



Guide à l'export

Fiche pratique

Vendre en ligne au Royaume-Uni



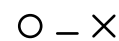
RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE
BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST



Financé par
l'Union européenne

**BREXIT
ADJUSTMENT
RESERVE**

Table des matières



Résumé	3
Préparez votre activité e-commerce vers le Royaume-Uni	4
I. Les étapes clés pour établir sa stratégie e-commerce à l'international	4
II. Vendre en ligne à l'international via une e-marketplace et/ou un webshop	5
III. Etat des lieux de l'e-commerce au Royaume-Uni	6
IV. Les 5 principaux aspects de votre stratégie e-commerce au Royaume-Uni	8
1) Le marketing en ligne	8
2) La conversion	9
3) Le paiement en ligne	10
4) La logistique	10
5) Les réglementations	11
En savoir plus – Ressources complémentaires	13



Résumé

Le Royaume-Uni est un des pays du Monde où l'e-commerce occupe le poids le plus important dans le secteur du *Retail* (au-delà de 25 %, soit le double de la France). Les consommateurs ont, depuis plus d'une décennie, largement intégré les achats en ligne à leurs habitudes de consommation. Ils achètent en ligne plusieurs fois par trimestre et y consacrent un budget annuel particulièrement conséquent par rapport aux autres grands pays occidentaux.

Face à une demande aussi forte, lancer ou étendre votre activité e-commerce à l'exportation vers le Royaume-Uni peut paraître très séduisant. Toutefois, assez logiquement, l'offre y est parallèlement très développée, de sorte que **le marché de l'e-commerce est un des plus concurrentiels au monde.**

Voici une synthèse des points clés à prendre en considération pour vendre en ligne, chaque point étant plus amplement développé dans la présente fiche :

Définissez préalablement le périmètre général de votre activité e-commerce

Une stratégie e-commerciale bien réfléchie de différenciation par rapport à la concurrence (offline et online) s'impose pour maximiser les chances de réussite en ligne.

Adaptez votre offre et votre marketing aux spécificités du marché du Royaume-Uni

- 1) Tenez compte des tendances nationales :** Il est à noter notamment que les e-acheteurs recherchent les bonnes affaires, paient par cartes de crédit/de débit/wallets, apprécient être livrés rapidement et sans supplément.
- 2) Diversifiez les sources d'acquisition de visiteurs en ligne :** Appuyez-vous généralement sur plusieurs méthodes différentes de *Digital Marketing* : référencement naturel, référencement payant, bannières publicitaires, publications sponsorisées sur les réseaux sociaux, marketing d'influence, e-mailings,...
- 3) Optimisez la conversion e-commerciale sur votre webshop :** Séduisez par un e-merchandising attrayant les internautes anglais qui visitent votre webshop, mais aussi soignez le tunnel d'achat en ligne pour diminuer les abandons de panier sur celui-ci



Veillez à respecter les réglementations spécifiques à la vente en ligne

Préparez-vous aux défis organisationnels

- 1) Le paiement en ligne :** Encaissez en ligne, en minimisant les frictions / blocages
- 2) La logistique :** Optimisez à la fois l'efficacité commerciale et financière de votre activité de vente en ligne, mais aussi la satisfaction de vos clients britanniques

Préparez votre activité e-commerce vers le Royaume-Uni



Un dossier
détaillé

composé de 8 fiches
pratiques est disponible
sur le [site du SPF](#)
Economie à l'attention des
e-commerçants belges.

Les points d'attention
spécifiques au marché
britannique sont présentés
en partie IV de cette fiche.

I. Les étapes clés pour établir sa stratégie e-commerce à l'international

Le lancement, la gestion et l'exploitation de votre activité de vente en ligne à l'international nécessite une stratégie e-commerce adéquate. Il est rare que cette stratégie soit pertinente en ne se limitant qu'à une seule destination, telle que le Royaume-Uni. Elle doit généralement s'élaborer dans le cadre d'une réflexion d'ensemble d'exportation en ligne, dont cette présente fiche rappelle 4 principales étapes :



1

Définir le périmètre général de l'activité e-commerce

- Commencez par faire l'inventaire des raisons et des motivations qui vous amènent à considérer la vente en ligne au-delà des frontières belges. Quelques motivations courantes : c'est nécessaire pour atteindre un chiffre d'affaires suffisant, facilité de déploiement comparativement à un réseau physique de revendeurs à l'étranger, évolution inévitable compte tenu de la demande...
- Ensuite, identifiez les marchés géographiques que vous souhaitez conquérir ainsi que l'état de l'e-commerce à ces endroits. Dans quels pays et sur quels continents allez-vous vendre en ligne ? Quelles sont les particularités des différents marchés nationaux en ligne ? ...



2

Adapter l'offre et le marketing

Une fois vos futurs clients internationaux identifiés, adaptez votre offre commerciale existante et vos actions de marketing à cette nouvelle clientèle internationale et à leurs particularités culturelles. Quelles sont les habitudes d'achats de ces internautes ? Votre catalogue de produits doit-il être modifié ? Quelles sont les expressions et autres éléments de communication à exploiter ? ...



3

Se préparer aux défis organisationnels

Après les avoir séduits et convertis, vous allez devoir servir vos clients internationaux. Préparez votre activité à relever les nouveaux défis organisationnels qui s'offrent à vous. Quels modes de paiement proposer sur votre webshop en fonction des pays ciblés ? Comment livrer les colis dans les différents pays ? Avec quels prestataires travailler pour relever ces défis organisationnels ? ...



4

Veiller à respecter les réglementations

En plus de respecter les réglementations harmonisées à l'échelle européenne (vente à distance et le règlement général sur la protection des données - RGPD), mettez votre activité en conformité avec les lois nationales des marchés géographiques que vous ciblez (ex : taxes emballages...) et intégrez les règles en matière d'application de la TVA et des taxes d'importation.

II. Vendre en ligne à l'international via une e-marketplace et/ou un webshop

Pour vendre en ligne à l'international, deux formules s'offrent à vous :



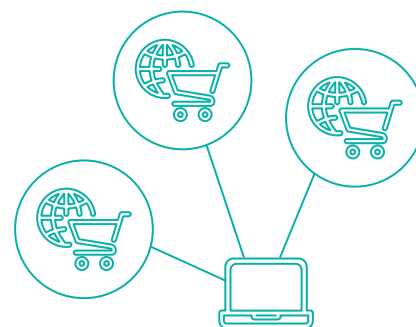
Vente via une e-plateforme unique

- Soit sur une e-marketplace
- Soit sur votre propre webshop

Cette formule a pour principal avantage de vous permettre de focaliser tous vos efforts commerciaux ainsi que vos ressources sur une seule plateforme de vente en ligne, **soit votre propre webshop** (différences plateformes techniques sont possibles, voir le dossier : « comment choisir une solution e-commerce » [PLUS D'INFO ICI](#), **soit une e-marketplace** (au Royaume-Uni, les marketplaces multimarques sont très populaires. Si un grand nombre de plateformes existent, ce marché est **largement dominé par Amazon**, suivi par *eBay*. Pour l'instant les 8 places suivantes du top 10 sont occupées par : *Argos, Etsy, Wayfair, Onbuy, Zalando, ManoMano, Not On The High Street* et *Fruugo*).



Attention toutefois qu'en plus de choisir votre plateforme unique de vente en ligne en fonction des comportements des e-acheteurs que vous ciblez, vous devez également tenir compte du fait qu'elles ont chacune leurs propres avantages et inconvénients (voir dossier « [marketplace](#) »).



Vente via une combinaison d'e-plateformes

Cette formule a pour principal avantage de vous permettre de faire exister simultanément votre offre commerciale par l'intermédiaire de plusieurs plateformes de vente en ligne. Par exemple, citons la situation courante suivant laquelle un e-commerçant vend ses produits et/ou ses services via son propre webshop ainsi que via une marketplace, spécialisée ou non. Attention toutefois qu'en plus de choisir vos plateformes de vente en ligne en tenant compte des comportements des e-acheteurs que vous ciblez, vous devez vous assurer que l'association de celles-ci créera une combinaison cohérente et utile.

Vous devez également tenir compte du fait que chaque plateforme engendre des coûts qui lui sont propres et que chacune d'entre elles présente ses propres avantages et inconvénients.

Enfin, si l'exploitation de plusieurs plateformes de vente en ligne vous donne l'opportunité de toucher un nombre conséquent de clients potentiels, il est important que vous évitiez de diluer vos ressources, mais aussi que **vous gardiez en tête que cette formule engendre un défi au niveau de la gestion des flux d'informations et de la tarification.**

III. Etat des lieux de l'e-commerce au Royaume-Uni

Le Royaume-Uni est un pays où le secteur de l'e-commerce est connu pour avoir un niveau de maturité très élevé.

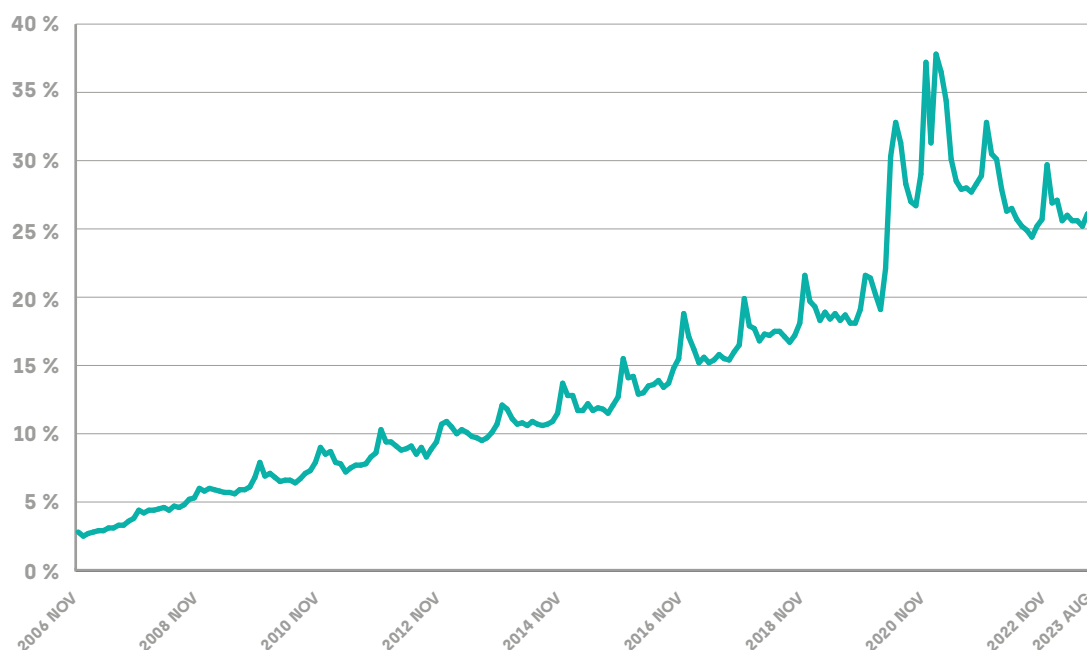
À l'échelle du monde, il se positionne, aux côtés de pays tels que les USA, le Canada, la Chine urbaine... dans le top 5 des pays où le chiffre d'affaires du secteur de la vente en ligne est le plus développé. La proportion dépasse 25 %. Cette progression devrait perdurer au cours des prochaines années.

L'offre commerciale y est développée et répond efficacement à la demande des consommateurs locaux, tant privés (B2C) que professionnels (B2B), qui ont massivement sauté le pas de l'achat en ligne depuis plus d'une décennie.

En plus d'être nombreux, les e-acheteurs privés britanniques (B2C) allouent un **budget annuel conséquent à leurs achats en ligne** : celui-ci est plus de 2 fois plus important que celui des e-acheteurs belges.

Ventes par Internet en pourcentage du total des ventes au détail (ratio) (%)

Source : DRSI



Quelques statistiques sur l'e-commerce au Royaume-Uni

- En 2021, 84 % des internautes britanniques ont acheté en ligne. Pour 2022, les prévisions annoncent que les e-acheteurs devraient représenter 86 % de la population d'internautes du Royaume-Uni. (*European E-commerce Report 2022*)
- En 2021, 6,19 % du Produit Intérieur Brut du Royaume-Uni de 2,621 milliards d'euros étaient constitués par les ventes en ligne.
- En 2021, le chiffre d'affaires du secteur de l'e-commerce au Royaume-Uni s'élevait à 162 milliards d'euros. Pour 2022, des prévisions estiment que celui-ci devrait s'élever à 184 milliards d'euros. (*European E-commerce Report 2022*)

- Sur un trimestre, 47 % des e-acheteurs britanniques achète au moins 6 fois en ligne. (*European E-commerce Report 2021*)
- La valeur du panier d'achat moyen des internautes britanniques oscille entre 120€ – 80€ en fonction de l'appareil utilisé par pour réaliser les achats. Celui-ci est plus important sur Desktop que sur Mobile. (*Statista*)
- En 2020, 80 % des e-acheteurs du Royaume-Uni ont réalisé des achats en ligne auprès d'e-commerçants nationaux. Toutefois, cela n'a pas empêché certains d'entre eux (20 à 40 %) d'aussi réaliser des achats auprès d'e-commerçants établis dans d'autres pays. (*European E-commerce Report 2021*)
- En 2021, 8 % des ventes « cross-border » réalisées par des webshops belges avaient pour destination le Royaume-Uni, derrière toutefois les Pays-Bas et la France. (*Enquête Safeshops 2021*)
- La proportion de ventes au détail réalisées en ligne s'est maintenue aux alentours des 26 % sur la 2^e moitié de 2022. (*ONS UK – Retail sales, Great Britain : October 2022*)



Quelques tendances du marché de l'e-commerce au Royaume-Uni

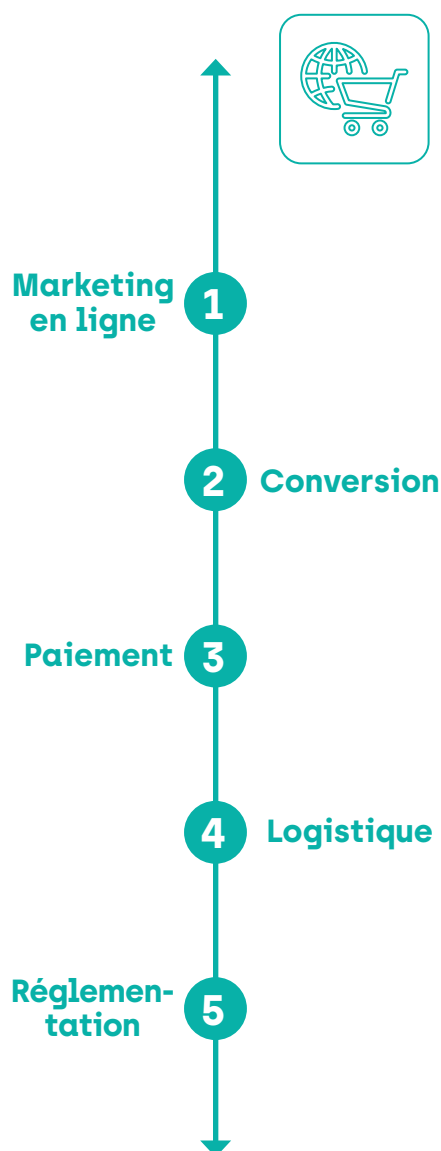
- Près de la moitié des e-acheteurs britanniques (surtout chez les 45 ans et plus) **privilégient les grandes marketplaces** (Amazon, eBay, Etsy...) pour y effectuer leurs recherches de produits à acheter, au détriment des moteurs de recherche généralistes, des sites de marques ou encore des réseaux sociaux. Ce n'est que quand ils sont à la recherche d'idées et d'inspirations concernant un produit à acheter que les internautes du Royaume-Uni se tournent vers Google, le moteur de recherche le plus populaire du pays.
- La pandémie COVID19 a engendré une augmentation de la fréquence des achats en ligne chez les internautes du Royaume-Uni.
- Plus de la moitié des e-acheteurs britanniques commencent et terminent leurs achats en ligne sans même préalablement découvrir les produits en présentiel et les essayer. L'approche commerciale « web-to-store » y est beaucoup moins présente qu'en Belgique.
- Les 3 éléments qui influencent le plus les e-acheteurs britanniques (tout âge confondu) :
 - Le prix
 - La gratuité de la livraison
 - La notoriété de la marque
- Les 3 éléments qui influencent le moins les e-acheteurs britanniques (tout âge confondu) : La proximité géographique du vendeur, les options de collecte de la commande, la facilité d'obtenir un remboursement.
- L'option de livraison la plus plébiscitée par les consommateurs est **la livraison à domicile** et ceux-ci s'attendent à **être livrés toujours plus rapidement**.



Pour vous aider à

appréhender les marchés e-commerce internationaux et plus particulièrement celui du Royaume-Uni, vous pouvez consulter l'outil en ligne **Google Market Finder**, qui vous permettra d'établir un benchmark entre pays.

IV. Les 5 principaux aspects de votre stratégie e-commerce au Royaume-Uni



1) Le marketing en ligne

Afin de permettre à votre webshop ainsi qu'à vos produits et/ou services d'être découverts par les internautes britanniques, veillez à exploiter correctement l'un des canaux les plus utilisés par les e-acheteurs du Royaume-Uni : le moteur de recherche de Google.

Pour aider votre webshop à être visible naturellement sur Google (SEO) au Royaume-Uni, vous devez travailler votre boutique en ligne avec l'objectif que Google la perçoive comme une plateforme de qualité s'adressant aux internautes britanniques. Cela implique notamment que votre webshop soit disponible en anglais (« en-gb »), que son extension de nom de domaine soit « .co.uk » ou « .com » et que le contenu textuel de certaines de ses pages fasse référence au Royaume-Uni (devise, mots...).

Du côté de la visibilité sponsorisée de votre webshop sur Google (SEA) au Royaume-Uni, vous devez accorder un soin tout particulier à la constitution des « audiences » vers lesquelles seront filtrés vos annonces dans les résultats de recherche, analyser et puis sélectionner les mots-clés sur lesquels vos annonces seront diffusées, mais aussi travailler le contenu de vos annonces pour que celles-ci soient impactantes chez les internautes britanniques tout en faisant attention aux variétés de la langue anglaise usitée.

Si être bien référencé (naturellement et de façon sponsorisé) est un atout, d'autres méthodes de marketing en ligne pourraient également être déployés. Il s'agit :

- des bannières publicitaires sur des sites à fort trafic (tels que les sites de « news » et/ou des sites attirant un tarif très qualifié en lien avec la spécialisation de votre activité en ligne)
- de communications sur les réseaux sociaux, en veillant à stimuler l'engagement spontané des fans et/ou en sponsorisant ces publications
- de publi-reportages en ligne, d'e-mailings envoyés par des partenaires
- de placement de produits, de séances de live shopping, de marketing d'influence
- de programmes dits d'affiliation (rémunération au résultat d'apporteurs d'affaires en ligne)

Pour atteindre un volume suffisant de visiteurs, il est presque toujours nécessaire de **pratiquer un « mix marketing »**, en combinant ces différents canaux, **en mesurant très régulièrement leur efficacité** via des outils d'analyse de performance, et en corrigeant le tir en fonction des résultats.

Veillez à bien adapter vos contenus textuels, médias et messages aux profils et aux particularités culturelles des internautes auxquels vous vous adressez.



Compléments d'information :

Dossier « Marketing, vente et e-commerce » de 1819.brussels [PLUS D'INFO ICI](#)

Conseils de 1819.brussels pour bien tenir compte de la culture britannique [PLUS D'INFO ICI](#)

Dossier « Digital Marketing » de Retis [PLUS D'INFO ICI](#)



2) La conversion

Afin de permettre à votre webshop de séduire les internautes britanniques qui le visitent, mais aussi pour diminuer les abandons de panier sur celui-ci, vous devez ajouter les informations et les fonctionnalités nécessaires à une expérience de navigation et d'achat convaincante, rassurante et fluide.

- Optez pour **une extension de nom de domaine en «.co.uk»**, mais aussi une extension «.com» (ceux-ci doivent souvent être acquis sur le marché «secondaire», donc en rachetant le droit d'utilisation à un détenteur actuel, étant donné qu'il devient difficile de dénicher des URL courtes et faciles encore libres). Il est possible de programmer pour que l'URL «.co.uk» pointe par exemple vers «.com/uk» et ainsi gérer un webshop unique. Néanmoins, il peut être judicieux commercialement de donner l'impression aux internautes de chaque pays visé qu'ils aboutissent sur un webshop spécifique et adapté à leur marché national, en communiquant avec une URL différente pour chaque pays, tout en gérant de façon unifiée le back-office (gestion des stocks, traitement des commandes,...).
- Ne faites pas l'économie de vous passer d'un **traducteur professionnel**, d'autant plus sur le marché britannique qui ne tolérera pas une traduction négligée. La traduction doit être complète, y compris au niveau des conditions générales de vente. De plus, il est nécessaire de vérifier si les expressions et formules imagées utilisées correspondent bien aux usages courants, ce qu'un traducteur natif permet généralement de tenir compte.
- Enrichissez les fiches de vos produits de **photos de qualité et des descriptifs riches**. Utilisez bien entendu les unités de mesures anglaises, et, pour le textile, les normes nationales de taille.
- Affichez **vos prix en livres sterling (GBP)**.
- **Affichez clairement votre identité** et le lieu d'établissement de votre entreprise **ainsi que les moyens de vous contacter** (le consommateur britannique y est particulièrement sensible).
- Mettez en évidence que vous proposez les modes de paiement et de livraison populaires au Royaume-Uni (voir plus loin). Un webshop labellisé (ex : **Trusted Shops**, **Safebuy**, **Ecommerce Europe Trustmark**) et des avis-consommateurs contrôlés par un tiers de confiance constituent un plus.
- **Optimisez les performances d'affichage du webshop** : Optimisez votre hébergement web afin que les pages de votre boutique en ligne s'affichent rapidement à partir du Royaume-Uni.

Compte tenu de la forte concurrence en e-commerce au Royaume-Uni, l'enjeu de l'optimisation du taux de conversion est encore plus élevé que sur d'autres marchés à l'export.

L'amateurisme ne pardonne pas en la matière. Un e-commerçant belge devra y être d'autant plus attentif qu'il devra lever un frein majeur à l'achat en ligne auprès de lui compte tenu de son origine étrangère, et de l'existence très probable de compétiteurs locaux déjà très bien établis et connus.

Par rapport au marché belge, l'e-commerçant constatera très probablement un taux de conversion nettement plus faible, qui ne pourra progresser qu'en soignant son e-réputation sur le marché britannique.



Découvrez
nos conseils
concernant

la langue à utiliser sur votre
webshop pour vous adresser
aux consommateurs
britanniques [PLUS D'INFO ICI](#)



3) Le paiement en ligne

Compte tenu du fait que les modes de paiement jouent un rôle sur la conversion des internautes anglais qui visitent votre webshop en clients, veillez à proposer les moyens de paiement suivants :

- 1) **Les cartes de crédit** (VISA, Mastercard et American Express) et **les cartes de débit** (Maestro, Visa Debit)
- 2) **Les portefeuilles numériques**, appelés également « Wallets » (Paypal, Apple Pay et Google Pay)

Pour proposer ces modes de paiement sur votre webshop, vous pouvez, par exemple, travailler avec un des PSP (Payment Service Providers) suivants : Adyen, Braintree, Klarna, Stripe, Worldline...

En complément, il peut être judicieux de proposer un mode de paiement asynchrone, comme le virement, ou le paiement contre livraison (toutefois nettement moins usité qu'en Union européenne).

Enfin, il est à noter que le plan de financement à court terme « Buy Now, Pay Later » (BNPL) est devenu ces dernières années un mode de paiement apprécié par les consommateurs du Royaume-Uni pour régler leurs achats en ligne, en particulier auprès des étudiants et jeunes ménages.



Compléments d'information :

Dossier « Paiement en ligne » de Retis

[PLUS D'INFO ICI](#)



4) La logistique

La gestion des aspects logistiques de votre activité de vente en ligne à un impact à la fois sur son efficacité commerciale et financière, mais aussi sur la satisfaction de vos clients. Vous devrez adapter l'organisation de votre stock, mais aussi des livraisons et des retours de vos colis.

Au niveau géographique, 3 approches sont possibles pour votre gestion logistique :

- À partir de la Belgique
- À partir d'un centre de fulfilment (stockage et préparation de commandes) basé au Royaume-Uni
- Via l'approche « Dropshipping » (avec, de préférence, un (ou plusieurs) fournisseur(s) / importateurs établi(s) au Royaume-Uni qui assure directement la logistique)

Du côté de la livraison, vous devez garder en tête que **les e-acheteurs britanniques s'attendent à être livré (très) rapidement une fois leur commande réalisée**. On parle ici d'une livraison le lendemain, voire le jour même de la commande. De plus, ils s'attendent également à se voir proposer **la livraison sans supplément**.

La livraison au bureau est beaucoup plus fréquente qu'en Belgique, de même que **dans des points-relais et « lockers » / « pack stations »** (consignes automatiques), qui se sont bien insérés dans les routines de déplacement du consommateur britannique.

Du côté des retours (proportionnellement nettement plus nombreux qu'en Belgique, l'habitude de se rétracter sans devoir invoquer une raison y étant plus répandue), vous devez **veiller à définir clairement le processus et les détails de votre gestion des retours**.

Au niveau commercial, adaptez-vous aux attentes des e-acheteurs du Royaume-Uni. Citons par exemple le fait que plus de la moitié d'entre eux

s'attendent à des retours gratuits, qu'ils sont habitués à des délais de rétractation plus long que les 14 jours prévus par la réglementation (100 jours de réflexion sont devenus une promesse commerciale courante).

Au niveau organisationnel, déterminez si les produits défectueux ou non-désirés doivent vous être renvoyés ou non. Le consommateur apprécie que les retours soient facilités, notamment grâce à la présence de l'étiquette de retour directement dans le colis.



5) Les réglementations

En ouvrant votre webshop à l'exportation vers le Royaume-Uni, vous devez procéder aux adaptations nécessaires pour vous conformer aux réglementations spécifiques à la vente à distance vers ce pays.

Tenez compte que, si en Belgique les risques qu'un confrère lance une procédure pour « concurrence déloyale » parce que vous vous êtes affranchis de contraintes (et de coûts) en ne respectant pas certaines règles (comme le droit de rétractation) contrairement à lui, devoir dédommager un concurrent au Royaume-Uni et/ou devoir supporter une publication de la condamnation est une mésaventure significativement plus fréquente.

Un consommateur lésé peut également tenter une action, qui pourra dans la plupart des cas être traitée valablement par la justice britannique, une clause des CGV imposant un traitement en Belgique pouvant être rejetée lorsque vous avez orienté votre offre vers ce pays (marketing ciblé, prix en GBP, prestataire logistique anglais...), ce qui a des conséquences juridiques et pratiques particulières, le droit anglais étant conceptuellement assez différent du droit belge.

Actuellement, les règles générales que vous devez respecter en matière de vente à distance ne se sont pas (encore) significativement distancées de celles qui sont en vigueur dans l'Union européenne (mentions légales, droit de rétractation de 14 jours, SAV, RGPD...). Attention toutefois que **cette thématique pourrait bien évoluer dans la logique du Brexit**, soit parce que le Royaume-Uni décide de modifier la réglementation actuelle [PLUS D'INFO ICI](#), soit parce que l'Union européenne adopte de nouvelles règles communautaires. C'est par exemple le cas en matière de protection du consommateur avec la « Directive Omnibus » entrée en vigueur dans l'Union européenne le 28 mai 2022. Le DSA (Digital Service Act) et les règles en discussion sur la sécurité des produits ne seront pas d'application au Royaume-Uni.

À l'avenir, vous pourriez ainsi devoir respecter des réglementations nationales divergentes, par exemple en matière de droit de rétractation et de protection des données personnelles. Pour avoir connaissance de ces changements, consultez régulièrement les sites des autorités publiques et ceux d'organisations professionnelles reprises en fin de dossier.

Parallèlement aux règles générales en matière de vente à distance, en fonction de la nature de vos produits et de vos services, **veillez également à respecter les réglementations sectorielles nationales** portant sur des aspects divers tels que la sécurité alimentaire, l'étiquetage, l'emballage et le recyclage, la santé, les professions libérales / réglementées...



Tenez compte notamment que le marquage CE ne sera plus reconnu (sauf pour l'Irlande du Nord), remplacé par le UKCA – « UK Conformity Assessed » (en novembre 2022, le caractère obligatoire de ce marquage pour la plupart des produits a été reporté au 1/1/2025). [PLUS D'INFO ICI](#)



Compléments d'information :

Dossier «Logistique en E-commerce» de Retis

[PLUS D'INFO ICI](#)

Tarif « catalogue » public pour le transport de colis en Europe

[PLUS D'INFO ICI](#)

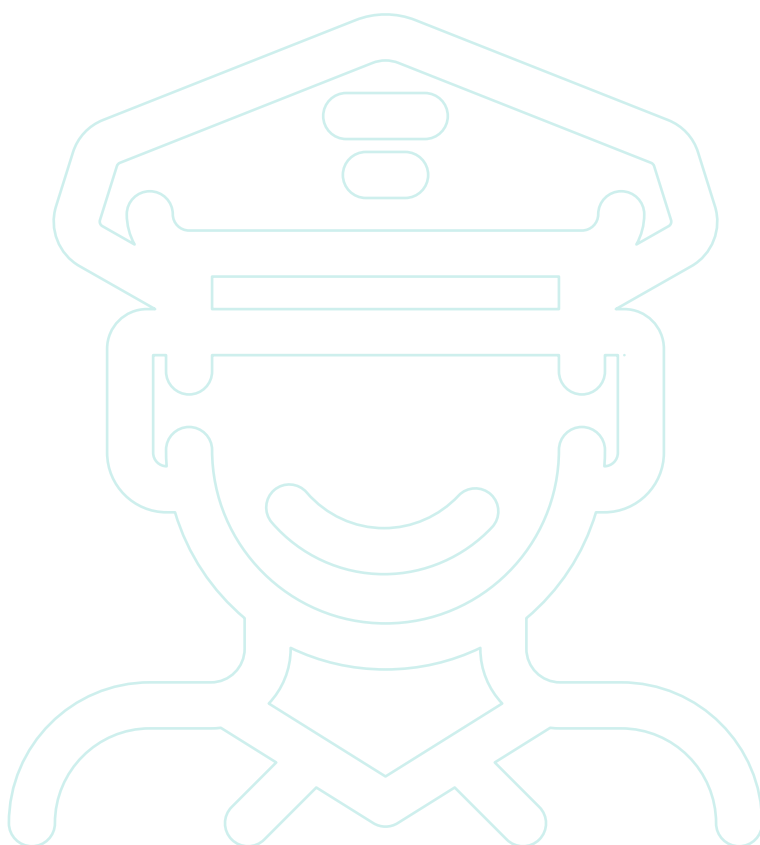
Des partenaires logistiques spécialisés en e-commerce (notamment) vers le Royaume-Uni tels que : [GetByrd](#), [Salesupply](#), [UPS](#), [FEDEX](#), [bpost](#) et sa filiale [Active Ants](#) disposant au Royaume-Uni d'un centre en fulfilment, [FBA](#) – [Fulfilment by Amazon](#)...

Enfin, gardez en tête que le **Royaume-Uni est sorti de l'Union douanière européenne** (sauf les dispositions particulières pour l'Irlande du Nord, où les règles de TVA intracommunautaires restent applicables, et donc le nouveau schéma spécifique de déclaration des ventes en ligne « OSS » possible depuis le 1/7/2021) et que par conséquent le consommateur ne pourra obtenir son colis que si l'e-commerçant (ou le transporteur que celui-ci a mandaté) a effectué préalablement les opérations d'importation (et a perçu, pour les commandes < 135£, la TVA nationale, qu'il devra reverser à l'autorité fiscale anglaise HMRC après s'être enregistré en direct ou via un agent. Voir taux : [PLUS D'INFO ICI](#)), à défaut de quoi le consommateur devra effectuer ces démarches (et payer des frais administratifs supplémentaires) pour récupérer le colis. Dans ce cas, il faut s'attendre que le client n'apprécie pas du tout cette situation, et ne revienne plus sur votre webshop.



Compléments d'information :

- En matière de démarches import/export et d'application de la TVA, consultez les fiches pratiques de [hub.brussels](#) « Importer des produits au et depuis le Royaume-Uni » et « le Brexit et ses conséquences TVA », ainsi que le site du SPF Finances. [PLUS D'INFO ICI](#)
- Dossier « exportation vers le Royaume-Uni » de [1819.brussels](#) [PLUS D'INFO ICI](#)
- Règles sur l'e-commerce au Royaume-Uni [PLUS D'INFO ICI](#)
- Dossier « réglementation e-commerce en Europe » [PLUS D'INFO ICI](#)
- Règles en Belgique : [site du SPF Economie](#) et le [site Infoshopping](#)



En savoir plus – Ressources complémentaires

**Ressources sur l'e-commerce et sur le commerce à l'international :**

- Dossier « se lancer à l'export » du 1819.brussels [PLUS D'INFO ICI](#)
- Dossier « e-commerce à l'international » de Retis [PLUS D'INFO ICI](#)
- Dossier « e-commerce » du 1819.brussels [PLUS D'INFO ICI](#)

Données et études sur le marché de l'e-commerce au Royaume-Uni :

- Le site web de l'*Office for National Statistics (O.N.S.)*, notamment concernant :
 - L'IT et Internet [PLUS D'INFO ICI](#)
 - Le Retail [PLUS D'INFO ICI](#)
- Les statistiques relatives à l'e-commerce au Royaume-Uni fournies par le portail en ligne *Statista* [PLUS D'INFO ICI](#)
- L'association de l'e-commerce *IMRG* [PLUS D'INFO ICI](#)
- Le rapport annuel de *Data Reportal* concernant la situation d'utilisation du Digital au Royaume-Uni, plus particulièrement la partie qui concerne l'e-commerce [PLUS D'INFO ICI](#)
- Les ressources concernant le Royaume-Uni publiée sur le site *Ecommerce News* [PLUS D'INFO ICI](#)
- Les données analytiques concernant le marché de l'e-commerce au Royaume-Uni fournie par *EcommerceDB* [PLUS D'INFO ICI](#)
- L'outil *SimilarWeb* pour obtenir des informations concernant les sites les plus populaires au Royaume-Uni [PLUS D'INFO ICI](#)



Autorité contractante :

hub.brussels

Agence Bruxelloise pour
l'Accompagnement de l'Entreprise
CBE 0678.485.603

Chaussée de Charleroi 110
1060 Bruxelles - Belgique

Coordinateur :

BU Export - International Development Department

Auteur :

RETIS SRL

Mise en page :

Klär.graphics SRL

Date :

Janvier 2023

Ce guide est financé par l'Union européenne dans le cadre de la Brexit Adjustment Reserve