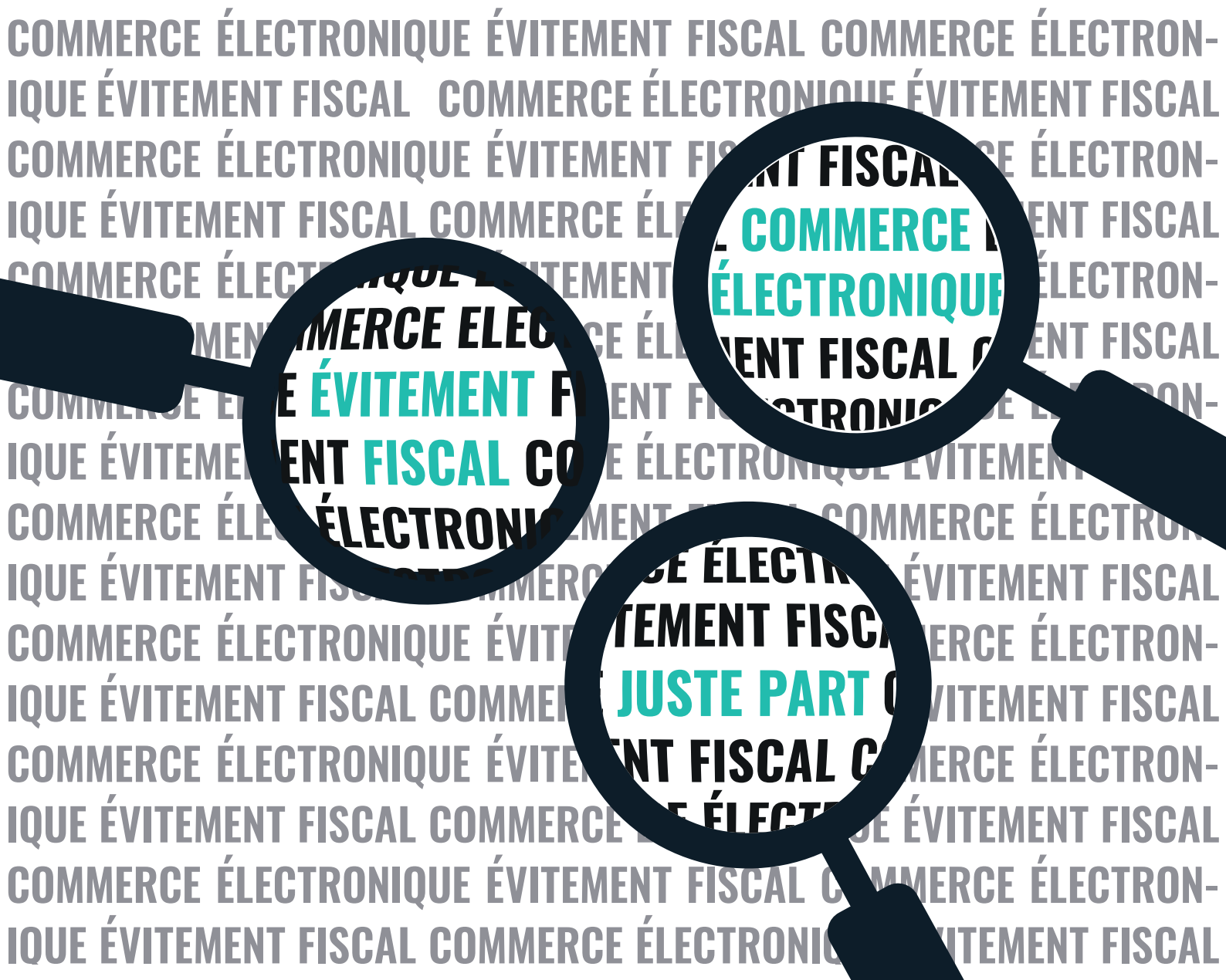


LA TAXATION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET SES IMPLICATIONS POUR LES ÉTATS, LES TRAVAILLEURS ET LES SYNDICATS

NOVEMBRE 2021





LA TAXATION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET SES IMPLICATIONS POUR LES ÉTATS, LES TRAVAILLEURS ET LES SYNDICATS

Alexandra Sindreştean, Ştefan Guga, Marcel Spatari (Syndex)

This study has been carried out with support from the Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) organization.

SYNTHÈSE

La COVID-19 a donné une formidable impulsion aux ventes en ligne dans le monde entier, lesquelles devraient désormais atteindre pas moins d'un quart du total des ventes au détail d'ici le milieu de la décennie. Cette évolution a rapidement exacerbé les dilemmes préexistants liés aux modèles commerciaux souvent prédateurs qu'utilisent les acteurs purs du commerce électronique. L'un des principaux problèmes, qui se profilait avant même la pandémie, est la façon dont les grandes entreprises de commerce électronique, telles qu'Amazon, réussissent à éviter de payer leur juste part d'impôts, en transférant la plupart du temps leurs bénéfices dans divers paradis fiscaux à travers le monde. Si, à cet égard, Amazon et d'autres grandes entreprises technologiques sont probablement les coupables les plus évidents, la question demeure de savoir si le commerce électronique, du moins tel qu'il s'est développé jusqu'ici, compromet une large répartition de la richesse économique créée grâce aux nouvelles technologies.

Le présent rapport se penche sur cette question et explore en profondeur l'idée de ce que signifierait pour les entreprises de commerce électronique de payer leur juste part. Il évalue tout d'abord dans quelle mesure l'expansion mondiale du commerce électronique a été stimulée par la pandémie, puis il analyse les contributions fiscales des principaux acteurs du commerce électronique par rapport à leurs homologues du commerce traditionnel. Le principal constat est que le commerce électronique paie en général trois fois moins d'impôt sur les sociétés que les grandes chaînes traditionnelles du commerce de détail. L'expansion des entreprises de commerce électronique est, du moins en partie, financée par l'évitement fiscal. Pour les recettes publiques, l'impact est considérable : à l'échelle mondiale, on estime que l'évitement fiscal des multinationales représente environ un dixième des recettes fiscales totales, mais dans certains pays, ce chiffre peut même atteindre un cinquième.

Si le commerce électronique doit payer sa juste part, il ne devrait en aucun cas se limiter à l'impôt sur les sociétés. La question de la taxation du commerce électronique revêt plusieurs autres dimensions. Le rapport examine comment les acteurs du commerce électronique peuvent éviter de payer les taxes sur les ventes, en enregistrant leurs transactions dans d'autres territoires que ceux où résident leurs clients. Dans la mesure où les impôts sur la consommation tels que la TVA peuvent représenter plus de la moitié des recettes fiscales de l'État dans certaines régions, les répercussions potentielles sont au moins aussi importantes que dans le cas de l'évitement de l'impôt sur les sociétés.

Plus encore, le rapport montre que les impôts sur les salaires peuvent également constituer un gros problème, car les modèles économiques du commerce électronique reposent de plus en plus sur l'emploi atypique, les sociétés tirant parti non seulement de la « flexibilité » offerte par les formules contractuelles atypiques appliquées à leurs travailleurs, mais aussi de la situation fiscalement avantageuse de ces contrats. Le rapport souligne que les entreprises de commerce électronique peuvent économiser jusqu'à 30 % de leurs charges salariales en passant de contrats de travail standard à des contrats atypiques. Cependant, cela représente un coût énorme pour les

travailleurs et les communautés. Le recours à des indépendants plutôt qu'à des salariés menace directement le financement de la sécurité sociale et des services publics tels que les soins de santé, tout en portant atteinte aux moyens de subsistance des travailleurs et de la population en général.

Enfin, le rapport soutient que l'empreinte écologique du commerce électronique devrait faire l'objet d'une plus grande attention. Les modèles économiques dominants du commerce électronique peuvent être très dommageables pour l'environnement. Des délais de livraison de plus en plus courts sur des distances de plus en plus longues et à des prix les plus bas possible ont un coût important pour l'environnement, surtout lorsqu'on les compare à ceux du commerce de détail traditionnel. Si nous y ajoutons le suremballage et le caractère énergivore de l'infrastructure électronique, nous commençons à comprendre que la question de l'impact environnemental doit être incluse dans toute discussion sur le coût social réel du commerce électronique. Étant donné que de plus en plus de gouvernements envisagent d'imposer des taxes carbone aux activités économiques en fonction des coûts environnementaux, le commerce électronique est encore loin de payer sa juste part.

Jusqu'à présent, le problème lié à une taxation adéquate du commerce électronique a été principalement débattu au niveau national, les différents pays imposant des politiques plus ou moins idiosyncratiques visant à faire payer des impôts aux entreprises de commerce électronique en fonction de leurs revenus ou de leurs bénéfices. Le rapport examine ces initiatives tout en soulignant les récentes tentatives menées pour trouver d'autres solutions au niveau international. La politique commune de TVA de l'Union européenne et surtout l'accord mondial sur la taxation des sociétés récemment promu par l'OCDE sont les meilleurs exemples de tentatives visant à traiter la question de la taxation au niveau international, tout en reflétant l'échelle réelle de l'activité économique du commerce électronique. Malgré l'enthousiasme suscité par ces derniers développements, il reste encore beaucoup de chemin à parcourir avant de pouvoir affirmer que le commerce électronique paie véritablement sa juste part à la société. Au-delà des questions sans réponse liées à la mise en œuvre de l'accord mondial sur la taxation des sociétés, le taux convenu de 15 % est bien inférieur aux 25 % réclamés par les syndicats.

Les pouvoirs publics ne réagissent pas automatiquement ni de leur propre chef à de tels problèmes. La plupart du temps, il faut les pousser à agir, et dans certains cas, les syndicats se sont montrés plus que capables de faire bouger les choses lorsqu'il s'agit de faire payer une plus juste part d'impôts au commerce électronique. Le rapport, basé sur des entretiens avec des représentants des affiliés d'UNI Commerce Global Union, présente de tels exemples d'actions syndicales en Australie, en Argentine, en Belgique, en Suède et aux États-Unis. Les enseignements tirés sont clairs : pour aborder la question de la taxation du commerce électronique, les syndicats doivent sortir de leur zone de confort en diversifiant leur programme et en créant de vastes coalitions, parfois même avec des partenaires atypiques.

INTRODUCTION

Le 9 avril 2021, les travailleurs de l'entrepôt d'Amazon en Alabama ont participé à un vote historique portant sur l'adhésion au Retail, Wholesale and Department Store Workers Union (RWDSU). 738 travailleurs ont voté en faveur de la syndicalisation, mais 1.798 autres ont voté contre. Rapidement, il a été fait état qu'Amazon avait eu recours à des tactiques antisyndicales agressives : les travailleurs des entrepôts ont été bombardés de textos, d'affiches placées dans les salles de bain, de tracts, et un site web spécifique les a incités à « le faire sans cotisation ».

Une semaine après ces événements, Jeff Bezos a quitté son poste de PDG d'Amazon, non sans avoir auparavant fait part de sa vision de l'avenir pour l'entreprise : être le meilleur employeur et le lieu de travail le plus sûr sur Terre. Pour y parvenir, le programme d'Amazon insistait sur la mécanique corporelle : l'utilisation d'algorithmes sophistiqués permettant la rotation des employés entre des postes faisant appel à différents groupes de muscles et de tendons afin de réduire les tensions dues aux mouvements répétitifs, des conseils sur quoi manger, quand manger et quelles chaussures acheter pour qu'elles conviennent aux pieds gonflés à la fin des journées de travail.¹

La sophistication avec laquelle Amazon déploie ses tactiques antisyndicales et sa gestion de la main-d'œuvre se retrouve également dans d'autres domaines liés aux moyens de subsistance des travailleurs. Il en va de même, par exemple, en matière d'imposition. Amazon aussi s'efforce de « le faire sans cotisation », et il ne fait guère de doute qu'elle y réussit : le 12 mai 2021, Amazon a gagné en justice contre l'ordonnance de la Commission européenne datant de 2017, qui considérait que l'entreprise devait payer 250 millions d'euros d'arriérés d'impôts. L'affaire reposait sur une enquête ayant mis en évidence que l'entreprise a bénéficié, entre 2006 et 2014, d'une aide d'État illégale résultant d'une décision fiscale prise

par le Luxembourg en 2003, qui réduisait l'impôt payé par Amazon dans le pays.²

En statuant en faveur d'Amazon, le Tribunal européen a souligné que les preuves apportées par la Commission n'ont pas permis d'établir de quelle manière exactement la charge fiscale d'Amazon a été artificiellement réduite par le biais des prix de transfert intragroupe. Pour être clair, le problème auquel sont confrontées les autorités fiscales n'est pas qu'une entreprise comme Amazon ne paie pas d'impôts. Amazon paie des impôts. Ce qui est en jeu, c'est qu'Amazon est en réalité soumise à un impôt beaucoup plus important, mais qu'elle évite de payer sa juste part grâce à des pratiques comptables complexes. À bien des égards, cette ambiguïté s'applique globalement à la taxation du commerce électronique.

La question consistant à faire payer aux entreprises de commerce électronique leur juste part d'impôts ne pourrait pas tomber plus à propos. Bien que les États se soient préoccupés de l'imposition correcte du commerce électronique bien avant la COVID-19, la pandémie actuelle a rendu la question plus brûlante que jamais : alors que les dépenses des consommateurs en ligne ont permis aux entreprises de commerce électronique de réaliser en l'espace de quelques mois des gains pour plusieurs années, les dépenses publiques des gouvernements nationaux ont aussi soudainement atteint les niveaux les plus élevés depuis des décennies. Si les États doivent maintenir ces niveaux de dépenses publiques, ce qui est probable, ils devront augmenter leurs recettes fiscales. Au vu de sa croissance explosive à l'échelle mondiale et de sa part grandissante dans l'ensemble de l'activité économique, le commerce électronique devrait normalement s'affranchir des exonérations et des réductions d'impôts dont il bénéficiait avant la pandémie.

¹ Jeff Bezos, "2020 Letter to Shareholders", 15 April 2021: <https://www.aboutamazon.com/news/company-news/2020-letter-to-shareholders> ; "Amazon Calls Warehouse Workers 'Industrial Athletes' in Leaked Wellness Pamphlet", Vice, 1 June 2021: <https://www.vice.com/en/article/epnvp7/amazon-calls-warehouse-workers-industrial-athletes-in-leaked-wellness-pamphlet>

² Les décisions fiscales anticipées (taxe rowings) sont des interprétations écrites des lois fiscales qui sont émises par les autorités fiscales à l'intention des sociétés et des particuliers qui demandent des clarifications sur les dispositions fiscales. Dans le cas des décisions fiscales luxembourgeoises, l'enquête Luxées de l'ICIJ a montré que ces décisions étaient négociées de manière confidentielle entre les autorités fiscales luxembourgeoises et les grandes sociétés de comptabilité et de conseil telles que PwC afin de permettre aux multinationales de réduire leurs revenus imposables.

Le présent rapport analyse les initiatives fiscales nationales et les efforts de réforme fiscale menés sur le plan international en vue de garantir des conditions de concurrence équitables entre le commerce de détail traditionnel et les entreprises de commerce électronique. Il présente un examen critique des types de contributions fiscales qui prévalent dans les débats sur la fiscalité numérique et des enjeux sociaux tels que des formules de travail atypiques ou l'empreinte écologique du commerce de détail électronique qui pourraient être négligés dans les débats actuels sur la fiscalité du commerce électronique.

Le rapport est divisé en trois parties. La première partie examine les récents développements mondiaux et régionaux du commerce électronique sous l'angle de la COVID-19. L'impulsion donnée par la pandémie aux achats en ligne en 2020 reste vive et les 10 premiers acteurs mondiaux du commerce électronique ont continué à en récolter les fruits tant au niveau des revenus que des bénéfices, ce qui se traduit par des flux de trésorerie importants, des dépenses de R&D élevées et des stratégies d'expansion agressives. Même si les taux de croissance remarquablement élevés enregistrés pendant la pandémie finiront par diminuer, les achats effectués par des moyens numériques continueront de croître : on estime actuellement que d'ici le milieu de la décennie, au moins un quart du total des ventes au détail dans le monde se fera en ligne.

À l'heure actuelle, de plus en plus d'entreprises traditionnelles se convertissent aux plateformes en ligne et adoptent des modèles omnicanaux hybrides, tandis que les géants du commerce électronique tels qu'Amazon envisagent d'ouvrir des grands magasins.³ SCes tendances peuvent donner l'impression que la frontière entre le commerce de détail traditionnel et le commerce électronique n'est plus aussi marquée qu'auparavant, mais il y a une distinction qui ne s'estompe pas, le fait qu'en moyenne, les acteurs mondiaux du commerce électronique paient toujours trois fois moins d'impôts sur les sociétés que leurs homologues du commerce traditionnel. La deuxième partie du rapport examine les difficultés que le commerce électronique pose aux autorités fiscales. Après des décennies durant lesquelles les stratagèmes d'évitement fiscal des entreprises se sont renforcés et sont devenus de plus en plus sophistiqués, les États ont cherché à combler le manque à gagner fiscal sur les opérations de commerce électronique en imposant (1) des taxes sur les ventes, (2) des taxes sur les services numériques, tout en entreprenant (3) une action coordonnée au niveau international. Cette dernière a abouti à l'accord fiscal mondial de l'OCDE de 2021, aux termes duquel plus de 130 États signataires ont approuvé un cadre international commun de réforme fiscale pour les entreprises multinationales. A priori, les acteurs mondiaux du commerce électronique devraient donc payer plus d'impôts dans les pays où ils ont leurs clients

et/ou utilisateurs - en d'autres termes, là où ils réalisent réellement leurs recettes et leurs bénéfices.

Les problèmes fiscaux posés par le commerce électronique mondial ne se limitent pas aux questions de taxe sur les ventes et d'impôt sur les sociétés. Le commerce électronique pose également un problème de contournement de la fiscalité du travail, qui est directement lié aux types de contrats conclus avec les travailleurs, aux conditions de travail qu'ils doivent supporter et aux sommes d'argent qu'ils sont obligés de sortir de leur poche lorsqu'ils doivent couvrir des frais de santé ou d'éducation. De manière plus générale, le fait que le commerce électronique ne paie pas sa juste part entraîne des conséquences concrètes sur les moyens de subsistance des travailleurs au sens large. Les travailleurs pourraient être confrontés à des services publics de moins en moins qualitatifs et à des menaces pour leur emploi, car leurs employeurs auront du mal à concurrencer les entreprises de commerce électronique qui ont des charges fiscales moins élevées. Les entreprises traditionnelles pourraient même essayer d'imiter les modèles d'entreprise du commerce électronique, ce qui entraînerait un nivellement par le bas dont les travailleurs seraient les premiers à supporter les coûts. Pour toutes ces raisons, les syndicats du secteur du commerce (et les syndicats en général) devraient s'intéresser de près aux débats en cours sur l'imposition du commerce électronique. En effet, dans certains pays, les syndicats ont déjà pris des mesures et tenté de faire pression pour mettre en place des régimes d'imposition plus équitables pour le commerce électronique. La troisième partie du rapport étudie la place qu'occupe la fiscalité du commerce électronique dans l'agenda syndical et la manière dont les organisations de travailleurs abordent les transformations engendrées par le commerce électronique dans le contexte de l'épidémie actuelle de COVID-19 et au-delà.

On ne saurait trop insister sur le fait que les nouveautés en matière de fiscalité apportées par le commerce électronique évoluent constamment parallèlement aux nouvelles technologies et aux modèles commerciaux innovants. Le rapport s'achève par un bilan des dernières tendances en matière de commerce électronique et met l'accent sur les défis qui vont au-delà des plafonds d'imposition et des seuils de chiffre d'affaires des entreprises au niveau mondial, qui sont actuellement au cœur du débat pour déterminer comment taxer correctement l'activité économique au niveau mondial.

³ "Amazon disrupts retail again with new department stores", Forbes Magazine, 24 August 2021: <https://www.forbes.com/sites/blake-morgan/2021/08/24/amazon-disrupts-retail-again-with-new-department-stores/?sh=2a470a0c3752>

CONCLUSION

L'expansion mondiale du commerce électronique pose un certain nombre de problèmes majeurs à la fiscalité dans son acception traditionnelle. Tous les pays ne sont pas capables ni prêts à relever ces défis de manière efficace. En ce qui concerne la taxe sur les ventes ou la TVA, certaines autorités fiscales disposent des ressources nécessaires pour assurer le suivi et imposer le respect des règles, tandis que d'autres ne seront probablement pas en mesure d'en faire autant. En ce qui concerne l'impôt sur les sociétés, l'accord fiscal mondial de l'OCDE semble améliorer les régimes fiscaux existants dans des pays tels que l'Irlande ou le Luxembourg, qui permettraient jusque-là aux géants de la technologie de délocaliser leurs bénéfices des marchés de consommation qui les génèrent. Toutefois, l'impôt minimum mondial sur les sociétés, du moins dans sa forme actuelle, ne répond pas aux exigences d'une fiscalité équitable et ne permettra probablement pas d'éliminer les inégalités socio-économiques mondiales déjà criantes. Dans le même temps, les questions d'évitement fiscal liées à l'emploi atypique et à l'empreinte écologique du commerce électronique restent largement absentes des débats de politique publique.

Il ne faut pas sous-estimer la complexité des obstacles auxquels se heurtent les initiatives visant à faire payer au commerce électronique sa juste part dans tous les domaines susmentionnés. À mesure que les administrations fiscales nationales se numérisent pour mieux lutter contre l'évasion fiscale, la fraude fiscale et l'évitement fiscal, elles créent de nouvelles possibilités d'interaction avec les contribuables.⁸⁸ Cela peut potentiellement accroître le respect des règles fiscales, mais le degré d'application de ces dernières dépend largement des ressources financières et humaines dont disposent les gouvernements pour entreprendre une telle tâche dans un délai raisonnable. Contrairement aux autorités fiscales nationales, les grands acteurs du commerce électronique ne connaissent pas de tels obstacles et sont déjà extrêmement bien armés pour faire face aux changements à venir en matière de fiscalité. Après tout, toute une industrie mondiale emploie des armadas de professionnels hautement qualifiés et gagne des sommes considérables en aidant les grandes entreprises à planifier leurs impôts.⁸⁹ Toute réforme substantielle de la fiscalité internationale devra tenir compte des implications de la taxation du commerce électronique non seulement par rapport au commerce de détail traditionnel, mais aussi par rapport à des tiers tels que les cabinets d'avocats et d'experts-comptables qui constituent l'infrastructure professionnelle mondiale apportant une expertise en matière de planification fiscale.⁹⁰

Dans la mesure où les informations fiscales seront de plus en plus numérisées et partagées au niveau international, il reste à voir si les tentatives pour imposer une fiscalité plus équitable amèneront les entreprises de commerce électronique à faire appel à l'arbitrage fiscal international. Dans le cadre de l'arbitrage, l'interprétation des accords fiscaux internationaux est confiée à des jurys d'arbitres fiscaux transnationaux, dont les décisions peuvent être imposées aux différentes instances fiscales. Ces arbitres sont des acteurs privés, pour la plupart des avocats fiscalistes, qui sont habilités à émettre des avis contraignants sur les pays qui ont le droit de taxer telle ou telle partie de l'activité économique multinationale et à quel taux.⁹¹ Les arbitrages ont généralement lieu en secret, selon des règles strictes de confidentialité, ce qui signifie qu'ils peuvent facilement contourner la responsabilité politique démocratique.

Si le système fiscal international se renforce autour de normes communes de déclaration et d'accords internationaux, le volume des données fiscales transférées et stockées augmentera de manière exponentielle. Dans un tel scénario, la coopération volontaire des grandes entreprises technologiques (y compris certaines entreprises de commerce électronique comme Amazon) pourrait devenir de plus en plus importante, car les gouvernements s'appuieraient très probablement sur les infrastructures mondiales de TIC appartenant à ces entreprises privées. Amazon, par exemple, par le biais de ses activités AWS, possède près de la moitié de l'infrastructure mondiale de nuage public et est déjà un partenaire important de diverses institutions gouvernementales et agences publiques qui ont besoin de tels services.⁹² La prolifération de ces partenariats soulève des questions supplémentaires en matière de responsabilité politique et de gestion des données fiscales.

D'autres enjeux sont liés à la transformation continue du commerce électronique et à ses retombées sur le commerce de détail traditionnel. Prenons le développement rapide des ventes d'entreprise à entreprise à client (B2B2C), qui a des implications importantes en termes de relations de travail et de droits des travailleurs. B2B2C signifie que deux entreprises s'associent pour vendre un produit ou un service au consommateur final. Les services d'achat en ligne sont un exemple de B2B2C : les

the Big Four are embedded in EU policy-making on tax avoidance: <https://corporateeurope.org/sites/default/files/tax-avoidance-industry-lobby-low-res.pdf>.

91 Martin Hearson and Tod Tucker (2021) "An Unacceptable Surrender of Fiscal Sovereignty", *Perspectives on Politics*: <https://www.cambridge.org/core/journals/perspectives-on-politics/article/an-unacceptable-surrender-of-fiscal-sovereignty-the-neoliberal-turn-to-international-tax-arbitration/C3E4CDD17A00C985AEFC782CB3ADC2D0>.

92 "Amazon Owns Nearly Half Of The Public-Cloud Infrastructure Market Worth Over \$32 Billion", *Forbes*, 2 August 2019 : <https://www.forbes.com/sites/jeanbaptiste/2019/08/02/amazon-owns-nearly-half-of-the-public-cloud-infrastructure-market-worth-over-32-billion-report/>.

88 EY Global (2019) "Why more digital tax administration may mean more risks for boards": https://www.ey.com/en_qa/tax/why-more-digital-tax-administration-may-mean-more-risks-for-boards.

89 Prem Sikka and Hugh Willmott (2013) "The Tax Avoidance Industry: Accountancy Firms on the Make": https://www.tax.mpg.de/fileadmin/user_upload/Paper_Prem_Sikka_Hugh_Willmott.pdf.

90 Corporate Europe Observatory (2018) Accounting for influence. How

consommateurs commandent des biens vendus par une entreprise, mais c'est une autre entreprise qui achète pour eux et effectue les livraisons. Le cas d'Instacart aux États-Unis illustre bien les problèmes des modèles d'entreprise B2B2C du point de vue des droits des travailleurs : les acheteurs-livreurs sont généralement embauchés en tant que travailleurs indépendants, la syndicalisation est impossible, aucune prime de risque n'est versée et aucun équipement de protection adéquat n'est fourni, même dans des situations exceptionnelles telles que la COVID-19, tandis que la sécurité de l'emploi est pratiquement inexistante. La croissance de ce commerce électronique de biens et de services reposant sur des plateformes a été spectaculaire pendant la pandémie et constitue une source de préoccupation évidente pour l'avenir.

Une autre évolution importante est l'émergence du commerce social et mobile. Ceux-ci font référence à l'achat et à la vente de biens ou de services directement sur les plateformes de médias sociaux ou via des influenceurs sociaux. Selon des estimations actuelles, le marché mondial du commerce social pourrait connaître une croissance annuelle moyenne de 31,4 % entre 2020 et 2027.⁹³ En Chine, Pinduoduo, fondée en 2015, a connu un succès fulgurant en un temps record. L'entreprise a créé la plus grande plateforme technologique spécialisée dans l'agriculture en Chine, grâce à laquelle elle met en relation des agriculteurs et distributeurs avec des consommateurs dans le cadre d'une expérience d'achat interactive. Pinduoduo serait également à l'origine du modèle économique du commerce social et est aujourd'hui l'une des plus grandes entreprises de commerce électronique en Chine, affichant une valeur boursière supérieure à celle d'eBay ou de Twitter. Le commerce social s'est également répandu parmi les petits détaillants traditionnels et est devenu un moyen de subsistance lors des confinements récurrents, comme en témoignent le cas de l'Argentine et d'autres pays d'Amérique du Sud.

Une autre tendance mondiale est la croissance des facilitateurs de commerce électronique. Il s'agit d'entreprises qui fournissent des solutions de bout en bout aux détaillants traditionnels cherchant à développer des activités de commerce électronique. Par le passé, les détaillants traditionnels recherchaient de l'aide auprès d'agences numériques ou de sociétés de technologie qui développaient des solutions de magasins en ligne, mais cette approche s'est avérée coûteuse et inefficace. Cette situation a conduit à la naissance d'entreprises spécialisées, appelées « facilitateurs de commerce électronique », qui ont une approche intégrée du développement du commerce électronique, et fournissent des solutions numériques, des stratégies de marketing, des infrastructures logistiques et un service à la clientèle. Les facilitateurs de commerce électronique fournissent essentiellement à une entreprise cliente tous les services et l'infrastructure nécessaires pour vendre efficacement en ligne.

Lorsque les détaillants traditionnels développent leurs activités de commerce électronique en faisant largement appel aux services des facilitateurs de commerce électronique, ils

deviennent de plus en plus dépendants du savoir-faire de ces entreprises. Cela peut vouloir dire que seules les opérations les moins complexes sont effectuées par la société de commerce de détail, tandis que les tâches plus complexes sont réalisées par les facilitateurs de commerce électronique (qui peuvent aussi faire office de sous-traitants). À long terme, cette tendance de plus en plus marquée pourrait limiter les possibilités de perfectionnement des travailleurs du commerce de détail, voire entraîner une déqualification de ces derniers s'ils se contentent d'effectuer les tâches les plus courantes.

Alors que la pression exercée par la croissance du commerce électronique s'intensifie et que les détaillants traditionnels sont poussés à se lancer en ligne, les acteurs purs pourraient également chercher à investir dans des magasins physiques. Par exemple, Amazon envisage d'ouvrir des grands magasins aux États-Unis, pour vendre des produits d'épicerie, des livres et de la mode.⁹⁴ Ces évolutions indiquent clairement que les frontières entre le commerce électronique et le commerce de détail traditionnel s'estompent, ce qui risque d'aggraver encore les conséquences fiscales négatives décrites dans le présent rapport.

Les récentes initiatives en matière de TVA et de taxe sur les ventes de l'e-commerce, ainsi que le nouvel accord fiscal mondial sur un taux minimum d'imposition des sociétés, ne suffiront peut-être pas à uniformiser les règles du jeu, qui ont longtemps conféré aux acteurs du commerce électronique des avantages déloyaux par rapport aux détaillants traditionnels. Pour les syndicats, il restera certainement difficile d'aborder directement les problèmes que pose le commerce électronique en matière d'imposition des revenus des sociétés et des ventes, comme le montrent certains des exemples examinés dans ce rapport. Le cas échéant, les syndicats du secteur du commerce devront rechercher de nouvelles alliances avec leurs homologues des secteurs tels que les transports ou le secteur public et pourraient même être amenés à collaborer avec des acteurs qui se trouvent généralement de l'autre côté de la barrière (employeurs ou partis politiques). C'est peut-être dans le domaine du contournement de la fiscalité du travail que les syndicats peuvent être les plus efficaces et avoir un impact positif direct sur la vie des travailleurs. Bien que les géants du commerce électronique dominent le marché du commerce de détail en ligne à l'échelle mondiale, les petites et moyennes entreprises de commerce électronique se multiplient également dans de nombreux pays, et elles aussi ont tendance à recourir à des formules d'emploi atypiques. Bien souvent, en effet, ces petites entreprises actives au niveau local et national mettent en place de nouveaux modèles d'entreprise reposant sur des modalités de travail de plus en plus "flexibles", qui sont ensuite reprises par l'ensemble du marché. Comme le montre l'un des cas que nous avons présenté, sensibiliser ces nouvelles entreprises à la question des conventions collectives pour leurs travailleurs peut permettre d'assurer une protection adéquate des droits du travail pour tous les travailleurs du commerce de détail.

93 "Global Social Commerce Market Worth \$604.5 Billion by 2027", Global Newswire, 7 September 2: <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/09/07/2089546/0/en/Global-Social-Commerce-Market-Worth-604-5-Billion-by-2027-COVID-19-Updated.html>.

94 <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2021/08/24/amazon-disrupts-retail-again-with-new-department-stores/?sh=61620f493752>