

EXPORTER EN LIGNE

SAISIR LES OPPORTUNITES DE LA VENTE SUR INTERNET
RESPECTER LES CONTRAINTES LEGALES, FISCALES, DECLARATIVES,
DOUANIERES & LOGISTIQUES PROPRES AUX ALCOOLS
B TO B ET B TO C

MAJ 02/2024

DATE

21 octobre 2024
CCI MARNE ARDENNE
12 rue André HUET
51100 REIMS

PUBLIC

Viticulteurs, coopératives,
négociants, distributeurs
commercialisant de façon
dématérialisée et sur le net des
« alcools de bouche »
Collaborateurs commerciaux,
logistiques, comptables et
financiers, toute personne porteuse
d'un projet de vente / achat à
l'international, d'alcools en circuit
court

PREREQUIS

aucun

INTERVENANT

Expert en logistique internationale et
douane.

DUREE

1 jour (7 heures)

TARIF

520 € net/ personne
Limité à 10 participants

MOYENS & SUPPORTS PEDAGOGIQUES

Pédagogie active basée sur des
mises en situations réelles et
déductives. Atelier d'application
sous forme de « workshops ».
Remise d'un support de synthèse
utilisable en situation de travail.
Schémas illustratifs.

SUIVI & EVALUATION

Quizz d'auto-évaluation pré et post
formation pour évaluer les
compétences acquises
Attestation de formation remise à
chaque participant.

OBJECTIFS

- Mesurer les opportunités réelles de vendre à l'étranger grâce à un site vitrine ou marchand
- Respecter les contraintes légales, de fond, quant au contenu du site
- Différencier la gestion des ventes en B to B et en B to C
- Satisfaire aux obligations fiscales, déclaratives, douanières et logistiques propres à ce canal de vente et de distribution
 - ☞ Plus particulièrement les alcools
 - ☞ En différenciant les exports / imports pays tiers et les acquisitions / livraisons intracommunautaires

PROGRAMME

1. Faire un tour d'horizon des opportunités et contraintes de la vente en ligne à l'étranger

- 1.1. Internet un levier de rentabilité, quelques chiffres
- 1.2. Distinguer entre site « vitrine » et site « marchand » ; conséquences concrètes
- 1.3. Traduction, localisation et vie quotidienne du site
- 1.4. Contraintes légales de fond au regard du droit communautaire et français : limitation de l'accès, mentions obligatoires, conditions générales de vente, système de facturation
- 1.5. Différencier la vente à des consommateurs et professionnels, la question des seuils de CA et de l'identification à la TVA locale
- 1.6. Maîtriser la trilogie douanière : espèce tarifaire, origine et valeurs

2. Adapter son marketing opérationnel sur le WEB

- 2.1. Passer par une Marketplace ou privilégier la vente directe
- 2.2. Cibler et limiter les marchés, développer une dimension multilingue et interculturelle
- 2.3. Clarifier sa stratégie commerciale par des conditions générales de vente adaptées et différenciées en B to C et en B to B
- 2.4. Adapter la logistique vente (INCOTERM) et reverse (SAV, retours et remplacements) et les titres de mouvements (DAE, DSA, DAES)
- 2.5. Respecter les nouvelles contraintes liées à la vente intra-communautaire d'alcools à des particuliers
- 2.6. Sécuriser les paiements et les documents comptables et transport

3. Soigner les obligations documentaires, fiscales et déclaratives

- 3.1. Se préparer au statut d'assujetti certifié intracommunautaire
- 3.2. Sécuriser les ventes intracommunautaires en B to B en application des quick-fixes (directive 2018/1910) : alcools en suspension d'accises et alcools en droits acquittés
- 3.3. Intégrer les nouvelles contraintes fiscales de la vente en B to C en UE, seuils et immatriculations fiscales locales, destinataire certifié
- 3.4. Exporter des biens marchands sur le web hors UE : les meilleures pratiques : RFSE, Exo de Tva, déclarations douanières et documents d'accompagnement, traçabilité de l'origine préférentielle.

POUR ALLER PLUS LOIN...

CCI International Grand Est propose un accompagnement personnalisé de votre projet de développement à l'international au travers d'un conseil individualisé ou par le biais d'autres formations (inter- ou intra-entreprise) qui vous permettront d'améliorer vos performances à l'international.