palme d'or du commerce B2B est le grossiste en restauration Howeg, filiale du groupe Bon Appetit, qui a réalisé 2,5% de son CA par internet en 1999, avec 300 clients. En 2000, cette proportion devrait passer à 15% avec 800 clients escomptés. Bon Appetit, le n°3 de la distribution, en prenant une participation de 33,3% dans la société Le-Shop, spécialiste de la "cybervente", compte combler son retard sur son principal concurrent Migros. En 1999, le groupe a investi quelque 15 millions de francs suisses pour le développement du commerce en ligne. En 2000, il prévoyait d'y consacrer 25 millions. Il vise 500 Millions de chiffre d'affaires à moyen terme, grâce à des partenariats logistiques ■

FICHE E-EXPORT

Ces fiches sont réalisées conjointement par les Postes d'Expansion Economique, le Centre Français du Commerce Extérieur et par l'équipe de E-Business.

CFCE

Centre Français
du Commerce Extérieur

Contact CFCE Paris

Mme Caroline Laporte
Mail : caroline.laporte@cfce.fr
Site : www.cfce.fr

.....

Contact PEE Suisse

Mme Catherine Dumarché
Chef de secteur / Poste d'Expansion Economique de Berne
Sulgeneckstrasse 37 - CH-3007 Berne
Tél. : 41.31.380.17.29 - Fax: 41.31.380.17.18
Site : www.dree.org/suisse

.....

business

E-Business Lyon

63, rue de la République 69002 Lyon
Tél. : 04 78 92 40 60

E-Business Paris

19, boulevard de Sébastopol 75001 Paris
Tél. : 01 42 33 61 85 Fax : 01 42 33 61 88
Mail : al@ebusiness.org

TOP DES SITES

Quelques gros cybercommerçants...

Migros online (épicerie) : 4,8 M FS en 1999
www.migros-shop.ch
Le-shop (épicerie/supermarché) : 2 M FS en 1999
www.le-shop.ch
Digital home (informatique) : 5 M FS prévus en 2000
www.digitalhome.ch
Kuoni (voyages) : 10 M FS en 2000.
www.kuoni.ch

Quelques gros portails B to B...

www.yousports.ch (sports)
www.optinet.ch (optique)
www.gastrogate.ch (CHR)
www.conextrade.ch (appel d'offre)
www.kmuborse.com (services d'affaires)
www.plennax.com (PME-PMI)
www.swiss-science.org (recherche)

CONTACTS UTILES

Département fédéral de l'économie

Tél. : 41 31/322 21 11
Secrétariat d'Etat à l'économie -SECO
Tél. : 41 31/324 09 91, Fax : 41 31/324 10 00
www.seco-admin.ch

Information Society Project -ISPS

www.isps.ch
Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie -OFPT

Tél. : 41 31/322 21 29, Fax : 41 31/324 96 15

Commission fédérale de la consommation -CFC

Tél. : 41 31/322 20 40, Fax : 41 31/323 20 53

Office fédérale pour l'approvisionnement économique du pays -OFAE

Tél. : 41 31/322 21 71, Fax : 41 31/322 20 57

SWITCH Domain Name Registration

Tél. : 41 1/268 15 80, Fax : 41 1/252 04 31
e-Mail : helpdesk@nic.ch
www.switch.ch