

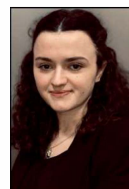
422 Les opérateurs de plateforme sont-ils les nouveaux meilleurs partenaires de l'État ?



Laurent CHETCUTI,
avocat associé, KPMG Avocats



Anne-Laure BENOIST,
avocate, directrice, KPMG Avocats



Esther MALAURIE,
juriste, KPMG Avocats

Le développement des nouvelles technologies et des modes de consommation s'est accompagné de l'essor significatif du commerce en ligne.

Le nombre de personnes réalisant des transactions sur internet ne cesse d'augmenter depuis 2014. En 2019, plus de 1,9 milliard de personnes ont effectué des achats en ligne. Ce chiffre devrait atteindre 2,1 milliards en 2021¹.

Face à l'augmentation considérable de l'économie numérique et des opérations réalisées par l'intermédiaire des entreprises de ce secteur, les interfaces électroniques (*i.e.* plateformes, places de marché, portail etc.) jouent désormais un rôle déterminant dans l'expansion du commerce en ligne. Selon l'OCDE, plus de deux tiers des ventes transfrontalières dans le cadre du commerce électronique sont aujourd'hui réalisées par l'intermédiaire de ces interfaces².

La croissance significative des ventes en ligne aux consommateurs, tant en volume qu'en nombre de participants s'est accompagnée, selon la Commission européenne, de l'augmentation d'un phénomène de fraude, notamment en matière de TVA. Les États membres de l'Union européenne ont enregistré en 2018 une perte de recettes de TVA s'élevant à 140 milliards d'euros, contre 137 milliards en 2017³.

Dans ce contexte, la France et les autres États membres ont affirmé leur volonté de lutter contre la fraude. Cette volonté a notamment été fermement rappelée par le Gouvernement dans son dossier de presse du 17 février 2020, au sein duquel l'ensemble des nouveaux dispositifs anti-fraude sont abordés⁴.

Les nouveaux dispositifs « anti-fraude » s'avèrent en pratique complexes et inachevés, laissant les opérateurs de plateformes dans l'incertitude quant aux modalités pratiques d'application des différents régimes.

1. Rappel des obligations de communication de l'article 242 bis du CGI

1 – La loi n° 2018-898 du 23 octobre 2018 de lutte contre la fraude fiscale, instaure à la charge des opérateurs de plateforme à compter du 1^{er} janvier 2019, une obligation de communication à l'égard des utilisateurs et de l'administration fiscale (*CGI, art. 242 bis*).

1. Statista, *Digital buyers worldwide 2021*, disponible sur <https://www.statista.com/statistics/251666/number-of-digital-buyers-worldwide/>.
2. OCDE, *Le rôle des plateformes numériques dans la collecte de la TVA/TPS sur les ventes en ligne* : Éditions OCDE, Paris, 2019, disponible sur <https://www.oecd-ilibrary.org/sites//0aef4c54-fr//index.html?itemId=//content/publication//0aef4c54-fr>.

3. *Study and Reports on the VAT Gap in the EU-28 Member States : Final Report*, 2020.
4. *Dossier de presse, Lutte contre la fraude et renforcement du civisme fiscal Bilan 2019*, 17 févr. 2020.