

FISCALITE ET COMMERCE ELECTRONIQUE EN ALGERIE A L'ERE DU NUMERIQUE

Ali BOUSNOBRA

Université BADJI Mokhtar- Annaba - Algérie

ali.bousnobra@graduateinstitute.ch**Résumé:**

Pour faire face à l'explosion du commerce électronique, il semble essentiel d'étudier ses effets dévastateurs sur la fiscalité ordinaire en Algérie. Cet article explore la généralisation du commerce électronique qui est basé sur des marchés et des installations virtuelles qui éliminent les restrictions de temps et d'espace (Territorialité) et de l'immatérialité des biens et de services ce qui rend difficile le contrôle et l'imposition des marchandises.

Dans cette optique, nous évoquons les efforts déployés par le législateur algérien pour suivre la cadence à pas de géants en instaurant la loi qui régule ce commerce mais aussi une autre loi fiscale pour ne pas avoir à gérer une hémorragie financière qui affecterait les recettes de l'Etat. Les résultats obtenus lèvent le voile sur la nécessité d'encourager la création d'entreprises s'activant dans le domaine du commerce électronique en les encadrant pour qu'elles respectent les lois en vigueur pour le bien de tous (entreprise & Etat).

Mots clés : Commerce électronique, Fiscalité, Système fiscal, Territorialité, Recettes fiscales.

Abstract:

To cope with the explosion of electronic commerce, it seems essential to study its devastating effects on ordinary taxation in Algeria. This article explores the generalization of electronic commerce which is based on virtual markets and facilities which eliminate the restrictions of time and space (Territoriality) and of the intangible nature of goods and services which makes it difficult to control and taxation of goods.

With this in mind, we refer to the efforts made by the Algerian legislator to keep pace with giant strides by establishing the law that regulates this trade but also another tax law so as not to have to manage a financial hemorrhage that would affect the fund. State. The results obtained lift the veil on the need to encourage the creation of companies active in the field of electronic commerce by supervising them so that they comply with the laws in force for the good of all (company & State)

Keywords: Electronic commerce, Taxation, Tax system, Territoriality, tax revenue.

Classification JEL : L81 ; H20 ; K4 ; E63 ; E01

Introduction

Rien n'est plus banal que d'affirmer que notre époque est marquée par une forte accélération du commerce électronique¹. Mais, sans doute n'insiste-t-on pas assez sur la nature fiscale et les effets de ce commerce sur le contrôle et l'imposition des transactions. Cet aspect est d'autant plus important que l'accélération du changement technologique² et la vitesse avec laquelle apparaissent de nouvelles découvertes et applications dans le e-commerce est saisissante (Guinchard et alii, 2001)³.

A la différence des technologies d'hier, généralement, dédiées à une seule économie, le commerce électronique est, désormais, basé sur des marchés et des installations virtuelles qui éliminent les restrictions liées au temps et à l'espace (Territorialité) et de l'immatérialité des biens et des services, par opposition à la matérialité qui se réfère au caractère de tout ce qui est matériel, c'est-à-dire, toute chose pouvant être considérée comme un bien palpable. Par conséquent, il est très difficile de mettre en œuvre les lois et les restrictions qui sont courantes dans l'économie réelle. La fiscalité est considérée comme l'un des aspects juridiques les plus importants qui traduisent la mise en œuvre du projet collectif défini par sa population, le respect de l'autonomie des autres États et enfin d'assister les pays démunis dans la mesure du possible.

En effet, dans un passé proche, les produits de base étaient matériels et ils le sont toujours, la production, la distribution et la consommation des marchandises étaient faciles à suivre, donc, facilement imposables. De nos jours, le commerce électronique mondial a rendu le mouvement transfrontalier des marchandises, des capitaux et du travail moins transparent et par conséquent plus difficile à suivre. Ces évolutions qui résultent de la conjonction de plusieurs tendances lourdes, à l'œuvre depuis longtemps, s'inscrivent dans un processus sociétal plus vaste de mutation historique fondamentale : le passage à l'ère de l'immatériel et du numérique. D'abord, l'explosion des connaissances, ensuite l'accroissement de puissance de tout ce qui est à base numérique, sans oublier la diffusion accélérée des applications et plateformes numériques et enfin, la multiplication des connexions à toutes les échelles.

Ces quatre facteurs interférents naturellement avec les autres secteurs non technologiques de l'économie. Ce nouveau contexte, dans lequel s'exerce une incitation continue au changement, rend nécessaire la réécriture des règles fiscales actuelles qui ne sont plus adaptées au commerce électronique. Il ne peut être question de placage d'un nouveau processus de commerce sur les procédures fiscales du passé. Le e-commerce est une innovation majeure qui constitue une remise en cause globale car la diffusion du champ d'application des technologies numériques et des effets de réseaux induit des bouleversements dans bien des secteurs (économique,

¹ Le commerce électronique peut-être défini comme un processus commercial et économique basé sur les nouvelles technologies. Il est le résultat d'une explosion dans le domaine des technologies numériques : Big data, Blockchain, intelligence artificielle, etc.

² Le passage, en 2011, à la quatrième révolution industrielle a ouvert, non seulement, de nouvelles perspectives mais a accéléré le commerce électronique. Ces technologies ont transformé la connaissance en un élément de base des ressources économiques capable, d'augmenter la richesse et devenir la locomotive du développement économique dans divers pays au monde.

³ Guinchard et alii, Internet pour le droit, P.219-Montchrestien, 2e éd, 2001.

commerce, logistiques, etc.). Ce commerce qui s'effectue à distance, sans frontières et dont le processus contractuel est dématérialisé le rend difficilement traçable.

Toutefois, les caractéristiques intrinsèques du commerce électronique liées à sa nature de commerce à distance, sans frontières, et à son processus contractuel dématérialisé, influencent son régime juridique et fiscal et posent de sérieux problèmes aux administrations fiscales.

Dans ce contexte, l'élargissement à de nouvelles modalités fiscales constitue pour l'ensemble des économies un challenge de développement de premier ordre (Verbiest, Thibault, 2011)¹, surtout que la fiscalité constitue une ressource financière importante pour les États. Face à cette tendance où le commerce électronique se distingue par sa croissance annuelle tirée par l'accaparement des transactions du commerce réel dans différents pays de la planète, se pose alors la question : comment définir le commerce électronique et ses bases d'imposition ? Quelles sont les dispositions légales prises par le législateur algérien sur le commerce électronique ? Existe-t-il des mécanismes spécifiques pour taxer les transactions du e-commerce en Algérie ?

Le présent article n'a pas la prétention de répondre à toutes ces questions pertinentes mais tente d'apporter un éclairage sur le débat controversé² en cours et qui pose le problème de l'application ou pas du droit fiscal sur le commerce électronique³. Il apparaît donc nécessaire d'apporter un éclairage sur la question d'autant que l'administration fiscale Algérienne ne dispose pas d'un réseau d'information moderne et développé à la disposition des contribuables. L'absence d'un cadre institutionnel approprié pouvant offrir aux contribuables un service moderne coiffé d'une multitude de nouvelles fonctionnalités liées à l'assistance en ligne et à l'automatisation graduelle des modalités de déclaration et de paiement constitue le chaînon manquant.

Le présent travail vise à étudier le commerce électronique en Algérie et son impact sur la fiscalité tout en identifiant les dispositions mises en œuvre par le législateur algérien. Le travail sera structuré en trois parties : la première partie traitera de la revue de la littérature sur les processus du commerce électronique et des application fiscales et problèmes d'imposition, la deuxième partie sera consacrée à l'analyse d'une manière détaillée de l'adoption du e-commerce en Algérie en mettant l'accent sur les avantages et les inconvénients et la dernière partie portera sur l'évolution du cadre juridique et fiscal du e-commerce en Algérie.

1. Le commerce électronique : Application du droit fiscal et problèmes d'imposition

Le e-commerce, processus d'achat ou de vente de produits, de services et d'informations via Internet à l'intérieur ou à l'extérieur de n'importe quel pays ou continent, est un processus ancien qui a connu son développement avec l'émergence d'Internet. Il a été question du commerce électronique dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce lors de sa réunion générale

¹ Verbiest, Thibault, TVA et commerce électronique : quelles règles appliquer ? » in <https://journal.lecho.be/> 21 juin 2001- Belgique.

² 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.

³ Magazine : Problèmes économiques n°2622 du 23 juin 1999

de février 1998, sur la base d'une proposition présentée par les États-Unis d'Amérique, où il a été convenu de la nécessité de progresser vers la création de nouveaux programmes et protocoles et l'adoption de mesures de sécurité et de lois pour construire un nouvel édifice appelé « le commerce électronique ».

D'une façon générale, Internet a affecté d'une façon profonde et continue la vie économique et sociale. Des réseaux sociaux aux chaînes d'approvisionnement, en passant par les achats et les services en ligne, il a ouvert d'innombrables nouvelles opportunités électroniques. Le e-commerce a, particulièrement, pris son essor avec la 4^{ème} révolution numérique au début de la décennie 2010. Aujourd'hui, les entreprises du commerce électronique sont les plus puissantes du marché mondial. Elles comptent les plus grands chiffres d'affaires (voir tableau 1).

Tableau 1 : Les 10 plus grandes entreprises de commerce électronique au monde en termes de chiffre d'affaires en 2019

Rang	Entreprise	Industrie	Recettes (\$ B)	Employés	Quartier général
1	Amazon	Commerce	\$233 Mds	560,000	Seattle, WA, États-Unis
2	JD.com	Commerce	\$56 Mds	227 730	Pékin-Chine
3	Alibaba	Commerce	\$40Mds	66 421	Hangzhou, Zhejiang, Chine
4	eBay	Commerce	\$11Mds	34,600	San Jose, Californie, États-Unis
5	Rakuten	Commerce	\$10Mds	12,981	Tokyo, Japon
6	Zalando	Commerce	\$06 MdS	10,000	Berlin, Allemagne
7	HUIT	Commerce	\$03.5 MdS	4500	Hambourg, Allemagne
8	Flipkart	Commerce	\$03 MdS	35000	Bangalore, Karnataka, Inde
9	B2W	Commerce	\$01,6 Mds	8000	Rio de Janeiro, RJ- Brésil
10	Zappos	Commerce	\$01 Mds	1500	Nevada, aux États-Unis

Source: www.web-mediaplacing.com/articles-par-th%C3%A9matique/les-10-plus-grandes-entreprises-de-commerce-CA-électronique-au-monde-en-termes-de-chiffre-d-affaires-en-2019
consulté le 15 juin 2020

Éliminant les intermédiaires comme les détaillants, les grossistes et courtiers qui agissent comme percepteurs des taxes de ventes pour les gouvernements, ces entreprises du e-commerce tirent leurs avantages de cette nouvelle organisation qui lie directement le consommateur au vendeur et prive les gouvernements des taxes de ventes.

Aujourd'hui, le débat sur l'imposition ou pas du commerce électronique n'est pas encore tranché. Un premier groupe d'économistes réclament la taxation des transactions¹ en ligne du fait que l'exemption de taxe crée une distorsion dans le marché. L'application du droit fiscal sur le commerce électronique est alors considérée comme une entrave à son expansion : l'introduction d'un impôt induit une augmentation du coût des marchandises. De plus, la taxation de l'E-Commerce fera augmenter les recettes fiscales dans le monde entier, entraînant ainsi une bureaucratie supplémentaire.

Le deuxième groupe considère la question dans un cadre plus large en prenant en compte l'effet dynamique de cette exemption fiscale, c'est-à-dire, l'absence de taxation des marchandises du monde réel peut avoir une pression pour être aussi exempté de cette taxe. Ce qui ne manquera

¹ Nightingale, K., « Taxation: Theory and Practice », Pitman Publishing, Londres, Royaume-Uni, 1997.

pas de faire baisser les taxes et donc réduire, non seulement, la progression des dépenses publiques et, à long terme, le niveau même de ces dépenses. A l'inverse, une taxation en ligne efficace des transactions par l'Etat contribue, grâce à l'effet de revenu en hausse, à augmenter les dépenses publiques mais en même temps conduire à une perte de rendement social.

Autrement dit, l'application du droit fiscal sur le commerce électronique est considérée par le premier groupe comme une entrave à son expansion : l'introduction d'un impôt induit une augmentation du coût des marchandises. De plus, la taxation de l'E-Commerce fera augmenter les recettes fiscales dans le monde entier entraînant ainsi une bureaucratie. Pour le deuxième groupe qui prônent la taxation de l'E-Commerce ils prédisent une perte financière importante et avancent les arguments suivants : (i) la taxation vise à protéger l'économie et les consommateurs, (ii) elle est nécessaire en vue de promouvoir l'égalité des chances économiques entre les sociétés pour ne pas aggraver le problème de la compétitivité et (iii) imposer l'E-Commerce pour éviter l'évasion fiscale des sociétés.

Mais au-delà de ce débat controversé se pose le problème de territorialité¹. Avec la vulgarisation d'internet, les entreprises peuvent se contenter d'une présence physique minimale, voire inexistante, pour mener à bien leurs activités commerciales, ce qui rend très difficile l'imposition du revenu des sociétés en fonction de leur lieu de résidence ou de la source de revenu ou les deux. Car les activités commerciales par voie électronique peuvent être menées n'importe où et il est peu coûteux de créer une société dans un paradis fiscal 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. Le transfert de fichiers de la société d'un ordinateur à un autre pour échapper à une administration qui taxe trop à une autre qui taxe moins devient alors possible.

Parallèlement à ce problème de territorialité se pose aussi le lieu de consommation de la marchandise. En effet, le commerce par voie électronique est assujéti à la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) 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. La TVA étant collectée par les entreprises qui sont considérées comme des intermédiaires entre le consommateur final et l'administration fiscale, se pose alors la difficulté pour les sociétés de la collecte de l'impôt pour leurs comptes. Ceci provoquera une érosion de l'assiette fiscale qui affaiblira le rôle de l'administration fiscale.

Par ailleurs, le problème de source de revenu constitue un facteur déterminant dans les transactions du e-commerce du fait que le revenu de l'entreprise provient toujours de son bénéfice sur ses activités (Chiffres d'affaires – Charges). Or, les sociétés du commerce électronique n'ont souvent pas besoin d'un établissement stable ce qui rend difficile la détermination de la source territoriale du revenu. Un établissement stable est un « lieu fixe »

¹ 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

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.

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. Dans ce cas, les sociétés devront remplir un fichier de déclaration d'existence sur la base duquel l'administration puisse les imposer et contrôler.

Ainsi, face à ces contraintes de territorialités, de lieu de résidence et du problème de source de revenu, l'administration fiscale rencontre de sérieuses difficultés qui suppose l'instauration d'« 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 »¹.

En d'autres termes, l'administration fiscale, pour être efficace, doit détenir le pouvoir et les moyens de renforcer sa législation fiscale, et surtout moderniser ses services pour avoir : (i) la capacité de localiser et d'accéder à des documents conservés sous format électronique; (ii) la capacité d'encoder électroniquement des documents avec un système de chiffrement; (iii) le manque d'authenticité, d'intégrité et de fiabilité d'un document électronique et (iv) 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. La construction d'un climat fiscal permettra de protéger l'assiette fiscale de l'érosion par les entreprises qui s'établissent tant dans des paradis fiscaux ou celles qui utilisent la fraude et l'évasion fiscale.

2. Le commerce électronique en Algérie

Les premiers marchés en ligne algériens sont apparus en 2009, néanmoins, le commerce électronique a commencé à prendre son essor en 2014 avec l'arrivée du panafricain JUMIA. Le site Web comptait environ 1,5 million de visiteurs et a reçu entre 15 000 et 20 000 commandes par mois en 2017 (augmentation de 50%). Le nombre de visiteurs est passé à 1,7 million au début de 2018. De nombreux sites de vente en ligne sont, aujourd'hui, opérationnels en Algérie (voir tableau 2).

Tableau 02 : Les sociétés algériennes les plus actives dans l'E-Commerce pour l'année 2019

Rang	Entreprise	Industrie	Employés	Quartier général
01	AMIR WS	Ergonomie (UX/UI)- E-commerce	03	Algérie
02	CONEX	E-commerce - Application mobile	05	Algérie
03	BOOSTIFY	Stratégie digitale -E-commerce	06	Algérie
04	GENHYAL	E-commerce - Publicité en ligne	07	Algérie

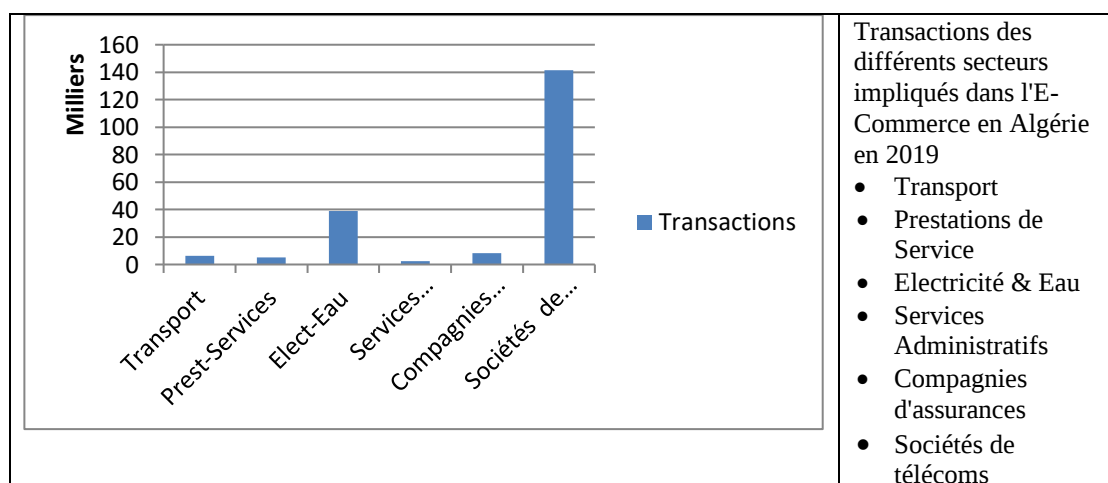
¹ « CONDITIONS CADRES POUR L'IMPOSITION DU COMMERCE ELECTRONIQUE » -Rapport du Comité des affaires fiscales, comme présenté aux Ministres à la Conférence ministérielle de l'OCDE, « Un Monde sans frontières : concrétiser le potentiel du commerce électronique mondial » le 8 octobre 1998. Page 03.

05	OCTENIUM	Application web -E-commerce	17	Algérie
06	TIDJARA MARKET	Publicité en ligne- E-commerce	08	Algérie

Source: <https://www.sortlist.com/fr/ecommerce/algerie-dz->consulté le 06 Février2020.

Le commerce en ligne de biens en Algérie est encore en phase de gestation. Le nombre des transactions¹ cumulées en Algérie depuis le lancement du paiement des achats en ligne sur internet, en 2016 a progressé selon les chiffres suivants : les transactions² de paiement via internet ont augmenté de 51.5% durant 2019. Les transactions effectuées via cartes CIB et Edahabia³ durant cette année s'élève à 873.679 et pour le 1er trimestre 2020, elles totalisent 441.531. L'accélération du e-commerce est également le fruit de l'instauration du confinement en raison de la pandémie du Covid-19.

Schéma 1 : les transactions des différents secteurs impliqués dans l'e-commerce



Concernant le secteur qui a enregistré le plus de flux sur ces transactions, il s'agit notamment du transport, soit 6.292 transactions en 2019 contre 871 en 2018 (+622.39%). Le volume de ces transactions a connu une forte hausse depuis la réintégration de la compagnie nationale « Air Algérie » du service E-paiement sur son site, ce qui encourage l'Etat à promouvoir le paiement électronique dans d'autres segments de ce secteur, à l'instar du transport urbain et ferroviaire ainsi que le métro et les autoroutes.

D'autre part, en 2019, le secteur des prestations de services a enregistré 5.056 opérations de paiement en ligne, relevant des réservations d'hôtel en Algérie, achat de journaux, règlement des frais de formation ou de service pour l'obtention d'un visa (voir schéma 1).

¹ 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.

² <https://www.aliqtisadia.com/fr/2020/05/21/en-algerie-le-e-commerce-a-un-train-de-retard>

³ CIB et Edahabia=Carte inter bancaire et carte gold(or)

2.1- Transactions traditionnelles

Le premier point de contrôle du commerce traditionnel est la douane puisque la marchandise entre sur le sol du pays, où les droits de douane prescrits en fonction de la quantité et du type de marchandise sont prélevés. Après réception de la marchandise, l'entreprise l'enregistre dans ses propres livres comptables, et paie une taxe en conséquence, à la fin de l'année (ses comptes sont reportés directement sur le compte de résultat) et en contrepartie, elle impose un prix pour le bien (ou les produits), qui comprend la taxe de vente qu'elle perçoit auprès des acheteurs et qu'elle transfère au gouvernement « La société joue l'intermédiaire entre le dernier consommateur et l'Etat » cas de la (TVA).

Ainsi, le système traditionnel de contrôle des transactions commerciales, en interne et en externe, adopte plusieurs méthodes, les plus importantes d'entre elles étant les points d'entrée et de sortie destinés à imposer un contrôle par les douanes, qui garantissent le contrôle de l'Etat des transactions avec le monde extérieur lors de l'exportation ou de l'importation de biens physiques.

La plupart des pays imposent l'enregistrement de toutes les transactions. Les affaires exercées par les entreprises commerciales, bien que les conditions d'enregistrement diffèrent pour les petites entreprises individuelles d'un pays à l'autre, tous les pays du monde exigent que les entreprises de taille appropriée pour leur économie tiennent des livres réguliers dans lesquels tous les faits et les transactions commerciales sont enregistrées.

a. Le droit de vérifier les livres d'enregistrement :

Les administrations fiscales permettent aux agents des impôts le droit de vérifier les livres d'enregistrement pour les entreprises qui sont tenues de tenir des livres réguliers comme l'un des outils de contrôle et de vérification du gouvernement. Les inspecteurs des impôts ont le droit d'examiner l'origine de tous /certains secteurs à l'aide des documents originaux créés pour la transaction.

b. Contrats commerciaux et droit commercial :

Les pays garantissent l'exécution des contrats commerciaux écrits et obligent ainsi indirectement tous les concessionnaires commerciaux à conclure leurs contrats lorsqu'ils sont utilisés dans le processus de production ou de revente selon les points suivants :

- **Objet du contrat :** Il permet d'encadrer la relation commerciale. L'objet décrit l'objectif recherché par les parties.
- **Date d'entrée en vigueur du contrat et durée :** Le contrat peut être à durée déterminée ou indéterminée.
- **Clauses de prix :** Elles permettent aux parties de fixer le prix des prestations, le moment où devient exigible le paiement et éventuellement les modalités de révision du prix.
- **Règlement des litiges :** Les parties vont pouvoir éventuellement prévoir des modes alternatifs de règlement des litiges, comme l'arbitrage, la médiation ou la conciliation.

2-2 -Transactions électroniques

Les systèmes et méthodes de commerce électronique diffèrent dans ce contexte de la méthode traditionnelle à certains égards, ce qui rend difficile l'imposition des mêmes systèmes de contrôle actuels, et qui comprend :

a. La poursuite des points d'entrée et de sortie :

Il est de son rôle d'imposer le contrôle des transactions des entreprises externes, mais son rôle se limitera au contrôle des biens matériels et non immatériels tels que les logiciels sera diminué.

b. Enregistrement continu des transactions commerciales par voie électronique :

Le système de commerce électronique est atteint, que ce soit pour les grandes ou les petites entreprises, une tenue de livre électronique «Il n'y a que deux livres comptables qui peuvent être obligatoires dans une entreprise. Il s'agit du livre-journal et du grand-livre dans lesquels toutes les transactions commerciales sont enregistrées de manière très organisée.

c. Poursuite du droit de vérifier les livres d'immatriculation électroniques :

Les lois actuelles assurent le maintien du droit de vérifier les livres d'immatriculation, mais l'image de ces livres diffère dans le commerce électronique, et les fonctionnaires des impôts seront confrontés à l'absence de documents originaux pouvant être examinés, ce qui nécessite l'existence de nouveaux mécanismes de contrôle fiscal adaptés à la nature du commerce électronique puisqu'un document numérique est une forme de représentation de l'information consultable à l'écran d'un appareil électronique. Il n'existe pas de logiciel comptable agréé par l'administration mais elle oblige, seulement, les éditeurs de logiciels comptables à fournir les codes de leurs programmes sur demande de l'administration fiscale. Néanmoins, ces progiciels doivent respecter les principes édictés par l'administration, à savoir :

- Possibilité de modifier les écritures avant validation ;
- Obligation de valider les écritures avant clôture des comptes ;
- Intangibilité et inaltérabilité des écritures validées.

Par contre les registres comptables qui peuvent être obligatoires dans une entreprise en Algérie selon les articles 9 et 10 du code de commerce et 20 de la loi n° 07-11 du 25 novembre 2007 portant système comptable financier sont : le Journal général (dit également livre centralisateur) et le Livre d'inventaire.

Ces deux registres doivent être cotés et paraphés par le président du tribunal territorialement compétent. La côte est l'attestation du nombre de pages ou de folios contenu dans chaque livre, chaque page ou folio étant numéroté. Le paraphe certifie l'existence du livre obligatoire et lui donne date certaine. Ces formalités ont pour but d'éviter que des pages ne soient ajoutées, remplacées ou supprimées.

d. Contrats électroniques et signature électronique :

Toutes les autorités législatives des pays du monde seront confrontées à des problèmes liés à la preuve des contrats en raison de la nature des contrats électroniques qui sont publiés à l'aide de

systèmes et de méthodes de signature électronique, ce qui nécessite un examen des moyens de rapidité et d'investigation.

3. Les contraintes et les perspectives de l'imposition du commerce électronique en Algérie

Avant 2018, il a été très difficile d'appliquer les lois traditionnelles au commerce électronique en Algérie pour la simple et unique raison que le législateur n'avait pas pris les dispositions légales sur l'E-Commerce, mais il a été poussé à le faire pour les raisons suivantes :

- Faciliter l'accès des PME aux informations sur les marchés étrangers ;
- Renforcer la capacité exportatrice des entreprises algériennes et intégrer le marché international ;
- Baisse des coûts et de temps ;
- Augmenter la concurrence ;
- Diversification des produits et services offerts aux clients ;
- Atteindre des besoins non satisfaits par la voie traditionnelle ;
- Adhésion à l'organisation mondiale du commerce (OMC).

Pour les raisons citées ci-dessus le législateur a intervenu en créant la loi qui régit l'e-commerce¹ d'une part, et en 2019 la loi qui en fixe les règles d'imposition².

3.1- La loi Algérienne n°18/05 qui régit le commerce électronique

Le commerce électronique était présent en Algérie parallèlement au commerce régulier, et la preuve en est qu'il existe de nombreux sites Web spécialisés dans le marketing électronique, mais avant la publication de la loi algérienne sur le commerce électronique n°18/05, il manquait de réglementation, qui tardait à être publiée.

Cette loi joue un rôle primordial dans l'organisation des transactions commerciales électroniques et les fondements de celles-ci en Algérie, voici par ailleurs les dispositions générales régissant ce commerce. Dans son Art. 2, la loi algérienne est applicable en matière de transactions de commerce électronique dans le cas où l'une des parties au contrat électronique est : (i) de nationalité algérienne, ou(ii) réside légalement en Algérie, ou (iii) une personne morale de droit algérien, ou alors (iv) si le contrat est conclu ou exécuté en Algérie.

Elle rajoute dans son **Art. 3** qu'est interdite toute transaction par voie de communications électroniques portant sur :

- Les jeux de hasard, paris et loteries ;
- Les boissons alcoolisées et tabac ;
- Les produits pharmaceutiques ;

¹ Loi n° 04-02 du 5 Jomada El Oula 1425 correspondant au 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales. JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 41-27 juin 2004.

²² Loi n°15-04 du 11 Rabie Ethani 1436 correspondant au 1er février 2015 fixant les règles générales relatives à la signature et à la certification électroniques (JO N°06 du 10 Février 2015, P6).

- Les produits portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle, industrielle ou commerciale ;
- Tout bien ou service prohibé par la législation. (Drogues, armes, etc.)

Cette loi est plus explicite sur le commerce électronique, dans son article 6, fixant les règles générales du commerce électronique des biens et des services, qui stipule dans son **Art. 6**. Que, au sens de la présente loi, on entend par :

- a. Commerce électronique :** 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.

Tableau 3 : Les abonnés à la poste considérés comme potentiel acteurs du commerce électronique

Abonnés Téléphonie Fixe	Abonnés Téléphonie Mobile	Abonnés Internet fixe	Abonnés 3G	Abonnés 4G	Compte CCP
4 615 866	45 522 938	3 569 145	14 139 844	22 256 700	22 616 402

Source : <https://www.mptn.gov.dz/fr> Les Chiffres au 01/10/2019

- b. Contrat électronique :** contrat au sens de la loi n° 04-02 du 5 Joumada El Oula 1425 correspondant au 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales conclues à distance sans la présence physique simultanée des parties par le recours exclusif à une technique de communication électronique.¹

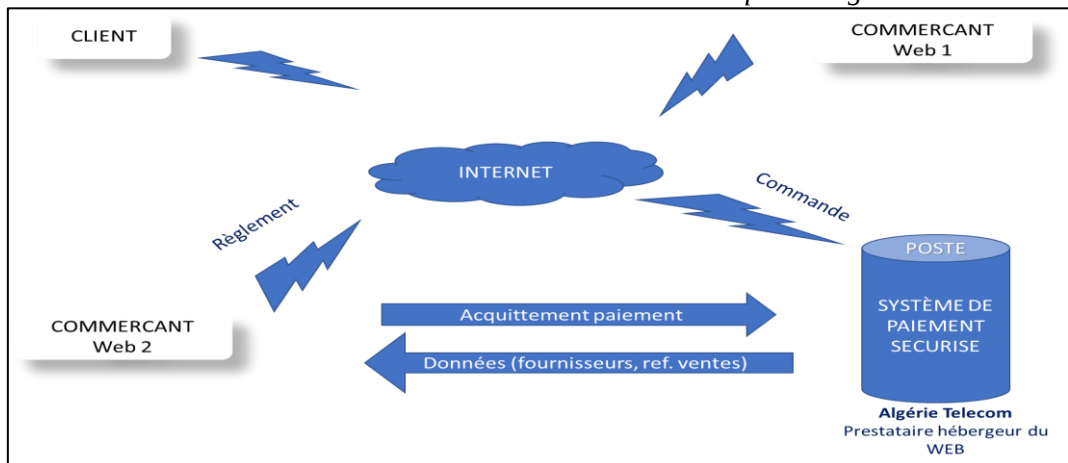
Dans son **art 3**², « 4 - Contrat : tout accord ou convention, ayant pour objet la vente d'un bien ou la prestation d'un service, et rédigé unilatéralement et préalablement par l'une des parties à l'accord et auquel l'autre partie adhère sans possibilité réelle de le modifier. Le contrat peut être réalisé sous la forme de bon de commande, facture, bon de garantie, bordereau, bon de livraison, billet ou autre document, quels que soient leur forme et leur support et contenant des spécifications ou références correspondant à des conditions générales de vente préétablies ».

- c. E-consommateur :** Toute personne physique ou morale qui acquiert, à titre onéreux ou gratuit, un bien ou un service par voie de communication électronique auprès d'un e-fournisseur pour une utilisation finale.
- d. E-fournisseur :** Toute personne physique ou morale qui commercialise ou propose la fourniture des biens ou des services par voie de communications électroniques.
- e. Moyen de paiement électronique :** Tout instrument de paiement, autorisé conformément à la législation en vigueur, permettant à son titulaire d'effectuer des paiements de proximité ou à distance à travers un système électronique.

¹ <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/fr/dz/dz035fr.pdf>

² Loi n° 04-02 du 5 Joumada El Oula 1425 correspondant au 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales. JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 41-27 juin 2004.

Schéma 2 : Le circuit de la transaction électronique en Algérie



Source : par l'auteur

- f. Publicité électronique :** Toute annonce ayant pour objectif direct ou indirect de promouvoir la vente de biens ou de services par voie de communications électroniques.
- g. Précommande :** Engagement de vente qui peut être proposé par le e-fournisseur au e-consommateur en cas d'indisponibilité du produit en stock.
- h. Nom du domaine :** Chaîne alphanumérique normalisée enregistrée au niveau du registre national des noms de domaine et qui permet d'identifier le site électronique et d'y accéder.

En sachant que ce nom de domaine constitue un actif incorporel que la société doit inscrire dans son bilan et confère à son titulaire un droit exclusif d'utilisation et peut créer des poursuites judiciaires quant à sa mise à disposition à une société mère se trouvant dans un autre pays, comme c'est le cas de la grande société eBay.fr avec les sociétés iBazar et Forum on the net. (Jean Luc PIERRE, 2017)¹.

Cette loi fixe plutôt un ensemble de conditions afin de réglementer et de protéger ce type de commerce dans lequel le consommateur est vulnérable à la fraude à un niveau beaucoup plus élevé que dans le commerce normal. En témoigne le fait que de nombreuses personnes ont été victimes de sociétés électroniques fantômes, par exemple la récente fraude de QNET, une société chinoise spécialisée dans le commerce électronique, ou bien celle de JUMIA société nigériane de commerce électronique.

Les conditions les plus importantes incluses dans la loi sur le commerce électronique sont les suivantes :

- Inscription au registre du commerce ou au registre des industries traditionnelles ou artisanales.
En conséquence, il est devenu obligatoire pour les commerçants d'obtenir le code

¹ Régime fiscal des droits d'utilisation d'un nom de domaine sur internet- Par Le Pr Jean Luc PIERRE- Université Jean MOULIN – Lyon 3 -CERFF-Revue du droit fiscal - N°08-23 Février2017- France.

électronique, en gardant à l'esprit que le Centre national du registre du commerce a donné un délai estimé à un an à compter de la date de publication de ce décret afin de contrôler et de réglementer les transactions qui ont lieu sur la scène virtuelle et le maintien des droits des consommateurs, car ils sont la partie faible dans la transaction commerciale électronique.

- Créer un site Web ou une page électronique pour la ressource ajoutée com.dz. Le site confirme le sérieux et l'authenticité du site.
- Déposer le nom de domaine auprès du Centre National du Registre de Commerce
- La facture électronique : L'article 20 de la loi 05/18 stipule que « le fournisseur électronique doit préparer une facture électronique qui est livrée au consommateur électronique à la suite de chaque vente ou service fourni par le biais des communications électroniques ».

3.2 L'imposition du commerce électronique

Il est bien connu que chaque État souverain a le droit d'imposer les personnes physiques ou morales qui se trouvent à l'intérieur de ses frontières territoriales, ainsi que ceux qui se trouvent à l'étranger, et c'est ce qu'on appelle la souveraineté fiscale. Mais le commerce électronique est effectué en ligne entre un fournisseur et un client situés chacun quelque part dans le monde à travers un serveur via le cloud, ¹qui se trouve dans un troisième pays. Grâce à l'évolution technologique, les serveurs fonctionnent dans des réseaux complexes qui rendent impossible de localiser le pays de la vente avec précision.

La question qui se pose au sujet de ce cas précis concerne le pays où sera prélevé l'impôt concernant une transaction. Nous rappelons que les problèmes fiscaux qui se posent pour le commerce électronique se concentrent sur deux types principaux de transactions à savoir :

1. **Le premier type « la matérialité »** : Les transactions qui sont convenues électroniquement entre les deux parties, mais qui doivent être traitées par les méthodes traditionnelles. L'avis ici est qu'il est soumis à un traitement fiscal normal selon les règles générales applicables à cet égard, ce type de transactions ne pose pas de problème pour l'administration fiscale.
2. **Le deuxième type « l'immatérialité »** : Conclure la transaction et la compléter par voie électronique, comme dans le cas des services et programmes d'information. De l'avis de ceux qui encouragent la prolifération du commerce électronique il ne faut pas le soumettre à l'impôt pour plusieurs raisons, dont les plus importantes sont :
 - Encourager le mouvement de croissance du commerce électronique et ne pas le restreindre. Il s'agit (i) de prévenir la double imposition et (ii) de mettre en place des conditions à la soumission des transactions qui sont effectuées par des moyens électroniques.
 - Le traitement fiscal du commerce électronique nécessite la mise en place de conditions à la soumission des transactions qui sont effectuées par des moyens électroniques.

Mais avant d'imposer les transactions commerciales qui se font sur internet le fisc doit avoir à :

¹ Le Cloud computing /klaʊd kəm'pju:tɪŋ/, en français « informatique en nuage », consiste à utiliser des serveurs informatiques distants par l'intermédiaire d'un réseau, généralement Internet, pour stocker des données ou les exploiter.

a) Déterminer qui est responsable et qui est tenu de payer la taxe.

Il y a des difficultés à localiser le contribuable, que ce soit une personne physique ou morale. (Frédéric HUET, p159, 2000)¹. Il y a des transactions qui sont conclues en ligne dans des endroits éloignés et dans différents pays, qui se font sans intermédiaires, tandis que d'autres transactions sont faites avec l'entrée d'intermédiaires tels que des banques ou des domestiques, et la question qui se pose : Qui est l'intermédiaire financier ?, comment s'adresser à lui et connaître ses coordonnées ?, la taxe et le type de taxes qui lui sont imposées? Autrement dit, le commerce électronique pose des défis majeurs à l'administration fiscale.

b) Dans le cas de la connaissance de l'identité du contribuable.

Il y a aussi des difficultés à identifier le contribuable. Dans les opérations de commerce électronique, le processus d'examen fiscal évolue, les plus importants points à examiner étant :

- Différence des documents et preuves qui prouvent que les transactions électroniques ont été effectuées en l'absence de documents papier, et donc l'impossibilité de visualiser les transactions d'une part et l'étendue de l'argument sont évoquées comme base de rattachement pour fixer la taxe d'autre part ;
 - Les dangers de l'utilisation des technologies modernes pour cacher ou modifier des données dans des enregistrements électroniques ;
- c) La capacité du contrôleur fiscal à effectuer des vérifications de dossiers électroniques. Il existe de nombreux défis auxquels est confrontée l'imposition d'une taxe sur les entreprises via Internet, dont les plus importants sont énumérés ci-dessous :
- *La Souveraineté des États* : Ce qui évoque le principe de territorialité (présence spatiale), parce que les entreprises tentent d'éviter de payer les impôts et taxes par une présence commerciale sur Internet.
 - *Justice fiscale* : Avec l'augmentation de différence des niveaux d'imposition entre les pays du monde, et dans le contexte de la flexibilité du mouvement soutenu par les technologies de l'information et de la communication, on constate un déséquilibre dans la réalisation de la justice fiscale. Le problème essentiel pour beaucoup de pays dans le monde réside dans le fait que l'on peut vendre dans un pays quelconque tout en étant taxé ailleurs en toute légalité. Certains géants américains comme Apple, Google, eBay ou Amazon, pratiquent ainsi allègrement ce que l'on appelle l'« optimisation fiscale ». Ce n'est plus le cas en Europe aujourd'hui vu le rapprochement progressif de leurs politiques économiques et surtout l'harmonisation fiscale en préservant la souveraineté fiscale des pays membres.
 - *Difficulté à établir les transactions et les contrats* : La plupart des lois nationales et des accords internationaux contiennent des dispositions qui exigent que les transactions soient confirmées par écrit (ou ce que l'on appelle la documentation). Sur cette base, l'absence des législations et de lois qui prennent en compte les processus qui sont effectués par voie électronique entraînerait des difficultés dans ce domaine.

¹ Frédéric HUET- La fiscalité du commerce électronique- Litec Fiscal- 2000 - Paris- P-159

- *La confidentialité* : Elle pose le problème de l'incapacité de l'administration fiscale à connaître le contenu des échanges et donc leur valeur (prix) ou le nom des concessionnaires à certains moments, ce qui constitue un obstacle au recouvrement des impôts.
- d) Manque de territorialité pour les opérations de transit électronique :
L'Etablissement permanent ou le concept du lieu d'origine est considéré comme un défi majeur pour le système fiscal traditionnel.

Il est à noter que ce concept n'est pas appliqué dans le commerce électronique, ce qui conduit à la nomadisation des contribuables (Frédéric HUET, 2000)¹, l'impôt est en effet une institution terrienne qui a besoin de contribuables sédentaires..

Pour l'imposition des transactions électroniques, la question qui se pose actuellement est :

Doit-on imposer les transactions du commerce électronique des biens et services immatériels ?

On peut dire qu'il y a deux tendances complètement opposées l'une à l'autre :

- *Le premier courant* est celui qui préconise l'exonération fiscale pour développer le commerce électronique, car l'imposition de taxes sur certains clients par les gouvernements locaux est considérée comme un frein à la croissance technologique. Mais l'inconvénient est qu'il y a un risque de voir les consommateurs transférer leurs achats dans le cyberspace.
- *L'autre courant* soutient l'exonération fiscale pour les transactions électroniques a un impact négatif sur l'une des ressources les plus importantes de l'État ce qui coûterait des milliers de milliards de dinars algériens diminuant par la même occasion les ressources fiscales des collectivités locales (Adriel Bettelheim, p,29-30, 1999)².

La tendance du législateur Algérien était celle de médiateur entre les deux tendances précédentes, qui consiste à respecter les techniques fiscales traditionnelles tout en prenant en compte le phénomène du commerce électronique, car cela incite à responsabiliser les agents économiques eux-mêmes et cela en les exhortant à respecter les règles fiscales.

Ainsi, le législateur fiscal algérien a promulgué la loi de finances de 2019 qui stipule selon son art 10 qu'il est créé au niveau de la section 4 du titre II du code des impôts directs et taxes assimilées, les articles 282 sexies A et 282 septies A, rédigés comme suit :³

« Art. 282 sexies A — Par dérogation aux dispositions des articles 282 bis à 282 sexies, les personnes physiques, quels que soient leurs statuts vis-à-vis des autres catégories de revenus, intervenant dans le cadre du circuit de distribution de biens et de services via des plates-formes numériques ou en recourant à la vente directe en réseau, sont soumises à une retenue à la source libératoire au taux de 5 % au titre de l'IFU⁴, applicable sur le montant de la facture en toutes

¹ F. Huet, op. cité.

² Adriel Bettelheim (1999), « Faut-il ou non taxer le Web », Dans Revue : Problèmes économiques N ° 2.622, P29-30.

³ https://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/lois_de_finances/lf2019_fr.pdf

⁴ (IFU), pour l'Impôt Forfaitaire Unique

taxes comprises, à opérer, selon le cas, par les entreprises de production de biens et de services ou par les entreprises activant dans l'achat/revente. Les entreprises suscitées, doivent également opérer cette retenue à la source pour les personnes non encore immatriculées auprès de l'administration fiscale et réalisant des opérations de production de biens et de services ou les entreprises activant dans l'achat/revente. Le reversement de cette retenue est opéré par les entreprises, au plus tard, le 20 du mois qui suit la facturation. Les dispositions de l'article 282 octies ne sont pas applicables à cette catégorie de contribuables ».

Il est question, dans ce texte, que tous ceux qui interviennent dans le circuit de distribution des biens et des services via les plateformes numériques ou ceux de la vente directe en réseau dans la chaîne du commerce électronique, qu'il s'agisse d'un « Retailer »¹ ou d'une « Marketplace »² seront « soumis à une retenue à la source libératoire au taux de 5% au titre de (l'IFU), applicable sur le montant de la facture en tout TTC (toutes taxes comprises) ».

Cette taxe « vise à l'établissement d'un régime fiscal spécifique pour les opérations commerciales effectuées via les plateformes numériques et la vente directe en réseau ». Mais c'est aussi un outil d'encadrement des opérations réalisées par les intervenants dans cette chaîne.

3- 3- Les contraintes de l'imposition du e-commerce en Algérie

Selon la loi de l'Impôt Forfaitaire Unique (IFU) on constate deux incohérences essentielles.

La première concerne le chiffre d'affaires réalisé (1). La deuxième concerne le taux d'imposition (2):

- **La première incohérence concerne le chiffre d'affaires réalisé**

Selon le champ d'application de l'IFU :

- Les personnes physiques ou morales, les sociétés et coopératives exerçant une activité industrielle, commerciale, artisanale ou de profession non commerciale dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 30.000.000 DA ;
- Les promoteurs d'investissement exerçant des activités ou projet, éligibles à l'aide du « Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes » ou du « Fonds National de Soutien au Micro Crédit » ou de la « Caisse Nationale d'assurance Chômage » dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 30.000.000 DA.

On constate déjà que les sociétés du commerce électronique peuvent dépasser le chiffre d'affaires de 30.000.000 DA sans être obligées de suivre le régime du réel ?

- **La deuxième incohérence concerne le taux d'imposition**

Les différents taux de l'impôt forfaitaire unique sont fixés comme suit :

- 5%, pour les activités de production et de vente de biens ;
- 12%, pour les autres activités.

Concernant le taux de l'impôt forfaitaire unique applicable à l'activité mixte, celui-ci est déterminé au prorata du chiffre d'affaires correspondant à chaque activité.

¹ "Retailer" est un mot anglais équivalent à la vente au détail (Détaillant ou Distributeur).

² Une marketplace est un site qui réunit acheteurs et vendeurs et permet de commercialiser des articles par l'intermédiaire d'une plateforme, appelée place de marché.

Le taux de 5% est celui désigné pour le commerce électronique il est le deuxième taux le plus faible après celui de la taxe professionnelle (TAP) 2%.

Ainsi, le législateur algérien a créé l'environnement ou le climat nécessaire pour pratiquer le commerce électronique afin de le réglementer légalement, par le biais non seulement de lois et décrets antérieurs, dont certains sont liés au commerce réel, et certains sont liés à la signature électronique en plus de la certification électronique, « la loi n° 15-04 du 1er février 2015 ¹fixant les règles générales relatives à la signature et à la certification électronique, et surtout la conservation du document signé électroniquement par le décret exécutif n° 16-142 du 5 mai 2016 fixant les modalités de conservation qui a été publié au Journal Officiel du 8 mai 2016 ²» mais aussi par une loi qui régit le commerce électronique « la loi n° 18/05 » et la dernière, la loi de finances de 2019, pour l'imposer.

Il a également adopté les méthodes de paiement électronique. Le but du législateur Algérien est non seulement de ne pas entraver le commerce électronique et de respecter le principe de simplicité et de manque d'ambiguïté, mais aussi :

- Encourager les hommes d'affaires à conclure des accords via le réseau mondial d'Internet, ce qui permet de rattraper la technologie moderne et l'ère des communications ;
- Eviter le problème de la double imposition qui peut survenir du fait de l'imposition d'une taxe sur les opérations de commerce électronique ;
- En raison du fait que le commerce électronique est un domaine récent, le processus de taxation est ambigu et instable, par conséquent, imposer à un faible taux les projets de commerce électronique de taxes donne l'occasion de gagner du temps pour étudier le traitement fiscal des transactions de commerce électronique en Algérie et en tirer ce qui convient aux pays ;
- Il donne également le temps de former des cadres fiscaux (inspecteurs des impôts doués en informatique) pour faire face à la technologie moderne, en termes de préparation, d'inventaire et de contrôle fiscal et surtout la vérification approfondie de la situation fiscale d'ensemble ;
- L'imposition d'une taxe élevée sur les transactions de commerce électronique peut limiter son lancement et conduire à son échec bien qu'il soit à ses balbutiements notamment dans les pays en développement comme l'Algérie ;
- L'imposition anticipée de taxes sur le commerce électronique permettra à l'administration fiscale d'acquérir une expérience de la réalité pratique et de présenter directement les problèmes et les difficultés de perception de la taxe sur les transactions de commerce électronique devant les fonctionnaires pour les étudier et prendre les mesures nécessaires à leur égard ;
- Garantir un minimum de recettes pour la gestion des affaires de l'Etat ;

¹ Loi n°15-04 du 11 Rabie Ethani 1436 correspondant au 1er février 2015 fixant les règles générales relatives à la signature et à la certification électroniques (JO N°06 du 10 Février 2015, P6).

² Décret exécutif n° 16-142 du 27 Rajab 1437 correspondant au 5 mai 2016 fixant les modalités de conservation du document signé électroniquement.

- L'abondance des recettes de la fiscalité pétrolière en Algérie permet à l'Etat de ne pas trop imposer le commerce électronique comme c'est le cas de la fiscalité ordinaire.

Conclusion

La question de l'imposition de taxes sur le commerce électronique est encore en débat. Alors que certains estiment que l'exonération fiscale est essentielle à la croissance du commerce électronique et que l'imposition de taxes sur les échanges commerciaux virtuels freine la croissance technologique, d'autres voient que la libéralisation du commerce électronique en l'exonérant de taxes a un impact négatif sur les ressources les plus importantes de l'État, car les parties au commerce préfèrent conclure des contrats et des transactions via des protocoles de commerce électronique en raison de leur coûts de valeur et de temps, ce qui conduit à la croissance et au développement du commerce électronique au détriment du commerce réel dit (traditionnel), ce qui provoque la réduction des recettes de l'État.

Outre ce problème, les systèmes fiscaux sont confrontés à un défi face à cette évolution technologique, qui rend difficile, voire impossible, l'adaptation des politiques fiscales, puisque le commerce électronique ayant aboli les frontières géographiques des pays, ce qui crée des inquiétudes pour l'administration fiscale en matière de traitement et de recouvrement fiscal. Les systèmes fiscaux seront limités en termes d'efficacité s'ils ne sont pas en mesure de répondre à ces évolutions et événements. En plus, ils auront pour défi de combattre le dumping fiscal. Ce dernier est sujet de la libre politique fiscale de chaque pays pour attirer plus d'investisseurs et réaliser le développement tant recherché.

On doit prendre en considération la convention type des Nations Unies, modèle OCDE¹, s'agissant de l'imputation de bénéfices à un établissement stable, ce qui étend les droits d'imposition du pays à la source au-delà de la stricte imputation de bénéfices attribuables aux ventes effectuées par l'entreprise non résidente sur le territoire du pays » des biens ou marchandises du même type que ceux vendus par le biais de cet établissement stable ». Cela constitue le principe dit de « Force d'attraction limitée », ce qui mettra un terme à la concurrence déloyale qui s'exerce dans les pays considérés comme des paradis fiscaux.

Il reste à souligner qu'il n'y a pas une entente internationale unifiée autour de la fiscalité du commerce électronique et de l'adaptation des systèmes fiscaux existants en fonction des évolutions technologiques, mais chaque système fiscal doit se distinguer par sa simplicité son efficacité, son équité et évite la double imposition. Ce sont là des principes fixes de politique fiscale incontestables et incontestées.

Et compte tenu de la difficulté / incapacité à appliquer une taxation régulière sur Internet, les pays et les organisations internationales envisagent de créer une nouvelle forme de taxation conforme aux spécificités du commerce électronique à l'avenir, car la politique fiscale sur Internet doit être unifiée afin qu'il n'y ait pas de concurrence fiscale entre les différents pays, après l'annulation des frontières géographiques par le commerce électronique.

¹ Commerce électronique et fiscalité- Mise en œuvre des conditions cadres d'OTTAWA sur la Fiscalité OCDE 2001

V-Bibliographie

A- Livres

- Serge Guichard, Michèle Harichaux, Renaud de Tourdonnet « *Internet pour le droit : Connexion - Recherche – Droit* », 2e édition Montchrestien –France-2001
- VERBIEST, Thibault, « *TVA et commerce électronique : « Quelles règles appliquer ?* » article consultable sur le site <https://journal.lecho.be/> 21 juin 2001 - Belgique.
- Frédéric HUET- « *La fiscalité du commerce électronique* » -Litec Fiscal- 2000 – Paris

B- Lois et décrets

- *Loi n° 04-02 du 5 Joumada El Oula 1425 correspondant au 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales*, JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 41-27 juin 2004
- *Loi n°15-04 du 11 Rabie Ethani 1436 correspondant au 1er février 2015 fixant les règles générales relatives à la signature et à la certification électroniques* (JO N°06 du 10 Février 2015, P6).
- *Décret exécutif n° 16-142 du 27 Rajab 1437 correspondant au 5 mai 2016 fixant les modalités de conservation du document signé électroniquement.*

C- Revues :

- Pr Jean Luc PIERRE « *Régime fiscal des droits d'utilisation d'un nom de domaine sur internet* ». Université Jean
- MOULIN –Lyon 3 -CERFF-*Revue du droit fiscal* N°08-23 Février 2017- France.
- Adriel Bettelheim, « *Le web et le marché - Faut-il ou non taxer le Web* », Direction de la bibliothèque des études documentaires BIBLIOGRAPHIE N° 69 *Le commerce électronique - (1995-1999)*, N ° 2. 622. Aspect économique - Octobre 1999, Canada.

D- Site internet :

- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Ceefax>-consulté le 02 Février 2020 consulté le 08 Février 2020
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Commerce%C3%A9lectronique> consulté le 08 Février 2020.
- [https://www.appvizer.fr/magazine/collaboration/gestion-documentaire-ged/gestion électronique-documents](https://www.appvizer.fr/magazine/collaboration/gestion-documentaire-ged/gestion-electronique-documents) « *Gestion électronique des documents : définition, avantages et logiciels ged* » Par Nathalie Pouillard le 17.12.2018 - consulté le 12 Février 2020.
- <http://journals.openedition.org/netcom/2307> Samuel Deprez, « *Commerce connecté et territoires. Une relation en construction aux perspectives encore floues* », Netcom [En ligne], 30-1/2 | 2016, mis en ligne le 24 octobre 2016, consulté le 12 avril 2020.
- <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/fr/dz/dz035fr.pdf>, consulté le 15 avril 2020.
- https://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/lois_de_finances/lf2019_fr.pdf, consulté le 18 avril 2020
- [https://www.wizishop.fr/blog/ecommerce-avantages- inconvenients](https://www.wizishop.fr/blog/ecommerce-avantages-inconvenients), consulté le 28 avril 2020.
- Isabelle ACCART –
<http://wapiti.enic.fr/commun/ens/peda/options/ST/RIO/pub/exposes/exposesrio1997/PaieElec/paiement.html>