le DROPSHIPPING de A à Z

dougs

Vous voulez commencer une activité dans le dropshipping, mais vous ne savez pas exactement comment vous y prendre ? Pas de panique car vous êtes au bon endroit. Nous allons tout vous expliquer, le plus simplement et clairement possible.

Dans ce guide, nous allons aborder ensemble tout ce qu'il faut savoir sur le dropshipping : les principes, le fonctionnement et les acteurs de cette pratique e-commerce. Nous vous donnerons des réponses aux principales questions sur le sujet : comment démarrer étape par étape son affaire ? Quel statut juridique choisir ? Comment gérer sa TVA ? Comment éviter les erreurs lors de toutes vos démarches ?

Nous aborderons également des sujets comme les différents moyens de créer votre entreprise et votre site marchand, les marketplaces généralistes et spécialisées, le service Merch by Amazon, le print-on-demand (POD) et répondrons à toutes vos questions grâce à notre FAQ.

On y va ? C'est parti !

SOMMAIRE

1 C'est quoi le dropshipping ?

01 - Définition et fonctionnement
02 - Avantages et inconvénients
03 - Le prix de création d'une e-boutique
04 - La marketplace, quesako ?

2 Faire du dropshipping en toute légalité

01 - Le dropshipping est-il légal ?
02 - L'officialisation de la structure
03 - La déclaration des revenus
04 - La dimension légale sur un site marchand
05 - Les pratiques à risque
06 - Les sanctions en cas d'illégalité

3 POD : le print-on-demand

01 - De quoi parle-t-on ?
02 - Les avantages et les inconvénients du POD
03 - Passer par le service "Merch by Amazon"
04 - L'inscription sur Merch By Amazon

4 Cas pratique : vendre un T-shirt

01 - Choisir le type de produit
02 - Trouver un fournisseur
03 - Choisir une plateforme de vente
04 - Créer un site de dropshipping
05 - Développer le SEO
06 - Rédiger vos fiches produits
07 - Penser votre stratégie digitale
08 - Gérer sa TVA

5 Quel statut juridique pour dropshipper ?

01 - Dropshipper sans statut juridique ?
02 - La micro-entreprise
03 - L'entreprise individuelle (EI)
04 - La SAS/SASU
05 - La SARL/EURL

6 La TVA en dropshipping

01 - Les ventes à distance des biens importés
02 - La déclaration de TVA au guichet unique (IOSS)
03 - La vente via votre site internet
04 - La vente via une plateforme ou un marketplace
05 - La vente de bien excédant 150 €

7 Les 10 erreurs du dropshipper à éviter

01 - Commencer sans argent ou sans budget
02 - Commencer sans étable de stratégie
03 - Ne pas investir assez de temps
04 - Ne pas fixer ses prix de vente
05 - Ne pas analyser son marché potentiel
06 - Ne pas tester les produits en amont
07 - Vendre des produits sans licence
08 - Mentir sur les délais de livraison
09 - Oublier les mentions obligatoires
10 - Ne pas être suivi par un expert-comptable

8 FAQ sur le dropshipping

01 - Peut-on se former sans argent ?
02 - Fiscalité : comment optimiser son dropshipping ?
03 - Comment ne pas payer la TVA en micro ?
04 - Quelle fiscalité pour vos ventes en Europe ?
05 - Dropshipping : quel secteur d'activité choisir ?
06 - Quel délai de rétractation en dropshipping ?
07 - Faut-il faire une déclaration à la CNIL ?

DOUGS, EXPERT-COMPTABLE POUR LES E-COMMERÇANTS

Dougs est un cabinet d'expertise comptable en ligne, doté d'une mission : simplifier la vie des entrepreneurs pour qu'ils réussissent. Aujourd'hui, c'est plus de 10 000 entrepreneurs et plus de 3 000 e-commerçants qui nous font confiance.

Notre secret ? Proposer un accompagnement technologique et humain complet alliant :

- **Simplicité d'utilisation** grâce à une Web app performante et intuitive qui se synchronise directement avec votre banque.

- **Qualité de suivi et conseil personnalisé** par nos équipes pluridisciplinaires : experts-comptables, comptables, juristes, fiscalistes …

- **Outil de pilotage et d'optimisation de la gestion de votre activité e-commerce** pour suivre la rentabilité de chaque plateforme, simplifier la saisie de votre chiffre d'affaires et respecter vos obligations fiscales en matière de TVA.

Découvrez notre accompagnement spécial e-commerçants !

Les entrepreneurs qui utilisent Dougs comme expert-comptable passent seulement 28 minutes par mois sur leur compta !*

*Statistique réalisée auprès d'un échantillon de 2360 clients en 2019. Marge de mesure +/- 5 minutes.

Testez l'application Dougs gratuitement pendant 30 jours et sans engagement.

C'EST QUOI LE DROPSHIPPING ?

01 - Définition et fonctionnement

02 - Avantages et inconvénients

03 - Le prix de création d'une e-boutique

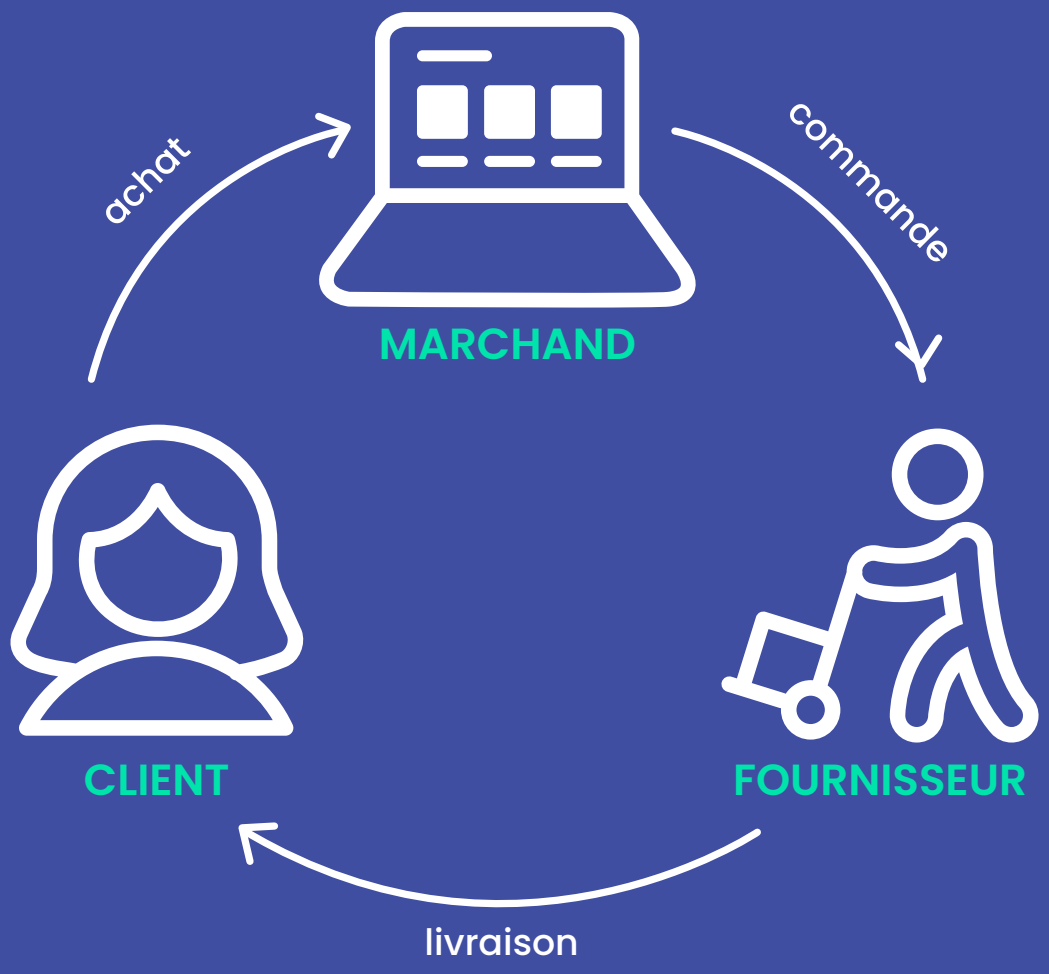
04 - La marketplace, quesako ?

dougs

DÉFINITION ET FONCTIONNEMENT

Le dropshipping est une pratique du commerce électronique ou “e-commerce” qui se caractérise par une **relation commerciale tripartite** (entre 3 acteurs), à savoir :

- un **acheteur** (le client final, un consommateur qui est une personne physique)
- un **vendeur** (appelé dropshipper ou e-commerçant)
- un **fournisseur** (souvent situé à l’étranger, la plupart du temps en Asie).



Mettons-nous en situation. Vous êtes un e-commerçant, voulant faire du dropshipping en Union européenne depuis votre propre boutique en ligne. Vous avec un catalogue de produits à vendre, et gérez l'ensemble des aspects marketing de votre activité.

La sélection de vos produits à vendre se fait d'abord auprès de vos fournisseurs. En général, vos fournisseurs sont asiatiques. Ces fournisseurs sont au cœur de votre organisation car ils produisent et expédient en masse tous vos produits.

En résumé, vis-à-vis d'eux, vous êtes un client. Vis-à-vis de vos clients, vous êtes un dropshipper, en somme, un e-commerçant dont le stock de produits ne passe jamais par vos entrepôts.

Quand les produits que vous voulez vendre sont disponibles, alors le futur consommateur vient sur votre site internet. Il choisit ce qui l'intéresse dans votre catalogue et effectue par la suite **un achat sur votre boutique en ligne**. C'est à ce moment-là qu'une commande se fait, mais pas auprès de vous ! C'est votre fournisseur qui reçoit le bon de commande. C'est donc lui qui se charge de la production et de l'expédition du produit à votre client (le client final, le consommateur).

Cependant, le dropshipping peut se faire de 2 manières :

- à **flux poussé**, c'est-à-dire que c'est votre fournisseur reçoit directement les commandes de vos clients et s'occupe de tout (dropshipping)
- à **flux tiré**, c'est-à-dire que c'est à vous de centraliser et de transférer vos produits achetés à votre fournisseur et vendus à votre client (print-on-demand).

AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS

+ Le dropshipping est facile à mettre en place

Se lancer dans le dropshipping, c'est simple et rapide. Il vous suffit de créer un site e-commerce via un CMS comme Shopify, WooCommerce ou Magento et d'ajouter un plug-in dédié au dropshipping. Certains de ces plug-ins permettent de transmettre automatiquement les commandes des sites web ou des marketplaces directement au producteur. Il en existe plusieurs, accessibles facilement via les marketplaces des plateformes e-commerce.

En dropshipping, **peu d'investissements financiers sont nécessaires**, puisque vous n'aurez pas besoin d'acheter de stock. Vous pouvez donc lancer votre entreprise sans courir de grands risques. Vous vendez partout dans le monde, en fonction des fournisseurs que vous avez sélectionnés, et cela, simplement depuis votre ordinateur.

+ Aucune gestion de stock nécessaire

En dropshipping, vous n'avez pas besoin de constituer un stock et d'immobiliser votre trésorerie puisque tout est pris en charge par votre fournisseur. Quand vous lancez votre propre marque sur Internet, le premier investissement, et pas des moindres, c'est d'acheter votre stock de produits.

Un fournisseur B2B classique demande très souvent des garanties financières avant de faire affaire avec vous. Il peut vous demander de payer votre première commande en avance, même si vous n'avez pas encore de clients. Avec le modèle du dropshipping, vous pouvez attendre que le client paye sur votre site e-commerce avant de passer commande chez votre fournisseur.

+ Idéal pour tester de nouveaux marchés

Si vous vendez déjà vos propres produits sur votre boutique en ligne, vous pouvez tout de même vous lancer en dropshipping pour tester, par exemple, un nouveau marché.

Cette pratique e-commerce est **idéale pour démarrer une nouvelle activité** sur votre boutique en ligne car vous n'avez pas besoin d'investir beaucoup d'argent ni de prendre des risques à stocker de nouveaux articles.

– La qualité des produits

Vous devez déjà le savoir, la majorité des fournisseurs en dropshipping sont localisés en Asie. Les faibles marges commerciales que le dropshipping induit vous obligent à trouver les partenaires les moins chers du marché. Problème : ces fournisseurs ne sont **pas soumis aux mêmes règles** que celles appliquées en Europe. Notamment, sur la qualité et la conformité des produits.

Vous n'avez pas non plus la main sur l'emballage de votre produit, ce qui implique que vous ne pouvez pas personnaliser l'expédition de vos colis à l'image de votre marque. Dit autrement, votre client commande sur votre boutique en ligne mais il reçoit un article conçu et expédié par votre fournisseur. En dropshipping, **vous n'êtes qu'un simple intermédiaire**.

– Les délais de livraison

Vous pensez peut-être que c'est un avantage du dropshipping de ne se préoccuper ni de la logistique ni de la livraison de vos produits. Cependant, pour que votre boutique en ligne se démarque de la concurrence, vous devez proposer de nombreux articles à la vente. Cela implique de faire affaire avec plusieurs fournisseurs qui ont chacun leur propre politique d'expédition et leurs délais de livraison.

Selon une étude récente, **72 % des consommateurs français souhaitent une livraison le lendemain**. Vous comprenez donc tout l'enjeu de la livraison, et ce même en dropshipping. Surveillez bien que l'article commandé est envoyé à la bonne personne et que la livraison se déroule sans accroc. C'est-à-dire que le colis soit en parfait état dans les mains de votre client.

– L'accès aux stocks des fournisseurs

Le dropshipping vous permet de ne pas avoir de frais de gestion de stock. Vous devez néanmoins avoir une visibilité sur les stocks de vos fournisseurs. Vous ne pouvez pas vous permettre de proposer à la vente **des produits qui sont en rupture de stock** chez vos partenaires.

Un client déçu par une commande ratée sur votre site e-commerce est un client perdu à tout jamais. Et l'on sait l'importance de la fidélité-client pour faire croître son business. Renseignez-vous toujours auprès de vos fournisseurs afin de trouver un moyen d'être informé du stock disponible des articles vendus sur votre boutique.

– Une gestion difficile des retours

En e-commerce, **20 % des produits vendus en ligne en France sont retournés**. Un article qui ne plaît pas, qui ne correspond pas exactement à la photo ou bien qui ne répond pas aux attentes est la plupart du temps renvoyé. Il y a de nombreuses raisons à un retour de colis, mais quand votre boutique en ligne fonctionne en dropshipping ce n'est pas si facile à gérer. Assurez-vous que vos fournisseurs mettent en place des pratiques efficaces en gestion des retours et des réclamations.

Généralement, les fournisseurs en dropshipping gèrent facilement les retours quand un produit est défectueux. Mais si votre client veut simplement échanger son article, il est certainement plus facile de lui demander de renvoyer son colis chez vous. Vous passez ensuite une nouvelle commande chez votre fournisseur, ce qui risque d'engendrer de la gestion de stock de votre côté, et ce même en dropshipping !

LE PRIX DE CRÉATION D'UNE E-BOUTIQUE

Shopify, Dropizi et WooCommerce

L'alternative la plus économique est de passer par l'un de ces 3 sites. Plusieurs choix s'offrent à vous pour commencer votre dropshipping. À vous de vous faire votre propre avis selon vos besoins.

Shopify est le service le plus utilisé en e-commerce lorsqu'on a aucune connaissance des codes. Cette offre est largement suffisante pour lancer votre dropshipping. Son prix ? **29 $/mois + 70 $/mois pour les plug-ins**.

Selon vos besoins, d'autres frais supplémentaires peuvent s'ajouter comme :

- "abandonment protector", l'application pour travailler vos e-mails : 8 $/mois
- "oberlo", l'automatisation des commandes : 29,90 $/mois après 50 commandes effectuées
- "gempages", la création des pages de vente : à partir de 9 $
- ou encore le rajout d'un pop-up avec un système de réduction

Si vous cherchez une solution française, *Dropizi* est fait pour vous. C'est une solution de e-commerce présente depuis plus de 10 ans sur le marché, **à partir de 27€/mois**.

Plus facile d'utilisation que Shopify, Dropizi a un certain nombre de thèmes, de formations et le "droppy coach" gratuits. Il inclut également un système directement intégré avec Aliexpress avec aide sur le potentiel de certains produits. Le tout est bien conçu pour le SEO.

Woo Commerce est le plug-in e-commerce de WordPress. Avec plus de 700 000 utilisateurs, il s'agit de la première solution e-commerce dans le monde. Son abonnement simple est au prix de **69 € par mois** (après 1 mois d'essai gratuit et 39 € de frais de mise en service).

Il est moins facile d'utilisation que ses concurrents (pas de thème préfiguré sur le site, prise en main compliquée, peu de supports, etc.), mais plus logique à installer si vous disposez déjà d'un site WordPress. L'avantage est du côté du référencement naturel ; Woo Commerce est l'outil le plus puissant concernant le SEO grâce à Yoast (URL personnalisables, metadata accessibles, etc.).

Avec un professionnel

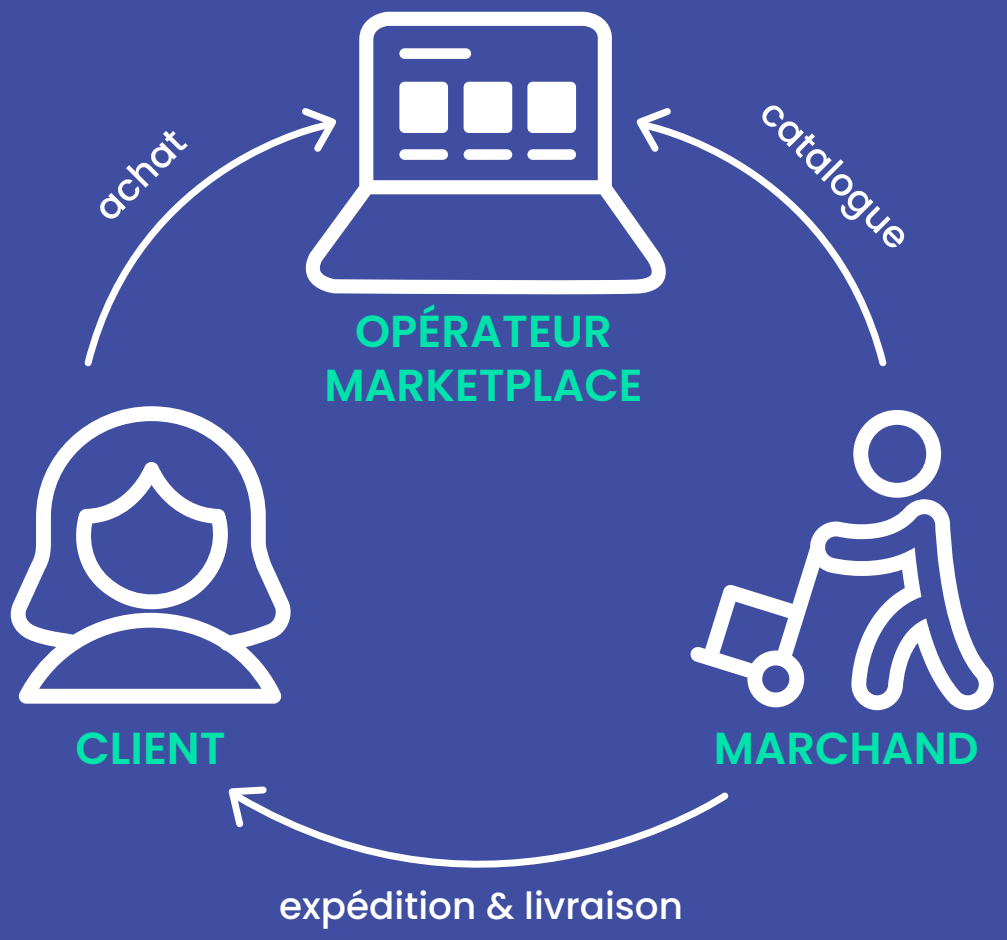
Si vous décidez d'avoir votre propre site marchand, tout en le faisant faire par un professionnel, alors **les prix augmentent radicalement**.
Ils peuvent atteindre :

- entre 500 et 5 000 € avec un freelance
- entre 5 000 et 50 000 € avec une agence.

LA MARKETPLACE, QUESAKO ?

La marketplace est littéralement une **place de marché**. C'est un modèle e-commerce comme le dropshipping. Elle inclut l'opérateur de la marketplace, un vendeur tiers et l'acheteur. En dehors de ça, les deux modèles se ressemblent fortement avec des ventes réalisées sur un site e-commerce.

Voici un autre schéma pour mieux comprendre le fonctionnement d'une marketplace :



Le rôle des acteurs de la relation commerciale, notamment celui du vendeur et de l'opérateur, est bien différent. Dans une marketplace, l'opérateur (la plateforme e-commerce) est au centre de l'activité et des échanges.

L'opérateur marketplace sera l'intermédiaire visant à vous mettre directement en relation avec l'acheteur final. La marketplace va vous permettre, en tant que vendeur tiers, d'intégrer vos offres sur le catalogue de la plateforme. Généralement, ce sont les vendeurs tiers qui expédient eux-mêmes les marchandises. Les marketplaces proposent des services de stockage et d'expédition à leurs vendeurs professionnels. Toutefois, dans le cas du dropshipping, l'intérêt en serait très limité et aurait surtout pour conséquence d'allonger les délais de livraison et de multiplier les coûts de transport. Danger sur vos marges !

Dans le cadre d'une marketplace il n'y a **pas de transfert de propriété de la marchandise** entre le vendeur et l'opérateur. Le vendeur tiers est propriétaire du stock et doit gérer le SAV et les retours.

Sur une marketplace, en tant que vendeur tiers, vous profitez des atouts des plus grandes plateformes comme Amazon par exemple. Mais les services associés ont un coût. L'opérateur marketplace va généralement prendre une commission sur la vente d'un bien, vos marges seront donc systématiquement réduites du fait des frais liés à ses services et des commissions qu'elle prend sur vos ventes.

Très attractives pour les vendeurs, elles sont victimes de leur succès. La concurrence y est extrêmement importante. Des stratégies de référencement propres aux plateformes marketplace sont ainsi de plus en plus utilisées afin de mettre en avant ses produits, ce qui représente des coûts supplémentaires.

Au niveau juridique, les marketplaces seront soumises à des obligations supplémentaires par rapport aux sites e-commerces traditionnels. Elles devront en tenir compte dans la rédaction de leurs CGU (Conditions Générales d'Utilisation), CGV et mentions légales.

Pour faire simple, **les mentions légales, CGV et CGU** de la marketplace doivent indiquer :

- les mentions légales des vendeurs tiers en plus de celles de l'opérateur
- les conditions d'accès, de fonctionnement et les tarifs de la mise en relation des internautes avec les vendeurs tiers
- les modalités de référencement, déréférencement et de classement des offres

Les grandes plateformes marketplaces (comme Amazon) proposent de plus en plus dans leurs services payants la gestion d'une partie de vos stocks et de votre logistique. C'est une bonne alternative afin de ne s'occuper que de votre cœur de métier, tout en évitant des erreurs qui vous seraient dommageables !

Quelles sont les marketplaces les plus connues ?

Selon votre domaine d'activité, plusieurs choix de marketplace s'offrent à vous. Nous vous en proposons une liste (non-exhaustive) :

marketplaces généralistes

amazon
MarketPlace
Cdiscount
Rakuten
AliExpress

spécialisées en mode vestimentaire

Galeries Lafayette
zalando
place des tendances
Vinted
FARFETCH
BRANDALLEY

spécialisées en matériel de bricolage

LEROY MERLIN
BackMarket
BRICOPRIVE.com
Ventes privées Bricolage, Jardinage et Maison

spécialisées en matériel de maison

localisées en France ou en Europe

Selon la marketplace choisie, une commission et/ou un abonnement mensuel sont possibles. Par exemple, si vous décidez de passer par Cdiscount, la commission sera de 5 à 20 % selon le type de vente, avec un abonnement mensuel de 39,99 €. Si vous choisissez plutôt Leboncoin, la commission est égale à 4 % en C2C avec frais par annonce en B2C, le tout sans abonnement.

FAIRE DU DROPSHIPPING EN TOUTE LÉGALITÉ

01 - Le dropshipping est-il légal ?

02 - L'officialisation de la structure

03 - La déclaration des revenus

04 - La dimension légale sur un site marchand

05 - Les pratiques à risque

06 - Les sanctions en cas d'illégalité

dougs

LE DROPSHIPPING EST-IL LÉGAL ?

Oui, le dropshipping est légal en France. Tant que vous ne vendez pas de produits interdits dans le pays, la loi l'autorise. Par contre, le dropshipping, comme le commerce traditionnel, est soumis à des règles précises.

Sur votre site marchand, vous avez l'obligation de mettre à disposition de vos clients :

- les CGV (conditions générales de vente)
- les mentions légales
- la politique de confidentialité

Déléguer la logistique à votre fournisseur ne vous dispense pas non plus des obligations envers votre client final : respect des délais de livraison annoncés sur le site web de votre commerçant (même si vous n'avez aucun contrôle sur cette opération, d'où l'importance de bien choisir ses fournisseurs !).

Vous êtes aussi dans l'**obligation de donner un cadre juridique** à votre affaire. La création d'une société est la première étape, dans le but de donner une existence légale à votre entreprise. Vous pouvez *faire appel aux juristes de Dougs* pour la création de votre entreprise !

L'OFFICIALISATION LA STRUCTURE

Le dropshipping est régi par le Code de la consommation, ainsi que le Code civil et le Code pénal. Pour éviter d'être confronté aux dispositions de ces derniers, vous devez respecter les mêmes règles que n'importe quel autre e-commerçant.

De nombreuses formes juridiques sont possibles :

- la *micro-entreprise* (ou auto-entreprise)
- l'entreprise individuelle (EI)
- les SAS/SASU
- les SARL/EURL

La question de la forme juridique est complexe et il est parfois difficile de s'y retrouver, surtout en ce qui concerne *l'EI et sa dernière réforme* ! C'est pour cette raison que nous revenons sur les meilleurs statuts juridiques pour dropshipper *plus tard dans ce guide*.

LA DÉCLARATION DE VOS REVENUS

En tant que dropshipper, vous devez **déclarer les revenus perçus ou les bénéfices générés** par votre activité. En cas de non-respect de cette obligation légale, vous pouvez subir des sanctions pénales !

Pour éviter ce genre de situation, c'est simple ! Vous vous êtes lancé à travers une entreprise individuelle ou une société ? Cette activité a généré un bénéfice ou une perte ? Alors, tout est envoyé à l'administration via votre expert-comptable sous la forme de liasses fiscales. Vous n'avez rien de plus à faire à ce niveau.

Et si vous avez tiré des revenus de votre entreprise de dropshipping légal (rémunérations, dividendes, bénéfices), vous devez les soumettre aux cotisations sociales et à l'impôt sur le revenu (IR).

LA DIMENSION LÉGALE SUR UN SITE MARCHAND

Le copywriting

Le copywriting est une solution rédactionnelle servant à **faire croître la notoriété de votre société, de vos produits**. L'idée est de pousser vos visiteurs à la consommation grâce aux contenus alléchants que vous leur faites lire. C'est une étape essentielle de la construction de votre boutique.

Mettre votre site en ligne et y référencer vos produits pour générer du trafic et des ventes, ce n'est pas suffisant. Vous devez rendre vos contenus sexy et vendeurs. La concurrence est vive sur Internet : toutes les opportunités sont bonnes pour vous démarquer.

Nous vous conseillons d'avoir un maximum de contenus de qualité, et des fiches produits soignées sont de premier enjeu. Attention, vous ne pouvez pas tout dire, inventer ou mentir sur vos produits. Ce que vous écrivez doit être le reflet de la réalité. C'est à ça que servent en partie les mentions obligatoires.

Les CGV (conditions générales de vente)

Pour définir votre politique de vente, vous devez exposer sur votre site marchand toutes les conditions générales de vente (CGV), à savoir :

- les modalités de commande et des moyens de paiement
- les conditions de délais et de coût de livraison
- les informations concernant le délai de rétractation

Les mentions obligatoires

De nombreuses informations doivent obligatoirement être mentionnées sur votre site de vente:

	pour une personne physique	pour une personne morale
votre identité	nom et prénom	• raison sociale • forme juridique • montant du capital social
vos coordonées	• adresse du domicile • adresse mail • numéro de téléphone • n° d'inscription au registre du commerce et des sociétés • numéro de TVA intracommunautaire	• adresse du siège social • n° d'inscription au registre du commerce et des sociétés • numéro de TVA intracommunautaire
les mentions relatives à la propriété intellectuelle	Si vous utilisez des images, illustrations, photographies: vous devez faire figurer leur propriété intellectuelle. Pour les textes qui ne sont pas les vôtres vous devez recueillir l'autorisation de l'auteur ou tout du moins citer la source du texte.	
les mentions relatives à l'hébergement du site	Vous devez prévoir une page relative aux mentions légales qui doit inclure des informations relatives à l'hébergement du site (même si le site est hébergé à titre gratuit) • le nom de l'hébergeur • la raison sociale • l'adresse • le numéro de téléphone	

LES PRATIQUES À RISQUE

Pour faire simple, selon la loi et la réglementation française, le **concept d'illégalité** tourne autour de plusieurs pratiques comme (liste non-exhaustive) :

- la non-officialisation de votre activité
- la non-déclaration de vos revenus
- la vente de produits interdits
- les fausses réductions
- les prix barrés

Si vous vous confrontez, même involontairement à une ou plusieurs de ces situations, l'administration fiscale frappera fort ! Et si elle considère que vous pratiquez volontairement du dropshipping illégale, établissant par la même occasion votre mauvaise foi, c'est encore pire pour vous ! Faites très attention, vous pourriez vous en mordre les doigts !

Malheureusement, même avec la meilleure volonté du monde, vous pouvez vous trouver en infraction avec la réglementation. Pourquoi ? Parce que la législation est parfois très complexe et que les obligations légales sont nombreuses.

Autre point à considérer avant toute chose : les produits que vous vous apprêtez à commercialiser sont-ils bien autorisés dans les pays destinataires ? Si ce n'est pas le cas, vous vous exposez à de lourdes sanctions.

Bien que vous ne soyez pas le producteur des produits vendus, **vous en êtes responsable vis-à-vis de vos clients**. Ne vendez pas des produits sans vous être au préalable renseigné de leur qualité, ainsi que du sérieux de votre fournisseur.

Il est évident que si un fait dommageable se produisait à l'utilisation de vos articles, il serait plus facile de venir vous chercher en réparation du préjudice, que de se tourner vers vos fabricants. Veillez à bien vous assurer en responsabilité civile notamment, et à souscrire plusieurs garanties de type protection/recours juridique.

De la même manière, peu importe que vous ayez délégué une partie de votre logistique à votre fournisseur. Si les conditions de livraison ne sont pas respectées de son côté, c'est sur vous que risque de peser la responsabilité. Cela peut parfois se traduire par le versement de dommages et intérêts.

Attention à certaines pratiques commerciales considérées déloyales ou trompeuses, comme la diffusion d'informations fausses en matière :

- de promotions (pourcentages de réduction et durées)
- d'origine du produit
- de délais de livraison
- d'utilisation de faux avis clients.

LES SANCTIONS EN CAS D'ILLÉGALITÉ

De nombreuses sanctions sont prévues selon la nature des infractions :

• En ce qui concerne les **erreurs de déclaration de revenu**, en cas de majoration de l'impôt dû, vous devrez payer une majoration de 10 %. Elle est appliquée à l'impôt supplémentaire que vous devez payer ou au montant de l'avantage auquel vous n'avez pas droit.

• En cas de **manœuvre frauduleuse ou de manquement délibéré**, des sanctions plus lourdes s'appliquent. Des intérêts de retard peuvent aussi vous être appliqués. Ils s'élèvent à 0,20 % de l'impôt dû par mois de retard (soit 2,4 % sur 1 an).

• Les **pratiques commerciales déloyales** constituent des délits sanctionnés d'une amende de 300 000 € et de 2 ans de prison pour une personne physique. Les SASU, SAS, SARL ou encore EURL encourent jusqu'à 1,5 million d'€ d'amendes.

• En cas d'**oubli des mentions obligatoires et cookies**, la loi prévoit jusqu'à 1 an d'emprisonnement. Le montant des amendes varie selon votre situation :

- pour les personnes physiques : 75 000 € d'amende
- pour les personnes morales : 375 000 € d'amende

Vous l'avez compris : pour que votre affaire ne s'effondre pas du jour au lendemain, vous devez bien faire les choses, et ne pas pratiquer de dropshipping illégalement.

POD : LE PRINT-ON-DEMAND

01 - De quoi parle-t-on ?

02 - Les avantages et les inconvénients du POD

03 - Passer par le service “Merch by Amazon”

04 - L’inscription sur Merch By Amazon

dougs

DE QUOI PARLE-T-ON ?

POD signifie “**print-on-demand**”ou “**impression sur demande**” en français. C’est une pratique commerciale faisant partie du modèle d’e-commerce dropshipping. Avec le POD, vous pouvez imprimer vos designs sur tout un tas de produits, notamment :

- des textiles (casquettes, t-shirts, chaussettes)
- des accessoires (gourdes, mugs, coques de téléphones, badges)
- de la papeterie (cahiers, posters, cartes de visite)

Vous pouvez ensuite les vendre via votre dropshipping. L’avantage, c’est que vous n’avez **pas de stocks ou de logistique à gérer**. Votre seule mission est de créer les designs que vous souhaitez proposer, de mettre en avant vos produits et par extension votre image de créateur.

LES AVANTAGES ET LES INCONVÉNIENTS DU POD

Le print-on-demand présente plusieurs avantages comme :

- la création rapide et personnalisée de nouveaux produits
- l’absence de logistique ou de stocks à gérer
- l’automatisation de la gestion des commandes
- la possibilité d’utiliser des outils et des solutions peu coûteuses pour développer votre activité

Sachez cependant que le POD connaît les mêmes risques que ceux du dropshipping.

Vous déléguez la logistique à votre fournisseur, certes, mais **vous conservez des obligations envers vos clients finaux**, par exemple le respect des délais de livraison annoncés sur votre boutique.

Vous restez dépendants de vos fournisseurs pour tout ce qui est gestion de service après-vente. Un sujet potentiellement épineux si les services en question ne sont pas en Europe et connaissent d'importants délais de livraison.

PASSER PAR LE SERVICE "MERCH BY AMAZON"

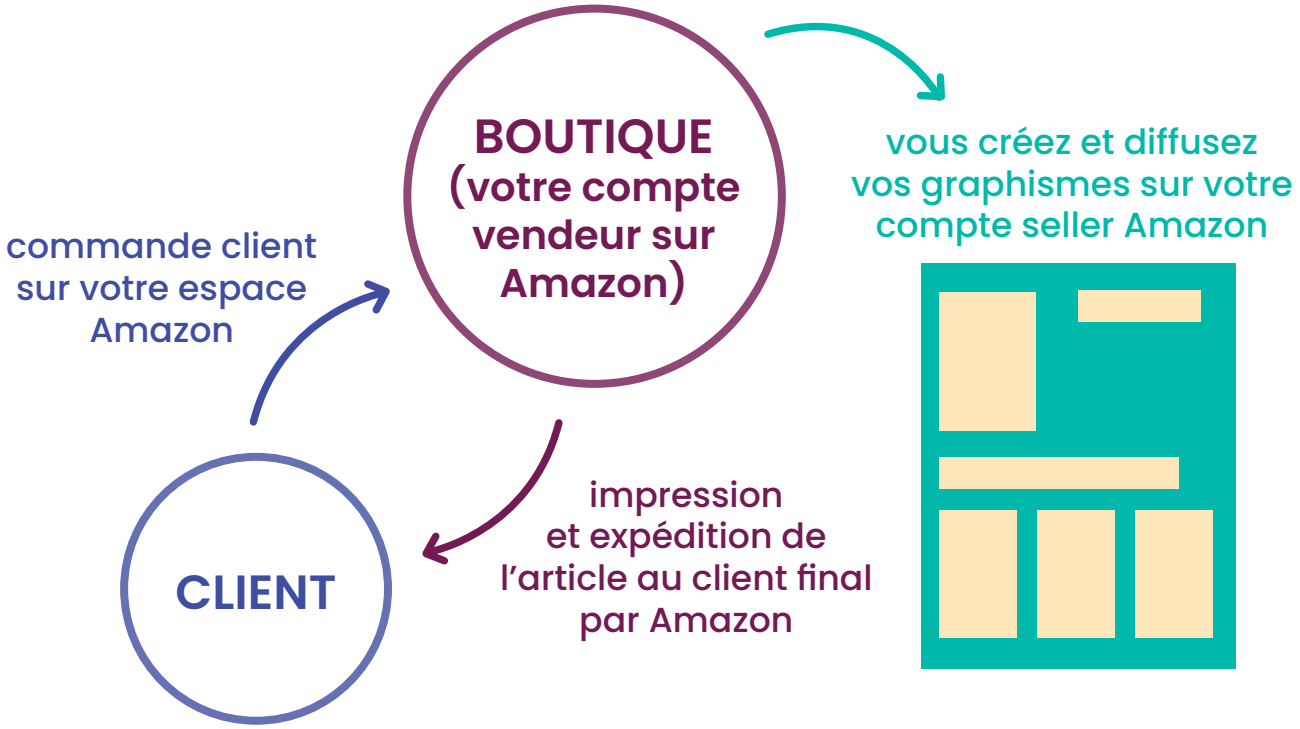
Si vous décidez de faire du print-on-demand, difficile de ne pas parler de la fonction *Merch By Amazon*. Pourquoi ? C'est l'un des services d'impression à la demande les plus utilisés sur le marché.
Grâce à Merch By Amazon, vous pouvez **diffuser et vendre des designs, imprimés ensuite sur des supports**. Le tout… en contrepartie d'une commission !

Dès que votre client final déclenche une commande de votre client validée, vous ne vous occupez plus de rien. Amazon se charge de tout :

- l'impression de l'image sur le support
- l'envoi de la commande à l'acheteur

La transaction est entièrement gérée par la plateforme, de l'encaissement du paiement à l'expédition du colis. Vous n'avez plus qu'à attendre la redevance mensuelle qui vous revient de droit.

Merch By Amazon vous permet de vous focaliser sur votre cœur de métier : la vente, le design et la création. Finalement, vous gagnez du temps car **vous supprimez un intermédiaire**. Vous n'avez plus à solliciter un fournisseur tiers et la chaîne logistique s'en trouve simplifiée, comme vous pouvez le constater :



Lorsque vous réalisez du print on demand Amazon via Merch, la plateforme prend alors en charge :

- le sourcing des supports d'impression
- l'impression de vos graphismes sur ceux-ci
- l'expédition des articles au client final

Depuis le site *Amazon.com*, seul le marché américain est accessible. Si vous faites le choix de faire du POD via les plateformes locales, vous pourrez commercialiser vos références en France, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Italie. Bref, dans toute l'Europe !

L'INSCRIPTION SUR MERCH BY AMAZON

Pour vous inscrire à ce service, vous devez **faire une demande d'invitation** sur le site du marchand, et cliquer sur l'onglet "Demander une invitation", à droite de la page. Une boîte de dialogue s'ouvre et vous demande de renseigner vos identifiants Amazon. Inscrivez votre adresse mail ainsi que le mot de passe correspondant. Si vous n'avez pas encore de compte Amazon, vous pouvez en ouvrir un sur la même page en cliquant sur "Créer votre compte Amazon".

L'inscription sur Merch by Amazon n'est pas immédiate. Celle-ci est soumise au préalable à la validation par la plateforme. Tous les comptes vendeurs ne sont pas acceptés. Une fois l'inscription au service finalisée, des limitations existent pour les nouveaux vendeurs. Ainsi, un système de niveau vous cantonne à un certain nombre de logos diffusables sur Amazon quotidiennement. Ce sont vos ventes qui vous permettent de passer d'un niveau à l'autre et d'augmenter le nombre de graphismes que vous pouvez présenter.

Lorsque vous déposez vos créations sur Merch by Amazon, elles risquent d'avoir une durée de vie limitée. En effet, celles qui n'ont pas reçu au moins une commande dans les 365 jours de leur dépôt sont tout simplement supprimées de la plateforme.

CAS PRATIQUE : VENDRE UN T-SHIRT

01 - Choisir le type de produit

02 - Trouver un fournisseur

03 - Choisir une plateforme de vente

04 - Créer un site de dropshipping

05 - Développer le SEO

06 - Rédiger vos fiches produits

07 - Penser votre stratégie digitale

08 - Gérer sa TVA

dougs

CHOISIR LE TYPE DE PRODUIT

La première étape est de choisir ce que vous voulez vendre. Partez du principe qu'il n'y a pas de secteur d'activité magique dans lequel vous allez engranger des bénéfices de manière certaine et rapide. Vous allez devoir **faire des études de marché et définir vos différentes cibles** pour trouver le bon filon. Sachez seulement qu'un fournisseur très spécialisé dans un secteur est souvent gage de qualité pour ses produits.

Dans ce cas pratique, la question ne se pose pas. Nous allons vendre un t-shirt !

TROUVER UN FOURNISSEUR

Le dropshipping est encore peu développé en France. Pour votre recherche de fournisseurs, pensez à d'autres moyens de recherches mis à part Google. En effet, les grossistes et les marques ne proclament pas haut et fort les possibilités de travailler avec eux. Vous devez démarcher avec ces marques directement.

Vous pouvez également vous rapprocher des vendeurs professionnels sur les différentes marketplaces liées à votre activité. Amazon, Alibaba, Aliexpress, eBay, Cdiscount, Rakuten… Vous avez le choix ! Nous vous conseillons d'utiliser aussi les différents outils pour l'automatisation de plateformes CMS.

Évitez les sites d'annuaires et listing de fournisseurs qui apparaissent en première page de Google, ou bien de s'assurer que la liste est très qualitative. Comment ? En faisant quelques recherches détaillées sur les fournisseurs.

L'une des meilleures solutions pour trouver un fournisseur fiable est de faire appel à des petites marques et des petits fournisseurs dans votre secteur d'activité. Ces petites entreprises ne demandent qu'à trouver des partenaires commerciaux pour générer davantage de ventes !

CHOISIR UNE PLATEFORME DE VENTE

C'est une étape très importante dans le montage de votre affaire de dropshipping. Pourquoi ? La raison est simple : certains sont gratuits, d'autres payants et **les commissions sont différentes selon la plateforme**, ce qui modifie radicalement votre bénéfice net. Choisissez bien selon votre désir et votre produit !

Pour notre t-shirt, vous pouvez jeter un œil du côté de :

- *Brands Distribution*
- *Gatito.pl*
- *Griffati*
- *Oberlo*

Si ça ne vous convient pas tout à fait, permettez-vous d'aller voir les places de marché généralistes. Pensez cependant qu'en faisant un tel choix, la qualité des produits ne sera pas forcément la meilleure disponible sur le marché !

Certaines de ces entreprises vont proposer des plug-ins pour tous les sites marchands. C'est par exemple le cas avec Gatito qui propose des modules pour Woocommerce, Magento, Prestashop, ou encore Shopify. D'autres seront exclusifs à certains sites web comme Oberlo pour Shopify.

CRÉER UN SITE DE DROPSHIPPING

Nous en parlions un peu plus tôt. Pour commencer votre dropshipping, vous devez officialiser votre affaire. L'une des étapes est la création de votre site marchand. Vos possibilités en la matière sont nombreuses, et dépendent de votre situation. **Voulez-vous le faire gratuitement ? Avez-vous un budget particulier ?**

Si c'est le cas, partez du côté d'un freelance, ou encore mieux d'une agence. Vous aurez alors un site marchand top niveau, avec de nombreuses fonctionnalités, moyennant finance. Si votre budget est moins important que les tarifs pratiqués, vous pouvez vous rediriger vers un site boutique, plus simple à mettre en place et plus simple dans son fonctionnement.

Si vous ne voulez pas dépenser (trop) d'argent, que vous voulez que votre site marketing soit disponible en multilingue et personnalisable à souhait, et que vous comptez intégrer celle-ci au sein d'un site web déjà existant, alors préférez Woo commerce.

Si vous avez absolument besoin d'un support qui parle Français, et que votre budget est limité, vous pouvez tout autant choisir Dropizi. Pour toutes autres raisons comme la simplicité d'utilisation, et que vous disposez d'un petit budget, vous pouvez choisir Shopify !

En bref, étudiez les différentes possibilités qui s'offrent à vous et dirigez-vous vers **l'option la plus adaptée à vos besoins/produits/support/budget**. Le but est d'optimiser le départ de votre dropshipping.

DÉVELOPPER LE SEO

L'acronyme "SEO" ne vous est pas étranger, mais savez-vous précisément de quoi il s'agit ? C'est l'optimisation de vos pages, de vos contenus, afin d'**améliorer votre position dans les moteurs de recherche**. Le nerf de la guerre pour qui veut commencer le dropshipping et vendre en ligne : être le plus visible possible !

Reconnaissons que la discipline a plus pour finalité de vendre à Google qu'à vos clients dans un premier temps. Mais ensuite, c'est le meilleur moyen d'atteindre le chaland.

Afin de recevoir vos premiers visiteurs et premières ventes sur votre boutique en ligne, il va vous falloir sélectionner vos mots-clés. Vous pouvez vous servir de différents outils afin de trouver les meilleurs. Vous pouvez retrouver les expressions à utiliser à l'aide de sites comme *Google Keywords Planner* ou *UberSuggest*. Utilisez-les afin d'en tirer une liste à intégrer dans la structure de votre site, ainsi que dans ses divers contenus (comme une page de blog par exemple).

RÉDIGER VOS FICHES PRODUITS

Maintenant que votre site marchand est opérationnel et prêt pour votre dropshipping, vous devez créer du contenu pour le remplir. Le contenu à l'intérieur se constitue, entre autres, de toutes **les fiches descriptives de vos produits**.

Plus ces descriptions sont pertinentes, détaillées, bien faites, plus les clients auront confiance et achèteront. Récupérez des photos auprès de vos fournisseurs pour ajouter un visuel, indispensable pour vos ventes.

Nous vous conseillons également de faire vos propres photos pour apporter une touche personnelle et de la qualité.

Prenez le temps d'écrire vos fiches produits.
Ne dupliquez pas les fiches infos des marques ou des grossistes. Pourquoi ? D'une part, cette pratique nuira à votre référencement naturel (SEO). D'autre part, vous perdrez en crédibilité auprès de Google et auprès de vos clients. Prenez le temps de produire des textes soignés, des descriptions originales dans lesquelles vous aurez intégré les mots-clés relatifs à vos produits.

Vous n'êtes pas un grand rédacteur ? Vous craignez de vous lancer dans la rédaction de vos fiches produits et/ou les photos ? Alors n'hésitez pas à **faire appel à un rédacteur freelance** pour des missions ponctuelles. La rédaction est un vrai métier ; pareil pour le design. Et puis, le rendu doit impérativement être qualitatif et professionnel pour inspirer confiance, donner envie à vos futurs clients et vous démarquer. Gardez à l'esprit que la concurrence est rude en dropshipping !

PENSER VOTRE STRATÉGIE DIGITALE

Vendre sur Internet requiert une stratégie digitale globale afin que votre boutique soit la plus connue, la plus visible et donc la plus visitée. Il est temps de faire de la publicité ! Les réseaux sociaux comme **Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Linkedin** sont des médias tout indiqués pour parvenir à vos fins. Selon les personas de vos clients, le type de produits vendus, vous devez vous adapter car l'important est de bien sélectionner votre réseau en fonction de votre public cible.

Google Adwords est également un indispensable pour faire de la publicité. Ce service SEA (référencement payant) vous permet en tant qu'annonceur d'acheter des annonces ou bannières publicitaires. Elles seront affichées soit sur des logiciels de la galaxie Google, tels que Google Maps ou le moteur de recherche, soit sur le réseau des utilisateurs AdSense. Ces publicités sont ciblées en fonction du comportement de navigation de l'internaute. L'investissement de départ est important, mais les revenus le seront d'autant plus!

L'avantage de Google pour commencer le dropshipping, c'est que les internautes verront votre annonce en première position s'ils tapent votre mot-clé. Ne perdez pas de vue que **le SEA est une science complexe**. Mieux vaut être accompagné par des professionnels du sujet. Sinon, vous risquez de gâcher vos budgets publicitaires en n'obtenant pas le résultat escompté.

On quitte maintenant le SEA pour revenir au SEO.
La création d'un blog peut se révéler utile pour ramener :

- plus de trafic, lead et conversion via le référencement naturel
- plus de crédibilité auprès de vos clients et des professionnels du secteur

Les plateformes qui éditent les blogs sont généralement bien optimisées pour s'attirer les faveurs des robots des moteurs de recherche. Un blog vous permet de vous placer en bonne position plus facilement qu'en ayant uniquement un site marchand.

GÉRER SA TVA

La gestion de votre TVA dépend principalement du pays de provenance du produit et du pays de destination de vos ventes. Vous vendez à l'étranger ? Votre fournisseur est basé à l'étranger ? Alors, c'est simple. La TVA qui doit être appliquée sur votre vente est **la TVA du pays de destination de votre colis**. Et cette règle s'applique dès 1€ de vente.

Pour reverser cette TVA due, tout dépend du pays de destination et de la valeur de votre colis. Plusieurs dispositifs existent :

- la déclaration *OSS ou IOSS*
- la déclaration nationale de chaque pays

Pensez bien à tenir un registre de chacune de vos ventes pendant 10 ans ! C'est un document indispensable qui vous sera demandé en cas de contrôle fiscal.

Si vous avez des difficultés à retrouver la TVA applicable dans votre situation spécifique, nous vous proposons *un simulateur* spécialement développé par les équipes e-commerce et les fiscalistes de Dougs.

QUEL STATUT JURIDIQUE POUR DROPSHIPPER ?

01 - Dropshipper sans statut juridique ?

02 - La micro-entreprise

03 - L'entreprise individuelle (EI)

04 - La SAS/SASU

05 - La SARL/EURL

dougs

DROPSHIPPER SANS STATUT JURIDIQUE ?

Vous exercez de manière indépendante et à titre habituel du dropshipping ? Alors votre affaire doit s'inscrire dans un cadre juridique légal. Pourquoi ? Tout simplement parce que vous ne vendez pas quelques produits que vous n'utilisez plus à titre personnel, comme c'est le cas par exemple sur *Vinted* ou *Leboncoin*.

Les ventes sur ce genre de plateformes ne sont pas considérées comme une "activité professionnelle" mais comme un "acte non-récurrent". Votre dropshipping, quant à lui, est bien considéré comme une activité commerciale ! Vous êtes donc dans l'**obligation légale de dropshipper avec un statut juridique**.

Le dropshipping est une simple activité de négoce, une simple vente en ligne. C'est pour cette raison que tous les statuts juridiques de société pour en faire sont possibles et légaux. Regardons ça ensemble.

LA MICRO-ENTREPRISE

Avec le *statut de micro-entrepreneur*, vous pouvez créer un site de dropshipping, tout seul, sans associé. Créé le 1er janvier 2009 pour permettre aux particuliers et aux professionnels de démarrer un projet et de le tester, c'est le **statut juridique le plus utilisé dans le commerce en ligne**. Il vous permet d'avoir rapidement une forme sociale pour créer un site e-commerce.

Que vous réalisiez votre activité de négoce via du dropshipping, ou de manière plus classique, le régime applicable à la micro-entreprise est le même. L'avantage de la micro-entreprise est qu'elle est **facile à créer, rapide et peu coûteuse**. La gestion administrative et fiscale de cette structure est aussi extrêmement simplifiée.

Tout d'abord, du point de vue de la TVA. De plein droit, le régime de la franchise en base s'applique. Vous ne facturez en principe pas la TVA tant que vos recettes sont inférieures à 85 800 €.

Attention ! Le régime de franchise concerne vos clients français. Dès lors que vous vendez en UE à des clients non assujettis à TVA (notamment les particuliers), des règles spécifiques peuvent s'appliquer. Au-delà de 10 000 € de ventes en UE hors France à ces clients, vous devez facturer la TVA du pays de destination. Cela génère quelques difficultés déclaratives et administratives.

> Dès lors que vous détenez un stock hors de France (même dans un entrepôt Amazon par exemple), ce seuil de 10 000 € n'est plus applicable. Les ventes sont alors soumises à la TVA dans le pays destinataire et au taux de ce dernier dès le premier euro.

Pour vos déclarations sociales ou fiscales, vous avez recours à des forfaits. Vous ne déclarez alors à l'***URSSAF*** que votre chiffre d'affaires. Vos cotisations sociales représentent alors 12,8 % de votre CA, et votre impôt sur le revenu est fixé à 1 % de votre CA si vous retenez le prélèvement libératoire.

Dans le cas contraire, vous indiquez l'intégralité de votre chiffre d'affaires sur votre déclaration d'impôt sur le revenu et un abattement forfaitaire de 71 % est pris en compte avant application de votre barème progressif.

La micro-entreprise est un **bon moyen de tester un marché ou un produit** en raison de toutes ces simplifications. Mais ne perdez pas de vue que la micro-entreprise peut rapidement vous bloquer dans votre développement. En effet, une fois le plafond excédé de 176 200 €, le micro-entrepreneur aura généré un CA plus important que la limite autorisée et devra passer au statut d'entreprise individuelle.

L'ENTREPRISE INDIVIDUELLE (EI)

Vous avez décidé de commencer sous la forme d'une *entreprise individuelle*, ou bien le seuil de votre chiffre d'affaires en micro-entreprise est dépassé ? C'est un très bon choix pour votre dropshipping.

Ne disposant pas forcément de personne morale, votre patrimoine personnel ainsi que le patrimoine de votre entreprise sont confondus. Dit autrement, **vous êtes le seul responsable de vos dettes** comme vous êtes le représentant de votre entreprise. Cela implique qu'en cas de revente de votre entreprise, vous êtes tenu à régulariser ses redevances avant de pouvoir le céder.

Sachez également que tous vos bénéfices sont qualifiés fiscalement de bénéfices industriels et commerciaux (BIC). Pour imposer vos bénéfices, 3 régimes fiscaux sont possibles, à savoir :

- le régime micro-BIC
- le régime réel simplifié
- le régime réel normal

Le montant du chiffre d'affaires hors taxes réalisé par votre entreprise permet de savoir quel régime d'imposition appliquer :

- le **régime micro-BIC** est applicable si le chiffre d'affaires hors taxes réalisé par votre entreprise est inférieur à 176 200 €. Un abattement de 71 % est alors appliqué sur votre chiffre d'affaires

- le **régime réel simplifié** s'applique aux entreprises qui réalisent un chiffre d'affaires hors taxes de moins de 818 000 €

- le **régime réel normal** s'applique à toutes les entreprises individuelles qui réalisent un chiffre d'affaires hors taxes de 818 000 € ou plus

LA SAS/SASU

SAS/*SASU*, c'est la même chose. La seule différence, c'est qu'en SASU, il y a un associé unique, et en SAS, il y en a plusieurs.

La SAS présente l'avantage d'être beaucoup plus moderne et flexible qu'une SARL :

- Elle est **dynamique** et jouit d'une meilleure réputation auprès des professionnels. Ainsi, la SAS vous permet de demander un peu plus facilement un financement auprès d'une banque.
- Bien qu'elle vous offre bien plus de libertés, la SAS n'en demeure pas moins un type de société complexe. Au moment de rédiger les statuts de la société, ce sera **à vous de déterminer ses modalités de fonctionnement**.

Les montants des cotisations sociales dépendent de *votre salaire*. Ce régime vous permet d'être assimilé-salarié et ainsi éviter de dépendre de la Sécurité sociale pour les indépendants. Il faut également noter que si vous ne touchez pas de salaire, vous n'aurez pas de cotisation sociale à payer.

La SASU est en principe soumise à l'impôt sur les sociétés, mais il est possible d'opter pour l'impôt sur le revenu sous certaines conditions.

L'*option à l'IR* n'est possible que si votre SASU a :

- maximum 5 ans d'ancienneté au moment de la demande
- exerce une activité commerciale
- un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'€
- moins de 50 salariés
- n'est pas cotée en bourse

Attention, cette option est limitée à 5 exercices consécutifs !

Un des avantages majeurs de la SASU c'est que **vous pouvez vous verser des dividendes**. En tant qu'associé unique d'une SASU soumise à l'IS, vous aurez donc 2 modes de rémunération principaux :

- une rémunération mensuelle pour vos fonctions de président de SASU
- une rémunération annuelle d'associé unique par le versement de dividendes

L'*imposition des dividendes* peut se faire de 2 manières différentes :

- par le système du prélèvement forfaitaire unique (le PFU ou "flat tax"), au taux de 30 %
- selon le barème progressif de l'impôt sur le revenu.

LA SARL/EURL

La ***SARL*** et l'***EURL*** ont le même fonctionnement. La seule différence notable est qu'il y a au moins 2 associés dans le cas d'une SARL et qu'il n'y a qu'une seule personne qui possède toutes les parts dans une EURL.

Pour choisir ces 2 statuts juridiques, **le formalisme et le coût de la création sont identiques**. En effet, vous devrez:

- rédiger des statuts
- effectuer le dépôt des statuts
- faire l'enregistrement

Pour tout ça, vous devrez débourser entre 1700 € et 2 200 €. Enfin, pour la création, vous devrez prévoir un capital. Pour ces formes de sociétés, le minimum prévu par la loi est de 1 €.

Quant à la comptabilité, vous serez soumis aux frais réels de votre entreprise d'e-commerce. Ça signifie que **vous devez tenir une comptabilité des charges et du chiffre d'affaires** de votre commerce en ligne.

Choisir l'EURL et la SARL comme statut juridique pour le dropshipping vous obligera à vous acquitter de la TVA si vous n'avez pas décidé de vous placer sous le régime de franchise en base.

Enfin, vous serez imposé au titre de l'impôt sur les sociétés. Cet impôt représente environ 15 à 30 % de votre bénéfice. Notez qu'il est également possible de choisir l'imposition à l'impôt sur le revenu dans le cadre de cette forme juridique.

L'EURL est par défaut soumise à l'impôt sur le revenu. Si vous êtes associé unique et donc une personne physique, les bénéfices sociaux sont constatés au niveau de votre société mais entrent dans la déclaration d'ensemble de vos revenus :

- pour une activité commerciale ou artisanale, c'est la catégorie des ***bénéfices industriels et commerciaux (BIC)***
- pour une activité libérale, ce sont des ***bénéfices non-commerciaux (BNC)***

LA TVA EN DROPSHIPPING

01 - Les ventes à distance des biens importés

02 - La déclaration de TVA au guichet unique (IOSS)

03 - La vente via votre site internet

04 - La vente via une plateforme ou un marketplace

05 - La vente de bien excédant 150 €

dougs

LES VENTES À DISTANCE DES BIENS IMPORTÉS

Depuis le 1er juillet 2021, le régime des ventes à distance de biens importés est effectif en l'Union européenne. Vous êtes concerné par les nouvelles règles que ce régime implique si :

- vous effectuez des ventes de biens à destination de clients particuliers en Union européenne
- votre marchandise en provenance d'un pays non-membre de l'UE est directement livrée par votre fournisseur à votre client particulier

LA DÉCLARATION DE TVA AU GUICHET UNIQUE (IOSS)

Pour déclarer la TVA engendrée par vos ventes à distance de biens importés, vous devez vous tourner vers le *guichet unique à l'importation IOSS* (pour "Import One-Stop Shop"). C'est un portail électronique qui permet aux fournisseurs et aux interfaces électroniques vendant des biens importés à des acquéreurs situés dans le territoire de l'UE de **collecter, déclarer et payer la TVA aux autorités fiscales**.

Vous faites des ventes à distance de biens importés auprès d'acheteurs établis dans l'UE ? Alors le guichet unique facilite également le processus pour l'acheteur, qui n'aura pas à payer le montant de la TVA lorsque son colis lui est remis par le livreur. Si en tant que vendeur, vous n'êtes pas inscrit au guichet unique, alors l'acheteur doit payer la TVA. Généralement, des frais de dédouanement facturés par le transporteur.

L’adhésion au guichet unique est facultative. En théorie, vous pourriez décider de vous immatriculer à la TVA dans chacun des États membres où se situent vos clients particuliers. Cela impliquerait donc le dépôt d’une déclaration de TVA dans chacun de ces États membres de l’Union européenne. Au-delà de la complexité de cette procédure, cela n’a pas d’intérêt pratique. Pourquoi ? Le recours à guichet unique vous permet de bénéficier d’une exonération de la TVA à l’importation. Dit autrement, le destinataire n’a plus à payer la TVA lorsqu’on lui remet son colis.

LA VENTE VIA VOTRE SITE INTERNET

Vous vendez à un particulier situé dans l'Union européenne des biens d'une valeur inférieure ou égale à 150 € ? La marchandise est directement livrée depuis le stock de votre fournisseur situé en dehors de l'Union européenne vers votre client particulier ? Alors **vous devez facturer à ce particulier la TVA de son pays de résidence**.

Prenons un exemple, vous êtes dropshipper basé en France. Vous vendez à un particulier allemand un bien d'une valeur n'excédant pas 150 €. La marchandise part directement de l'entrepôt de votre fournisseur asiatique pour être livrée au domicile de votre client allemand. Cette vente à distance de biens importés est soumise à la TVA de l'État membre de votre client particulier. Vous devez donc facturer de la TVA allemande, au taux de TVA en vigueur en Allemagne.

Cette *TVA* sur une vente à distance de biens importés, facturée au taux applicable dans l'État membre de votre client particulier, est reversée via le guichet IOSS. Vous devez donc réaliser les démarches nécessaires pour adhérer à l'IOSS auprès de la *DGFiP*. À défaut d'adhésion au guichet unique, vous devrez vous immatriculer à TVA en Allemagne, la déclarer et la payer dans ce pays.

dropshipping en UE d'un colis d'une valeur inférieure à 150 €

vous appliquez la TVA du pays consommateur

vous déclarez la TVA via le guichet IOSS

TVA facturée et reversée par le dropshipper

LA VENTE VIA UNE PLATEFORME OU UN MARKETPLACE

Vous réalisez des ventes à distance de biens importés en utilisant une plateforme ou une place de marché ? La valeur de la commande est inférieure à 150 € ? Alors le traitement de la TVA est différent de notre première situation.

La TVA sur cette vente de biens importés est **à facturer au taux du pays de votre client particulier**. Toutefois, elle est directement facturée et reversée par la plateforme ou la marketplace par laquelle vous passez pour commercialiser vos produits.

dropshipping en UE d'un colis d'une valeur inférieure à 150 €

vous appliquez la TVA du pays consommateur

TVA facturée et reversée par la marketplace

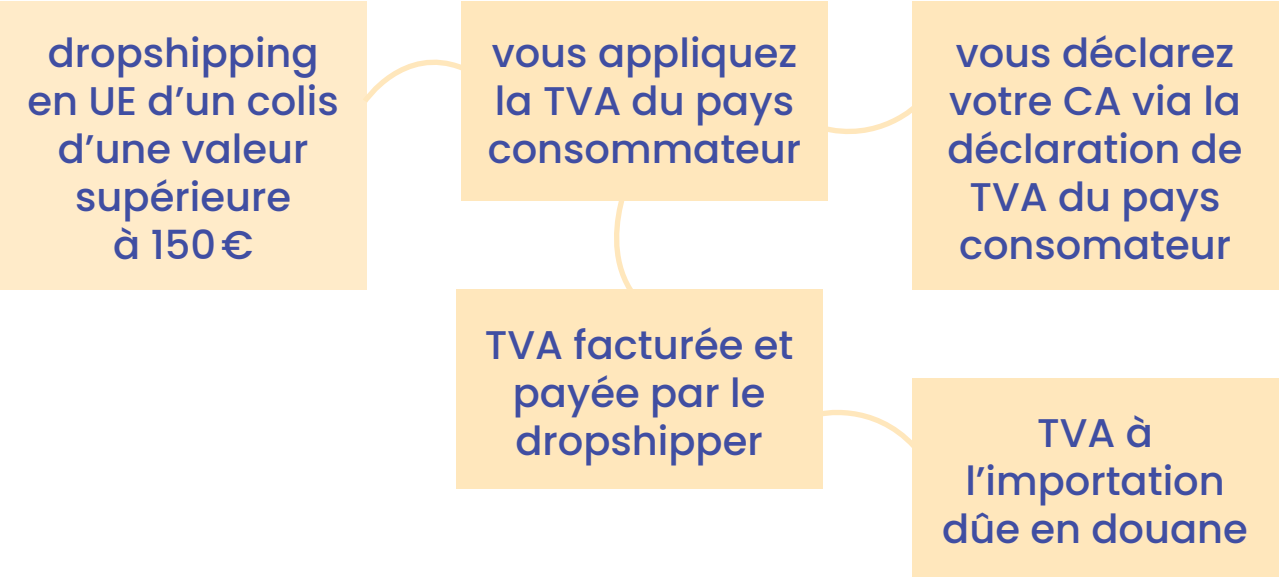
vous êtes déchargés de la collecte de TVA

vous déclarez votre CA sur les formulaires CA3/CA12

LA VENTE DE BIEN EXCÉDANT 150 €

Dernier cas de figure : votre colis a une valeur supérieure à 150 €. Sachez que **le recours au guichet IOSS est impossible**. Vous devez vous acquitter de la TVA à l'importation au moment du passage en douane de votre marchandise. Cette TVA sera par la suite déduite sur votre déclaration de TVA française (CA3/CA12). En plus, vous devrez facturer de la TVA à votre client particulier en Union européenne au taux de TVA applicable dans l'État membre de ce consommateur sans pouvoir recourir à un guichet unique.

Vous devrez donc vous immatriculer à la TVA dans chacun des États membres dans lesquels se situent vos clients particuliers et déposer des déclarations de TVA locales. Cette obligation d'immatriculation à la TVA dans un ou plusieurs autres pays ne vous concerne que si les colis de votre dropshipping ont une valeur supérieure à 150 €.



LES 10 ERREURS DU DROPSHIPPER

01 - Commencer sans argent ou sans budget

02 - Commencer sans étable de stratégie

03 - Ne pas investir assez de temps

04 - Ne pas fixer ses prix de vente

05 - Ne pas analyser son marché potentiel

06 - Ne pas tester les produits en amont

07 - Vendre des produits sans licence

08 - Mentir sur les délais de livraison

09 - Oublier les mentions obligatoires

10 - Ne pas être suivi par un expert-comptable

dougs

COMMENCER SANS ARGENT OU SANS BUDGET

La première des erreurs quand vous commencez à dropshipper est de ne pas investir suffisamment d'argent dans votre projet. Lorsque vous démarrez votre boutique en ligne, sachez qu'**un budget minimum est nécessaire** afin de pouvoir :

- vous lancer
- vous faire connaître
- faire croître votre business

En effet, les budgets *Facebook Ads* et *Google Ads* sont conséquents et plus que nécessaires afin de cibler votre clientèle, vous faire connaître, récupérer des données sur vos potentiels acheteurs et leur en faire la publicité.

Même si ces services sont très importants, n'hésitez pas à débourser également dans certains plug-ins ou thèmes. Selon votre magasin (par exemple s'il est question d'un secteur de niche), tous vos efforts se révéleront extrêmement bénéfiques, voire indispensables pour asseoir une certaine crédibilité.

Vous pouvez aussi les configurer vous-même si vous êtes vraiment à l'aise avec l'informatique. Cependant, pour cela, il faudra **pas mal de connaissances et surtout beaucoup de temps**.

COMMENCER SANS ÉTABLIR DE STRATÉGIE

Une des erreurs fréquentes du dropshipper est de n'avoir aucune vraie stratégie lors du démarrage de son affaire. Vous créez une boutique, et puis vous vous lancez un peu à l'aveuglette… Nous vous le déconseillons très fortement car ce n'est pas une option crédible ni tenable. Vous devez impérativement établir une vraie stratégie autour de votre boutique.

Vous devez d'abord **créer un plan intelligent et approprié** pour la promotion de vos produits. N'attendez pas un retour sur investissement (ROI) sur cette première promotion. L'intérêt se trouve dans les statistiques et les données que vous obtiendrez !

NE PAS INVESTIR ASSEZ DE TEMPS

Une autre erreur à éviter quand on commence le dropshipping est de ne pas investir assez de temps dans votre entreprise. Il est nécessaire de prendre son mal en patience lorsque l'on commence le dropshipping.

Rédigez vos fiches produits, vos mentions légales, tenez un support client via e-mail ou téléphone, etc. **Chaque petit détail compte** et contribue à assurer la confiance de vos futurs clients. Un sentiment plus que nécessaire lorsque votre boutique marchande est en phase de lancement.

Vous l'avez compris, impossible de commencer le dropshipping sans s'être bien préparé en amont !

NE PAS FIXER SES PRIX DE VENTE

Il est très important de fixer le prix de chacun des produits vendus sur votre site, non seulement en fonction des prix pratiqués sur le marché, mais aussi **en fonction de votre rentabilité**.

En effet, beaucoup de nouveaux dropshippers se contentent de fixer leur prix en lançant des recherches sur Internet et en comparant aux produits identiques ou similaires pour connaître les tarifs pratiqués par la concurrence. Ils ne se soucient pas de leur marge et de leur rentabilité. Résultat après avoir commencé le dropshipping ? Lors de leur bilan, une entreprise qui ne rapporte pas d'argent et qui n'offre aucune rentabilité !

Certes, il est important de regarder les prix pratiqués par la concurrence afin de savoir si votre entreprise est compétitive. Certains sites internet proposent d'ailleurs de référencer sur une seule et unique page tous les prix pratiqués sur un même produit par la concurrence sous forme de tracker de prix. C'est d'ailleurs un bon indicateur à prendre en considération. Cependant, il ne faut pas que vous oubliiez d'examiner votre marge commerciale et votre coût de revient. Cela permet de contrôler si votre société, en pratiquant ces prix-là, sera rentable et rapportera de l'argent.

Si, en tant que dropshipper, vous vous apercevez que votre société n'est pas rentable sur certains produits, après avoir effectué tous les calculs en amont, il vous faudra **réfléchir à modifier le catalogue de produits** et changer certaines références pour en choisir d'autres plus rentables.

NE PAS ANALYSER SON MARCHÉ POTENTIEL

Lors du démarrage de votre dropshipping, vous devez vous renseigner suffisamment sur l'activité de votre magasin et sur son marché potentiel. Il est important de **comprendre tout ce qui se passe, en interne et en externe**. Analysez donc les données de votre site grâce à des solutions comme *Google Analytics*, *Matomo* ou encore *Heap*. Renseignez-vous également sur les tendances de ce qui se vend sur Internet, les produits à la mode, les événements à venir, etc.

Configurer et lancer votre boutique de dropshipping constitue la plus grande étape à franchir, mais les bénéfices peuvent être très importants si vous faites les choses correctement et continuez de bien gérer votre site. Et puis, n'abandonnez pas votre projet trop tôt ! De nombreuses solutions sont là pour vous aider, et de nouvelles ne cessent d'apparaître, dans le but de faciliter le travail de dropshipper.

NE PAS TESTER LES PRODUITS EN AMONT

Une fois que vous aurez trouvé un vendeur spécifique, il ne faut pas faire l'erreur de lancer directement le processus d'achat/vente. La démarche de test des produits implique d'**acheter la marchandise vous-même**. Vous pourrez ainsi expérimenter ce que le client vivra en passant une commande sur votre boutique.

C'est aussi une bonne opportunité pour vous de vérifier ce qu'il en est du processus de retour des produits de dropshipping. Dans le cas où il y aurait un problème avec le produit, votre acheteur va certainement vouloir un retour ou un remplacement. Il faut que ces processus

puissent se dérouler dans des conditions qui soient bien fluides.

Cette phase de test vous permet de savoir si les choses sont assurées du côté de votre fournisseur. Dans le cas où certains aspects ne vous satisferaient pas, vous pourrez **reconsidérer le fait de vous y fournir**. Par contre, si vous êtes satisfait de la qualité des produits, vous pouvez entamer le début de la phase de test suivante !

VENDRE DES PRODUITS SANS LICENCE

Il peut être dangereux de vendre des produits de marque… surtout sans licence ! En faisant ce choix pour le moins risqué, votre entreprise et vous-même pourraient en pâtir, avec de gros problèmes à la clé. Nous savons que c'est tentant de commercialiser et de vendre des produits spécifiques liés à des licences bien connues : **films et séries du moment, jeux vidéo mondialement connus, etc**. Pourquoi tentant ? Car tout le monde les connaît et les aime. Cependant, n'oubliez pas que vous pourriez vous retrouver sans rien, ou pire encore !

Les *produits de marque sont protégés* par les lois de chaque pays. Les États-Unis font cas d'école dans le domaine, se concentrant très sévèrement sur la propriété intellectuelle. Si vous décidez de vendre sur le marché américain ou européen, alors oubliez les produits de marque ! Tout simplement.

Alors oui, c'est facile de commercialiser ce type de produit. Mais sachez que si vous le faites, les problèmes arriveront très rapidement après la promotion de ces biens sur votre boutique en ligne. Et puis, **aucune plateforme publicitaire sérieuse ne vous acceptera** dans tous les cas.

MENTIR SUR LES DÉLAIS DE LIVRAISON

C'est un sujet très controversé en dropshipping ! Des formateurs vous diront qu'il ne faut pas les indiquer, d'autres vous diront que vous devez raccourcir les délais. Chez Dougs, nous vous conseillons de ne pas mentir ! C'est **le meilleur moyen de détruire votre réputation** sur Internet. Soyez honnête !

On ne vous le cache pas : dire la vérité démotivera certains de vos prospects, principalement les plus pressés de recevoir leur commande. Néanmoins, la majorité de vos futurs clients sera au contraire rassurée par le réalisme de votre offre.

En ne disant pas la vérité, vous risquez de vous retrouver avec des plaintes quotidiennes ! Il n'y a rien de pire que d'être pris pour un imbécile, et vos clients ne vous ménageront pas à ce sujet ! Ne plaisantez pas avec les informations et les prestations que vous leur proposez !

OUBLIER LES MENTIONS OBLIGATOIRES

80 % des sites dropshipping n'affichent pas leurs mentions légales, pourtant obligatoires dans l'exercice de leur activité commerciale ! Ce chiffre peut vous paraître aberrant, mais il y a une raison. Les boutiques en ligne les plus malhonnêtes, celles qui pratiquent du dropshipping illégal, ne les indiquent pas car elles ne veulent pas afficher leurs coordonnées… Tout simplement ! Vous voulez en faire partie ? On sait bien que non, alors ne jouez pas avec le feu et faites le nécessaire !

Sachez que la loi vous impose de les intégrer à votre site, c'est une garantie de protection pour le consommateur qui doit clairement pouvoir vous identifier. Ne pas les afficher revient à être hors-la-loi, surtout si la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) vous tombe dessus. Vous risquez la fermeture définitive de votre commerce en ligne.

Il existe des générateurs de mentions légales gratuits sur Internet. Ne vous en privez pas. *Shopify* par exemple, peut parfaitement faire l'affaire !

NE PAS ÊTRE SUIVI PAR UN EXPERT-COMPTABLE

Vous avez fait le choix de commencer votre dropshipping avec un statut de société ? Cependant, la gestion de tous les documents administratifs vous semble un peu trop complexe ? Faites attention à ne pas vous y perdre, de peur de sortir du cadre légal !

La liberté que vous offrent certains statuts juridiques choisis pour le dropshipping implique forcément des risques. C'est pour ça qu'il est conseillé de faire appel à un expert-comptable ou à un avocat pour vous aider. Par exemple, la SASU et la SAS impliquent une certaine forme de formalisme et des coûts associés à leur création…

Dougs, c'est aussi une équipe de juristes spécialisés dans la création d'entreprise. Envie de vous lancer en toute confiance ? *Découvrez comment nos experts peuvent vous aider !*

FAQ SUR LE DROPSHIPPING

01 - Peut-on se former sans argent ?

02 - Fiscalité : comment optimiser son dropshipping ?

03 - Comment ne pas payer la TVA en micro ?

04 - Quelle fiscalité pour vos ventes en Europe ?

05 - Dropshipping : quel secteur d'activité choisir ?

06 - Quel délai de rétractation en dropshipping ?

07 - Faut-il faire une déclaration à la CNIL ?

dougs

PEUT-ON SE FORMER SANS ARGENT ?

Même si le dropshipping est accessible à la plupart des gens, il est important de se former un peu et d'apprendre les bases du métier de dropshipper avant de vous lancer. Sur Internet, principalement sur Youtube, beaucoup prétendent que vous allez devenir riche très rapidement si vous achetez leur cours et que vous les suivez pas à pas. Ne les croyez pas !

À l'inverse, même si vous avez besoin d'un maximum d'informations pour lancer votre business, **vous n'avez pas besoin de dépenser une fortune pour apprendre**. Vous pouvez trouver tout un tas de ressources gratuites sur le Net. Plusieurs conseils :

- parcourez ce livre blanc un maximum. Il est fait pour vous être utile
- lisez de nombreux *articles sur le dropshipping*
- regarder des *vidéos sur le dropshipping*
- contactez des professionnels du dropshipping et échanger avec eux afin de prendre un maximum d'informations et d'astuces qui pourront vous servir

FISCALITÉ : COMMENT OPTIMISER SON DROPSHIPPING ?

Il n'est à proprement parler **pas possible d'optimiser votre fiscalité** en dropshipping. Vous pouvez cependant faire des choix judicieux pour faciliter la pratique de votre dropshipping, comme par exemple *l'option au guichet unique IOSS*.

COMMENT NE PAS PAYER LA TVA EN MICRO ?

Vous êtes micro-entrepreneur ? Alors vous êtes en franchise de base de TVA. Si vous ne dépassez pas les seuils de chiffre d'affaires, **c'est-à-dire 85 800 €**, vous n'aurez pas à facturer ou à récupérer la TVA. C'est un moyen efficace d'avoir un avantage concurrentiel afin de vous lancer !

QUELLE FISCALITÉ POUR VOS VENTES EN EUROPE ?

C'est simple : pour tout ce qui touche à la TVA (taxe sur la valeur ajoutée), les règles fiscales sont harmonisées au niveau de l'Union européenne. Si vous êtes redevable de la TVA, sachez que vous devrez connaître votre *numéro de TVA intracommunautaire*, aussi indispensable pour votre entreprise que gratuit.

DROPSHIPPING : QUEL SECTEUR D'ACTIVITÉ CHOISIR ?

Avant de commencer le dropshipping, il est important de sélectionner votre activité. **Menez une étude de marché** afin de visualiser ce que vous souhaitez commercialiser. En faisant ça, vous pourriez vous rendre compte que certains de vos produits connaissent trop d'offres et pas assez de demandes.
C'est une mauvaise nouvelle qui pourrait éclipser d'autres infos plus reluisantes. Par exemple, avec votre étude de marché, vous constatez que certaines de vos références cachent des marges extrêmement profitables, avec des demandes toujours croissantes.

Enfin, cherchez à tout prix vous démarquer en proposant des biens appartenant à des secteurs en développement.

QUEL DÉLAI DE RÉTRACTATION EN DROPSHIPPING ?

D'après la *loi Hamon* sur le droit de rétractation après réception de la commande, en vente à distance, votre client final bénéficie d'**un droit de rétractation de 14 jours**. Pendant cette période, il peut renvoyer sa commande. Vous êtes tenu de le rembourser sous 14 jours, après sa demande.

FAUT-IL FAIRE UNE DÉCLARATION À LA CNIL ?

La déclaration à la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés ou CNIL n'est plus une obligation pour toutes les boutiques en ligne depuis la sortie du *règlement général sur la protection des données* (RGPD).

Le dropshipping est une pratique e-commerce très actuelle. Il met en lien 3 acteurs : votre client, votre fournisseur et vous-même. Disponible sous tous les statuts juridiques, de la micro-entreprise à la société type SAS, vous devrez choisir l'option la plus intéressante pour vous, niveau fonctionnement et fiscalité. Simple et rapidement opérationnel sur le papier, le dropshipping est séduisant par ses nombreux avantages et la liberté qu'il permet. Nous vous conseillons néanmoins de rester vigilant lors du lancement de votre affaire. Pourquoi ?

Tout simplement parce que le dropshipping est une activité commerciale comme une autre, réglementée sur de nombreux aspects, comptables, juridiques et fiscaux. Ne tombez pas dans l'illégalité ! En vous informant un maximum sur le sujet, vous éviterez de faire mal les choses. Souvent, la dimension illégale de cette pratique échappe aux dropshippers eux-mêmes. Il serait vraiment dommage que vous perdiez tout en un claquement de doigts, juste pour quelques erreurs d'inattention, qui plus est… faciles à éviter !

Pour créer votre entreprise et votre site marchand, vous avez la possibilité de le faire (presque) gratuitement grâce à des plateformes en ligne. Si vous prévoyez un budget, par exemple pour avoir un outil de commerce spécialement conçu pour votre affaire, vous pouvez contacter un freelance ou une agence digitale.

Voilà, vous savez tout ce qu'il faut savoir sur le dropshipping. Si des questions persistent, sentez-vous libre de nous contacter quand vous le désirez !

dougs

L'expert-comptable en ligne
qui vous simplifie vraiment la vie.
www.dougs.fr