

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2015 | 2016

FÉDÉRATION E-COMMERCE
ET VENTE À DISTANCE



www.fevad.com

SOMMAIRE

RAPPORT D'ACTIVITÉ
2015 | 2016

● FÉDÉRER	p. 3
● REPRÉSENTER	p. 7
● RÉGULER	p. 19
● COMMUNIQUER	p. 25
.VEILLER ET INFORMER	p. 26
.ÉCHANCHER	p. 32
.LES FAVORI DU E-COMMERCE	p. 34
.LES ENJEUX DU E-COMMERCE.....	p. 36
.PROMOUVOIR ET FAIRE SAVOIR.....	p. 38
● STRUCTURE ET ORGANISATION	p. 41
.CONSEIL D'ADMINISTRATION.....	p. 42
.COMMISSIONS	p. 43
● LES ADHÉRENTS	p. 49



ÉDITORIAL



François Momboisse
PRÉSIDENT DE LA FEVAD



Marc Lolivier
DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DE LA FEVAD

Sous le signe de la transformation numérique, l'année 2015 a certainement marqué le début d'un nouveau cycle pour le e-commerce. La Fevad, qui a vu cette année encore son nombre d'adhérents augmenter, accueille de plus en plus de "retailers" et de marques aux côtés des pures players. Au-delà du nombre d'adhérents, c'est davantage l'illustration d'une dynamique globale qu'il faut observer. Entre continuité et renouvellement permanent, le e-commerce est certainement le secteur qui se challenge le plus, notamment par la diversité de ses acteurs et le rythme des innovations qu'il se doit d'intégrer le plus rapidement possible pour conserver une longueur d'avance.

Au cœur de cet éco-système, la Fevad a pour ambition de comprendre et répondre aux enjeux du e-commerce, et de fédérer la profession. C'est ainsi qu'en 2015, fidèle à cet engagement, la Fevad a mené de nombreuses études d'envergure, qui permettent, outre une collecte plus importante de données, des analyses approfondies des tendances, une meilleure mise à disposition des connaissances sur des problématiques aussi diverses qu'incontournables.

C'est également grâce à ces bases solides que sa position de porte-parole est toujours renforcée, particulièrement auprès des pouvoirs publics en France et en Europe. Elle décrypte, approfondit, et se positionne pour porter les intérêts du e-commerce français et garantir un environnement propice à son développement économique et opérationnel.

C'est aussi sur le partage d'expériences et la valorisation des savoir-faire que la Fevad ancre ses actions qui réunissent de plus en plus d'acteurs, contribuent à favoriser les échanges et à alimenter la dynamique d'innovation propre à notre secteur. Le Lab Fevad, qui vient de souffler sa première bougie, est quant à lui la fenêtre ouverte sur l'international et les innovations à l'échelle mondiale. Enfin, les Favor'i, qui fêteront cette année leur dixième édition, distinguent chaque année les meilleures initiatives et les plus belles réussites de notre secteur.

Enfin, la Fevad porte une attention particulière aux consommateurs et à leur confiance. Elle a déployé cette année la nouvelle plate-forme de médiation et participe ainsi au renforcement de la confiance, moteur essentiel à la croissance de notre secteur.

La Fevad est plus que jamais le hub de la connaissance, des compétences et des tendances du e-commerce français et à l'instar de notre secteur, elle continue de multiplier les initiatives et les engagements pour permettre à chacun d'entre nous de conserver une ouverture résolument positive et une longueur d'avance.





FÉDÉRER

**RASSEMBLER AUTOUR
DE VALEURS COMMUNES**

La Fevad rassemble et fédère l'ensemble des acteurs du e-commerce et de la vente à distance, quels que soient leur secteur d'activité, leur nature (pure-players ou non) et les supports de communication utilisés.

Le rôle de la Fevad s'articule autour de cinq missions majeures, qui lui permettent d'être un acteur engagé et incontournable sur les scènes politique, économique, juridique et sociale.

Cinq missions pour fédérer :

REPRÉSENTER

RÉGULER

VEILLER ET INFORMER

ÉCHANGER

PROMOUVOIR ET FAIRE SAVOIR

187 000
sites marchands
actifs en France
aujourd'hui



+ 14 % sur un an

source : iCE Fevad 2016

FAITS MARQUANTS

JUIN 2015

- 07/06 ECommerce Europe Annual Conference
- 07/06 European E-commerce Awards, GES Barcelone
- 24/06 Matinale Filières REP et Recyclage - Les propositions du commerce
- 25/06 Les Enjeux e-tourisme "L'expérience utilisateur" en partenariat avec l'Echo Touristique

JUILLET/AOÛT 2015

- 2/07 4^e Les Enjeux e-commerce "Drive the Digital Change"
- 08/07 Lancement des travaux de réagrément des filières emballages et papiers
- 10/07 Réponse conjointe FEVAD-FBF à la Commission des finances du Sénat dans le cadre de sa consultation sur le recouvrement de l'impôt dans l'économie numérique
- 6/08 Loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances
- 17/08 Loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte
- 20/08 Publication de l'Ordonnance de transposition de la directive du 21 mai 2013 sur la médiation
- 28/08 Publication du Décret n° 2015-1091 fixant les conditions d'exercice du droit de communication mentionné au deuxième alinéa de l'article L. 81 du livre des procédures fiscales

SEPTEMBRE 2015

- 21/09 Salon e-commerce Paris en partenariat avec la Fevad. Présentation de l'Observatoire de la logistique e-commerce Fevad
- 26/09 Publication de l'avant-projet de loi République numérique et lancement de la plate-forme en ligne de consultation publique

OCTOBRE 2015

- 6/10 Les Enjeux e-tourisme "La personnalisation de la relation client et des voyages" en partenariat avec l'Echo Touristique
- 19/10 Présentation des résultats de l'étude sur la Transition Numérique des Entreprises
- 19/10 Publication sur la plate-forme en ligne de consultation publique des commentaires de la Fevad sur le projet de loi République numérique
- 30/10 Publication du décret d'application sur la médiation de consommation

NOVEMBRE 2015

- Nomination de Camille Caron, La Redoute, à la Présidence de la Commission Environnement
- 18/11 Conférence de presse - Bilan du e-commerce
- 23/11 Publication du Guide Conso 2015 en partenariat avec l'INC

DÉCEMBRE 2015

- 03/12 Position Fevad contre l'instauration d'un système de prélèvement de TVA à la source pour les achats de produits et services en ligne dans le cadre du PLF 2016
- 04/12 9^e Nuit des Favori - Élection du meilleur site e-commerce de l'année
- 09/12 Présentation du projet de loi République numérique en conseil des ministres
- 09/12 Proposition de directives de la Commission européenne sur les garanties
- 15/12 Publication du Rapport d'activité du Médiateur du e-commerce de la Fevad pour 2014/2015
- 18/12 Courrier de la Fevad à la Commission européenne DG Growth sur le projet de loi République numérique
- 31/12 Fermeture de Pacitel, organisme professionnel gestionnaire de la liste de prospection commerciale téléphonique

JANVIER 2016

- 01/01 Entrée en vigueur des dispositions de l'Ordonnance du 20 août 2015 sur la médiation
- 06/01 Contribution de la Fevad au projet de loi République numérique en vue de l'examen à l'Assemblée nationale
- 09/01 Application du règlement européen du 21 mai 2013 sur la médiation
- 19/01 Les Enjeux e-tourisme "Les requêtes sur Google dans le voyage en 2015" en partenariat avec l'Echo Touristique
- 25/01 Publication de la feuille de route de la Commission environnement de la Fevad
- 28/01 Conférence de presse - Bilan du e-commerce français en 2015 en présence de la Secrétaire d'État chargée du Commerce et la Consommation - 6^e édition du Baromètre sur le profil des e-commerçants Oxatis. Étude sur les perspectives d'achats sur Internet fixe et mobile en 2016 réalisée par CSA
- 28/01 Publication de l'Avis du CNC sur les plateformes collaboratives

FÉVRIER 2016

- 09/02 La Fevad partenaire du Grand Prix Essec du Commerce Responsable
- 12/02 ECommerce Europe accueillie par la Fevad pour une journée "working group"
- 15/02 Ouverture de la plate-forme de règlement en ligne des litiges de consommation de la Commission européenne
- 25/02 Publication de l'arrêté ministériel désignant la SAS Opposetel comme organisme gestionnaire de la liste d'opposition à la prospection commerciale téléphonique

MARS 2016

- 16/03 Publication de l'Ordonnance de recodification du Code de la consommation
- 18/03 4^e édition étude Fevad/LSA sur le moral des e-commerçants
- 18/03 Entrée en vigueur de la disposition étendant la présomption du défaut de conformité à 2 ans
- 23/03 Salon e-commerce One to One en partenariat avec la Fevad
- 23/03 Lancement du projet de rédaction d'un Livre Blanc sur la Cybersécurité dans le e-commerce

AVRIL 2016

- 12/04 Les Enjeux e-tourisme "Le management collaboratif mythe ou réalité" en partenariat avec l'Echo Touristique
- 14/04 Contribution de la Fevad sur le projet de loi République numérique en vue de son examen au Sénat
- 24/04 Publication du décret d'application sur les obligations d'information sur les sites comparateurs en ligne
- 28/04 Atelier Fevad accessibilité des sites aux non et malvoyants et des services clients aux sourds et malentendants

MAI 2016

- 04/05 Publication au JOUE du Règlement Général sur la protection des données
- 19/05 Conférence de presse - Bilan du e-commerce français au 1^{er} trimestre 2016
- 29/05 Global ECommerce Round Table
- 30/05 ECommerce Europe Annual Conference
- 31/05 et 01/06 Global Ecommerce Summit

JUIN 2016

- 14/06 5^e édition des Enjeux e-commerce "Generating New Value" avec en ouverture l'intervention de Jeremy Rifkin





REPRÉSENTER

SOUTENIR LA COMPÉTITIVITÉ
DES ENTREPRISES FRANÇAISES...

La Fevad représente l'ensemble des acteurs de la profession et agit de manière permanente pour assurer la prise en compte des intérêts du secteur et promouvoir ainsi un environnement juridique et économique favorable au développement du e-commerce et de la vente à distance.

En France et à l'international, la Fevad est le premier organisme représentatif du secteur.

Elle est sollicitée et intervient auprès des pouvoirs publics et des organismes de concertation dans les dossiers majeurs ayant trait à la protection des données et de la vie privée, au droit de la consommation, à la fiscalité, à la concertation numérique et aux obligations environnementales.

Des champs d'expertise et d'intervention reconnus

Les 7 commissions permanentes de la Fevad assurent le suivi et les travaux réguliers qui lui garantissent un haut niveau d'expertise et d'intervention dans de nombreux domaines : la logistique et les transports, la sécurité et les paiements, l'environnement, les évolutions juridiques et législatives, la fiscalité, l'innovation...

Le responsable juridique au sein de la Fevad a notamment pour mission d'informer les adhérents grâce à une veille permanente, et de relayer les préoccupations des e-commerçants auprès des pouvoirs publics afin d'améliorer les textes réglementaires.

À titre accessoire, une aide peut être apportée aux adhérents mais ils ne peuvent se substituer aux conseils personnalisés d'un avocat.

LES POUVOIRS PUBLICS ET LES ORGANISMES DE CONCERTATION

France

La Fevad, premier syndicat professionnel représentatif du secteur du e-commerce, est fréquemment sollicitée par les pouvoirs publics.

Elle entretient des contacts réguliers et suivis avec les ministères, le Parlement ou encore les autorités de contrôle et fait valoir les positions adoptées par l'Organisation. En tant que corps intermédiaire, elle privilégie une démarche proactive et pédagogique à l'égard des institutions responsables du cadre réglementaire afin de préserver le dynamisme de ce secteur innovant, en perpétuelle évolution.

Pouvoirs publics

Ministères

Parlement

Autorités de contrôle :

- L'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes)
- L'Autorité de la Concurrence
- La Banque de France
- La CNIL (Commission Nationale Informatique et Libertés)
- La DGCCRF (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes)
- La DGE (Direction Générale des Entreprises)

Organismes de concertation publics ou associatifs

- L'Association Française de Normalisation et de Certification (AFNOR Groupe)
- L'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP)
- Le Cercle Marketing Direct (CMD)
- Le Conseil du Commerce de France (CdCF)
- Le Conseil National de la Consommation (CNC)
- Le Comité filière STIC
- La Commission d'examen des pratiques commerciales
- La Commission des Comptes Commerciaux de la Nation
- Le Mouvement des Entreprises de France (Medef)
- Mercatel (Association Commerce et Moyen de paiement)
- L'Observatoire de la Sécurité des Cartes de Paiement de la Banque de France (OSCP)
- Le Conseil CB-Accepteurs (CCBA)
- Le Comité national des paiements scripturaux
- L'Union Française du Marketing direct et Digital (UFMD)
- L'Institut Français de la Mode (IFM)
- L'Institut National de la Consommation (INC)
- Renaissance Numérique
- Conférence nationale sur la logistique (CNL)



LA MISSION DE REPRÉSENTATION ÉTENDUE À L'INTERNATIONAL

À l'international

La Fevad développe et renforce son engagement de représentation sur le plan européen via l'association européenne ECommerce Europe (ECE).

Cette présence active à l'échelle de l'Europe est essentielle, compte-tenu de l'impact de l'Union européenne sur la réglementation nationale issue pour 80 % de la réglementation européenne.

ECOMMERCE EUROPE POURSUIT SON DÉVELOPPEMENT



En avril 2012, les fédérations professionnelles du e-commerce de sept pays européens se sont unies, sous l'impulsion notamment de la Fevad, pour créer l'association ECommerce Europe. La Belgique, le Danemark, la France, l'Italie, les Pays-Bas, la Norvège et la Suède sont ainsi les membres fondateurs de cette nouvelle association européenne. Ils ont été rejoints en 2013 par l'Irlande, l'Espagne et la Pologne, puis en 2014, par la Suisse, la Grèce et la République Tchèque et en 2015, l'Allemagne.

Présidée par François Momboisse, Président de la Fevad, l'association réunit déjà plus de 25 000 entreprises de vente en ligne.

Sa mission

Représenter les intérêts du e-commerce auprès des institutions européennes et accompagner le développement du secteur en Europe.

ECommerce Europe intervient auprès des autorités européennes dans les domaines suivants : la réglementation, les paiements et la logistique. Elle publie les chiffres du e-commerce européen et organise des manifestations autour du e-commerce dans plusieurs pays. Elle est également partenaire du Global e-commerce Summit qui a lieu chaque année, en juin, à Barcelone (<http://www.ecommerce-europe.eu>).

PRINCIPAUX DOSSIERS EN 2015 | 2016

La Fevad est intervenue de manière active sur les dossiers suivants

- Accessibilité des sites e-commerce et des services clients
- Emballages du e-commerce
- Évolution des règles de protection du consommateur en matière de vente à distance
- Filières de Responsabilité Élargie du Producteur (REP)
- Fiscalité numérique
- Liste d'opposition à la prospection commerciale téléphonique
- Loi de transition énergétique
- Loyauté et régulation des plates-formes
- Médiation
- Mise en œuvre de la loi relative à la consommation (Loi Hamon)
- Paiements : préparation des Regulatory Technical Standards précisant certains aspects de la DSP2 adoptée en décembre 2015
- Projet de loi République numérique
- Promotion des ventes
- Publicité ciblée/cookies
- Redevance pour copie privée
- Réglementation européenne sur la protection des données
- Sécurisation des paiements (3D secure/baromètre des fraudes)
- Statut des places de marché



EMPLOI

112 000**emplois
e-commerce**(nb d'emplois ETP au sein des
acteurs de la vente en ligne)

source : Insee, enquête TIC 2014

57 %**des sites ont
augmenté
leurs effectifs
en 2015**source : Baromètre Fevad/LSA mars 2016
réalisé sur les sites leaders**52 %****des sites prévoient
une augmentation
de leurs effectifs
en 2016**source : Baromètre Fevad/LSA mars 2016 réalisé
sur les sites leaders

Protection des données et de la vie privée

L'évolution des pratiques et de la réglementation en matière de vie privée et de protection des données suscite de nombreux débats auxquels la Fevad participe activement, apportant son expertise largement reconnue.



ADOPTION DU RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES

Alors que le projet de Règlement européen a été présenté en 2012 par la Commission européenne, et que le Parlement européen l'a adopté le 12 mars 2014 en première lecture, l'année 2015 a été déterminante pour ce projet de texte.

En effet, les travaux du Conseil de l'Union européenne se sont accélérés au 1^{er} semestre pour aboutir à un accord le 15 juin 2015. Le trilogue s'est ensuite ouvert pour travailler dans un calendrier très contraint, mais qui a réussi à être conclusif à la mi-décembre.

Le Règlement a été publié au journal officiel de l'Union européenne le 4 mai 2016 et entrera en vigueur le 25 mai 2018.

Ce texte est essentiel en ce qu'il vise à encadrer au niveau européen, la vie privée et la protection des données de manière harmonisée, pour toutes les entreprises et citoyens.

La Fevad, en son nom ou associée aux travaux de la Federation of European Direct and Interactive Marketing (Fedma) et à ceux d'ECommerce Europe, s'est fortement mobilisée sur ce texte.

Au niveau national, elle a été en contact étroit avec les autorités compétentes et préside la concertation au sein du groupe Protection des données personnelles de la commission consommation du Medef, qui mène une concertation importante entre les entreprises et les pouvoirs publics.

PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES DES CONSOMMATEURS

En octobre 2015, le Conseil National de la Consommation (CNC) a été mandaté pour travailler sur l'utilisation et la protection des données des consommateurs. La Fevad, à travers le Medef, a été particulièrement impliquée et a apporté toute son expertise dans les groupes de travail qui ont eu lieu jusqu'en décembre 2015.

Droit de la consommation



LA MISE EN ŒUVRE DE LA "LOI HAMON" ET L'HEURE DES PREMIERS BILANS

Les principales dispositions de la Loi

La loi relative à la consommation, dite "Loi Hamon" du 17 mars 2014, a transposé la directive "Droits des consommateurs" du 25 octobre 2011, qui refond le droit de la consommation en matière de vente à distance.

Outre la transposition de la Directive, le projet de loi contenait également des dispositions transversales telles que : la création d'une action de groupe, le renforcement de l'information en matière de garanties commerciales et légales, l'extension de la présomption du défaut de conformité de 6 mois à 24 mois à partir du 18 mars 2016, l'extension des pouvoirs d'enquête et de sanctions de la DGCCRF, l'instauration légale d'une liste d'opposition à la prospection commerciale téléphonique ou encore la question des clauses abusives opposables *erga omnes*.

L'action de la Fevad

La Fevad, fortement mobilisée au moment de la discussion du projet de Loi, est intervenue lors de la rédaction des décrets d'application, afin d'en réduire l'impact économique sur les entreprises du secteur, et d'éviter les restrictions inutiles ou disproportionnées.

La Fevad a accompagné, et continue d'accompagner, ses adhérents dans la mise en œuvre pratique de la Loi Hamon, dont un premier bilan est en train d'être effectué par le Parlement.

Il est à préciser que la loi sur la simplification de vie des entreprises du 20 décembre 2014, était venue introduire une nouvelle possibilité de se rétracter après la passation de la commande et sans devoir attendre la prise en possession des biens. La Fevad a fortement été mobilisée sur ce dossier car, pour certaines entreprises, une fois la commande validée, il leur est impossible d'arrêter la commande et de ne pas l'envoyer.

La Fédération a donc sensibilisé les parlementaires, et c'est par le biais de la loi du 6 août 2015 (dite Loi Macron), que cette disposition a été supprimée. Ainsi, aujourd'hui, seule subsiste la possibilité de se rétracter à la réception de la commande.

GUIDE CONSO 2015 "ACHATS EN LIGNE, SUIVEZ LE GUIDE"

Un guide pratique édité par la Fevad à destination des cyberacheteurs

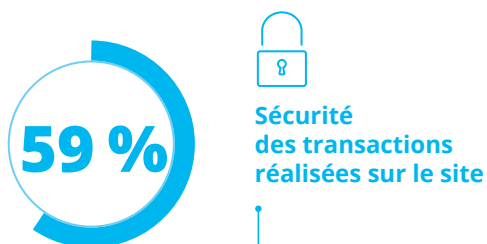
En novembre 2015, la Fevad a publié, en partenariat avec l'Institut National de la Consommation (INC), un guide pratique à destination des consommateurs. Ce guide, qui a reçu le soutien de la Secrétaire d'État chargée du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation, a pour principal objet d'informer les consommateurs français sur les nouvelles règles applicables en matière de consommation sur Internet, suite à l'entrée en vigueur de la loi relative à la consommation.

Ce guide s'adresse aussi bien aux internautes chevronnés, qu'à ceux plus novices. Il couvre les différents modes de consommation sur Internet : de la réservation de voyages aux biens d'occasion, en passant par les services issus de l'économie collaborative comme le co-voiturage.

Ainsi sont abordées les questions variées suivantes : Que puis-je acheter sur Internet ? Quel site choisir ? Comment payer en toute sécurité ? Que faire en cas de problème ? La Fevad et l'INC ont identifié les principales questions que se posent les cyberacheteurs.

Les 24 pages du Guide les accompagnent à chaque étape du processus d'achat : de la commande à la livraison. Elles proposent de nombreux conseils aux consommateurs tout en rappelant leurs droits, y compris les nouvelles dispositions issues de la loi sur la consommation. Grâce à sa large diffusion, relayée par l'Institut National de la Consommation ainsi que par d'autres médias, ce guide participe à la connaissance des droits des consommateurs et entend ainsi renforcer leur confiance sur Internet.

ATTENTES DES ACHETEURS VIS-À-VIS DES SITES MARCHANDS



source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2016

54 %	Sécurité des données personnelles	
51 %	Clarté des tarifs affichés (produits, livraison...)	
42 %	Promotions proposées par les sites	
41 %	Réactivité du Service Clients en cas de problème	

CONFIANCE ET SÉCURITÉ DES PAIEMENTS

La Fevad porte la plus grande attention aux questions relatives à la sécurité des paiements à distance et sur Internet

Elle réunit régulièrement les principaux responsables en charge de la lutte contre la fraude, au sein des entreprises adhérentes (marchands et prestataires). Elle poursuit également sa participation aux travaux de l'Observatoire pour la Sécurité des Cartes de Paiement (OSCP), qui réunit les représentants des professionnels, des établissements financiers, des consommateurs et des pouvoirs publics. Elle y représente les praticiens du e-commerce. Les travaux de l'Observatoire ont notamment porté, cette année, sur le suivi statistique de la mise en œuvre de 3D secure, l'évolution des modes d'authentification, ou les paiements sans contact.

La Fevad participe désormais au Comité national des paiements scripturaux, mis en place à la suite des Assises des paiements qui ont été organisées en juin dernier.

Les conséquences de l'adoption de la DSP2 (Directive Services de Paiement 2) et du règlement européen relatif aux commissions d'interchange pour les opérations de paiement liées à une carte, font également l'objet de l'attention de la commission Paiement de la Fevad.

Enfin, la Fevad a initié en mars dernier les travaux qui conduiront à la rédaction d'un Livre Blanc, traitant plus globalement de la cybersécurité des entreprises de e-commerce.

PLACES DE MARCHÉ

L'évolution de la réglementation sur les paiements toujours suivie de près par la FEVAD

Fin 2013, l'ACPR a pris position en faveur d'une interprétation juridique conduisant à une application de la réglementation sur les services de paiement aux places de marché dites "marketplaces" e-commerce. Elle a, par ailleurs, demandé aux places de marché de se mettre en conformité d'ici à 2015 avec la législation, et elle leur a enjoint de lui fournir un rétro-planning pour le déploiement de cette mise en conformité. Compte-tenu de l'importance que revêtent les marketplaces dans le modèle économique de certains sites marchands, contribuant ainsi à leur équilibre, la Fevad accompagne les adhérents concernés.

Les marketplaces travaillent actuellement à la mise en conformité demandée par l'ACPR. La Fevad continue de suivre de près la nouvelle Directive Services de Paiement (DSP2) qui traite directement de la fourniture de services de paiement par les marketplaces, qui encaissent les commandes des consommateurs sur leur plate-forme. Elle suivra de près la transposition de ce texte européen dans la législation nationale, qui devrait intervenir d'ici 2017.

RIX DE RÉFÉRENCE,

DE NOUVEAUX REBONDISSEMENTS

L'année 2015 a été un tournant pour les dispositions légales françaises en matière d'annonces de réduction de prix. Après l'arrêté du 11 mars 2015, qui a abordé l'arrêté du 31 décembre 2008, et a mis en avant que toute annonce de réduction de prix est licite du moment qu'elle est loyale, la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE) a apporté de nouveaux rebondissements.

En effet, le 8 septembre 2015, la CJUE a rendu une ordonnance au sujet du prix de référence, en matière commerciale lors d'annonces de réductions de prix, dans laquelle elle a condamné des dispositions nationales qui prévoyaient une interdiction générale des annonces de réduction de prix ne faisant pas apparaître le prix de référence lors du marquage ou de l'affichage des prix, et ce sans évaluation au cas par cas, permettant d'établir le caractère déloyal.

La DGCCRF travaille actuellement à la rédaction d'un guide pratique en la matière, afin d'aider les entreprises à mettre en œuvre les dispositions légales fondées sur la loyauté.

La Fevad a fait remonter sa position sur le guide via notamment le Conseil du Commerce de France. Il s'agit d'un sujet important pour les adhérents de la Fevad.

Fiscalité du Numérique

La fiscalité revêt un rôle essentiel pour la compétitivité des entreprises du e-commerce, qui sont confrontées à une concurrence internationale. La Fevad exerce la plus grande vigilance à l'égard de toutes les mesures fiscales susceptibles de créer une distorsion de concurrence à l'encontre des entreprises françaises.



Elle milite pour une harmonisation et une simplification des règles fiscales au niveau de l'Union européenne, dont la complexité est un des principaux freins au développement de l'activité e-commerce transfrontière.

Soutenant le principe de lutte contre la fraude fiscale, la Fevad a travaillé sur l'ensemble des mesures proposées allant dans ce sens. Il en a été ainsi de l'extension du droit de communication, formalisée par le décret du 28 août 2015.

En juillet 2015, elle a contribué conjointement avec la Fédération des Banques Françaises, à la réflexion menée par la commission des finances du Sénat sur le recouvrement de l'impôt dans l'économie numérique. Cette mission du Sénat a abouti à deux rapports en octobre 2015, le 1^{er} proposant le paiement à la source de la TVA en matière de e-commerce et le 2nd sur la fiscalité de l'économie collaborative.

La Fevad a dû faire face dans le cadre du projet de loi de finances pour 2016, à des amendements reprenant des propositions de ces rapports, qui envisageaient des mesures nationales en matière de TVA transfrontalières, apparaissaient déséquilibrés.

Grâce à une très forte mobilisation de la fédération, qui a obtenu un soutien du Gouvernement, ces mesures n'ont pas été retenues. Toutefois la loi de finances pour 2016 a introduit une obligation pour les plates-formes d'informations de leurs utilisateurs sur leurs obligations sociales et légales. Cette nouvelle disposition devant faire l'objet d'un décret, la Fevad a travaillé au printemps 2016 avec le cabinet du ministre du budget et l'administration fiscale, afin de trouver des modalités d'application les plus pratiques possibles pour les e-commerçants.



Projet de loi République numérique

Le 26 septembre 2015, un avant-projet de loi a été publié et mis en consultation publique sur une plate-forme en ligne

La Fevad, après avoir mis en place un groupe de travail dédié à l'analyse de ce projet de loi, a tenu à participer à cette consultation en postant sur la plate-forme en ligne une contribution sur des thématiques déterminées.

Parallèlement, la Fevad a participé à l'élaboration des contributions du Medef, en pilotant le comité Droit du numérique.

Le Gouvernement a ensuite publié le projet de loi définitif le 9 décembre 2015, pour lancer une procédure d'examen accélérée au Parlement.

Le projet du Gouvernement recoupant des thématiques incluses dans des textes européens, la Fevad a tenu à solliciter l'avis de la Commission européenne, par un courrier du 18 décembre 2015.

Après avoir rencontré le rapporteur du texte le 6 janvier en prévision de l'examen par l'Assemblée Nationale, la Fevad a adressé aux députés et au Gouvernement une contribution.

Par la suite, la Fevad a été auditionnée par le rapporteur au fonds ainsi que le rapporteur des affaires économiques du Sénat. Elle a également élaboré une position contenant des propositions d'amendements transmises aux Sénateurs le 14 avril 2016. Ceux-ci ont reçu un accueil favorable et plusieurs ont été retenus et déposés.

Le projet de loi sera examiné fin juin 2016 par la commission mixte paritaire.

Environnement et Développement durable

Une volonté d'ancrer le e-commerce dans des démarches environnementales et responsables

La Fevad s'attache à représenter le point de vue des entreprises conscientes de leur responsabilité dans ce domaine, et à diffuser auprès de l'ensemble du secteur les informations essentielles au respect de la législation en vigueur. Elle veille cependant à ce que les spécificités et préoccupations légitimes des e-commerçants soient prises en compte dans l'élaboration des nouvelles règles environnementales.

Depuis 2014, la Fevad a renforcé sa coopération avec la Direction Générale de Prévention des Risques (DGPR) au sein du ministère de l'Écologie, ainsi qu'avec le cabinet de la Ministre.

Elle est aujourd'hui particulièrement engagée dans le suivi des filières de Responsabilité Élargie du Producteur (REP).

En 2015, la Fevad a participé activement à la publication des propositions du commerce en matières de

filières REP et recyclage, qui sont issues d'une matinale organisée dans le cadre du Conseil du Commerce de France le 24 juin 2015.

Une position commune du commerce a été élaborée en matière de réforme de la gouvernance des filières REP, dont le décret de révision a été publié le 30 décembre 2015.

En 2015/2016, la Fevad s'est attachée à être active dans le cadre du ré-agrément des filières emballages et papiers, en participant aux groupes de travail mis en place par le ministère, ainsi qu'aux concertations entre fédérations de metteurs en marché organisées dans les deux filières. Plusieurs notes et contributions soutenues par la Fevad ont été élaborées dans le cadre de cette concertation.

Nous avons rejoint la Fevad début 2014 et entretenons ensemble un partenariat fructueux. Nous apprécions le contact direct et personnalisé, aussi bien avec les équipes de la Fevad qu'avec les autres membres. Cela nous permet de consolider notre contribution sur la scène de l'e-commerce français et de participer avec les autres membres pour façonner l'avenir de la vente en ligne.



ALEXANDRE POMI

Country Manager France
Zalando





RÉGULER

**DIALOGUER AVEC L'ENSEMBLE
DES PARTIES PRENANTES...**

Depuis 1957, la Fevad fixe un cadre déontologique qui a pour objectif premier de fédérer ses membres autour d'une communauté de valeurs.

En adhérant à la Fevad, les entreprises s'engagent sur des règles professionnelles fondées notamment sur la transparence, la confiance et le respect des clients. Cela contribue à renforcer et à pérenniser la confiance des consommateurs, à promouvoir le e-commerce et la vente à distance.

La médiation est également l'un des engagements majeurs de la Fevad. Grâce à ce service de plus en plus sollicité, elle participe pleinement au développement des relations entre les représentants des consommateurs, les professionnels, et les autorités de contrôle.

Les codes et les chartes

Les entreprises membres de la Fevad ont adopté, dès 1957, des règles d'autodiscipline regroupées dans un code professionnel de déontologie, mis à jour régulièrement pour s'adapter aux évolutions technologiques et législatives

Ces règles professionnelles garantissent l'éthique de la profession et assurent ainsi la crédibilité et le développement de la vente à distance. Les membres de la Fevad s'engagent à respecter les principes généraux et les règles prévus par les codes et chartes de la Fevad, tant dans l'esprit que dans la lettre.

En 2012, le Code professionnel et la Charte qualité ont fusionné dans un seul et même document appelé : "Code déontologique du e-commerce et de la vente à distance - Fevad". Cette mise à jour s'est poursuivie en 2013 pour entériner le nouveau dispositif de médiation du e-commerce de la Fevad.

En 2015, ont été intégrées les récentes évolutions législatives, notamment initiées par la loi relative à la consommation du 17 mars 2014, par la loi de simplification de vie des entreprises du 20 décembre 2014 ou encore, par l'arrêté du 11 mars 2015 sur les annonces de réduction de prix.

Le Code professionnel va continuer d'évoluer pour prendre notamment en compte les pratiques des acteurs de la vente à distance : essor de la place des marketplaces dans l'activité des e-commerçants et pour prendre en compte les nouvelles dispositions légales en matière de médiation.

Charte des sites comparateurs

En 2008, une Charte a été élaborée avec les principaux acteurs du secteur, sous l'égide du Secrétaire d'État chargé du développement de l'économie numérique

La Charte comprend une série de règles de déontologie sous la forme d'engagements volontaires. Ces engagements visent notamment à promouvoir des règles de transparence et de loyauté dans la collecte et la présentation des informations proposées par les sites comparateurs, en s'appuyant sur les meilleures pratiques.

En 2009, un label a complété le dispositif. Ainsi, un audit annuel est effectué afin de vérifier la conformité des sites comparateurs signataires de la Charte aux critères établis par cette dernière.

Le 12 mai 2015, le Conseil National de la Consommation (CNC) a publié un avis afin de renforcer la transparence de l'information et la loyauté par les sites comparateurs en ligne, pour expliciter une disposition de la Loi Hamon à ce sujet. La Fevad a été le Rapporteur pour le Collège professionnel du CNC afin de mener à bien ces travaux.

Le décret d'application a été publié le 24 avril 2015. La Fevad est mobilisée pour la mise en œuvre de ces nouvelles dispositions légales. La Charte des comparateurs devrait évoluer prochainement.

Médiation

Le service de Médiateur du e-commerce de la Fevad en conformité avec les nouvelles dispositions légales

Depuis le 1^{er} janvier 2016, tous les secteurs de la consommation doivent se doter d'un dispositif de médiation qui répond à des critères légaux précis.



LES ÉTAPES CLÉS DE LA MÉDIATION DE LA FEVAD

1980 - 2012

La Fevad disposait d'un service de réclamations depuis les années 80.

Ainsi, un consommateur qui rencontrait un problème avec un adhérent de la Fédération, pouvait saisir cette dernière gratuitement. La Fédération était un intermédiaire entre les Parties. L'adhérent était tenu, déontologiquement, de répondre au consommateur et à la Fédération dans les 10 jours.

95 % des cas trouvaient une issue favorable via cette simple intervention.

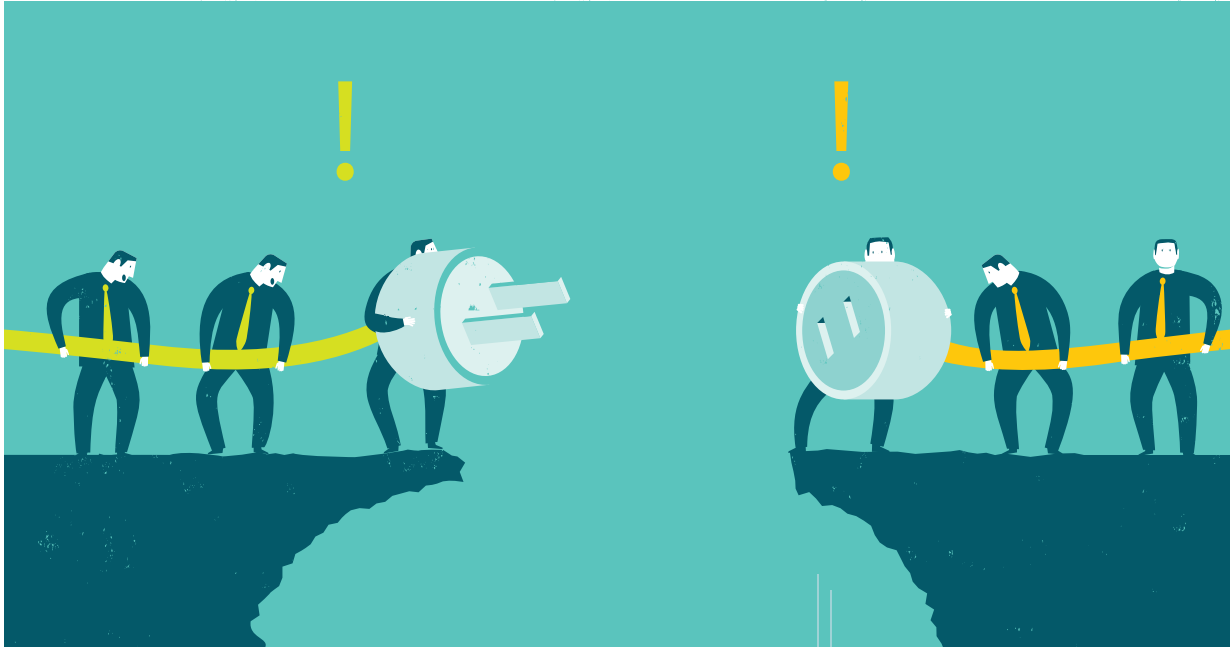
2012 - 2015

La Fevad a décidé de moderniser et de compléter son service de réclamations en le dotant d'un Médiateur afin de trouver une solution amiable, via l'intervention d'un tiers, aux 5 % des cas qui n'étaient pas résolus par la seule intervention Fevad.

Ainsi, le Médiateur n'intervenait qu'à la suite d'un cas non réglé par l'intermédiation Fevad.

Nouvelle procédure de médiation depuis septembre 2015

Afin de respecter l'Ordonnance du 20 août 2015 qui transpose la Directive européenne du 21 mai 2013, ainsi que le décret d'application du 30 octobre 2015, la médiation du e-commerce mise en place par la Fevad a dû évoluer. L'intermédiation Fevad a ainsi disparu et seul subsiste le service de médiation sous la responsabilité du Médiateur du e-commerce.



POUR ÊTRE RECEVABLE EN MÉDIATION, LE LITIGE DOIT CONCERNER

- La vente entre un vendeur adhérent B to C de la Fevad et un consommateur, agissant à des fins personnelles, tel que défini par le code de la consommation
- Les contrats formés à distance, tels que définis par le Code de la consommation
- La conformité à l'offre : produit, prix, promotion...
- La conformité à la promesse : débit, livraison, retour, remboursement...
- Le respect des garanties
- Les commandes livrées en France

Le Médiateur du e-commerce de la Fevad

- **Peut**, depuis décembre 2015, prendre en charge des litiges issus des magasins physiques des adhérents qui en font expressément la demande. Cette extension du champ d'intervention du Médiateur est ouverte pour une période expérimentale de six mois. Un bilan sera prochainement effectué. L'objectif est d'être pragmatique et de répondre au besoin des adhérents qui était de fournir une seule et même information au consommateur, que ce dernier ait acheté sur leur site Internet ou dans un de leurs magasins.
 - **Peut renvoyer**, selon les accords en vigueur, vers les médiations spécialisées dans certains produits/services (Télécommunications, Voyages, Crédit, Assurances...) ou vers les systèmes de médiation reconnus par l'Union européenne.
Un accord est actuellement en vigueur avec le Médiateur des Voyages et du Tourisme.
 - **N'intervient pas** sur des dossiers en cours ou sur lesquels ont déjà statué, pour des points identiques, d'autres médiateurs de secteurs connexes. Il en est de même, si le litige fait l'objet d'une procédure judiciaire en cours, ou a déjà donné lieu à une décision judiciaire.
Enfin, les cas pour lesquels la demande de médiation est manifestement infondée ou abusive ne sont pas recevables.
- Les parties s'engagent volontairement dans le processus de règlement à l'amiable des litiges. Elles s'engagent notamment à la stricte confidentialité des échanges au cours du processus. Une fois le litige recevable en médiation, le Médiateur s'engage à rendre un avis en 6 semaines maximum. Tout refus de mise en œuvre de cet avis par l'entreprise, doit être justifié par écrit.

LIGNE DES LITIGES

DU SERVICE DU MÉDIATEUR DU E-COMMERCE DE LA FEVAD

Le service du Médiateur du e-commerce a ouvert sa plate-forme en ligne de résolution amiable des litiges, en janvier 2016. Désormais, outre le mail et le courrier postal, le consommateur peut saisir gratuitement le Médiateur en remplissant un formulaire en ligne. Une fois son dossier recevable, il reçoit un identifiant et un

mot de passe qui lui permettent d'accéder à son espace sécurisé de médiation, de suivre et d'interagir avec le Médiateur.

Il en est de même pour l'entreprise adhérente concernée par la demande de médiation, qui accède en ligne à l'ensemble des cas recevables la concernant.

LA CRÉATION D'UN ESPACE DÉDIÉ À LA MÉDIATION SUR LE SITE DE LA FÉDÉRATION

Un espace "médiation" a été créé sur le site de la Fédération afin de renseigner au mieux les consommateurs et les entreprises de la nouvelle réglementation et du processus de médiation du service du Médiateur du e-commerce de la Fevad (voir : <http://www.fevad.com/mediation>).

En décembre 2015, Bernard Siouffi, Médiateur du e-commerce de la Fevad, a publié son rapport d'activité 2014/2015 avec le détail et le nombre de cas reçus. Il a également fait de nombreuses recommandations auprès de la Fevad et des entreprises concernées.

Il convient encore une fois de saluer l'initiative prise par la Fevad qui s'est dotée très tôt d'un système de médiation performant et efficace, anticipant ainsi sur la réglementation mise en place par les pouvoirs publics en 2015. Cette réglementation nous amène à transformer encore l'organisation et le rôle du Médiateur. La saisie en ligne, opérationnelle depuis janvier 2016, apporte un nouveau champ d'écoute et d'échanges avec les consommateurs. Nul doute que ces transformations et l'indépendance qui m'est donnée par la Fédération, apporteront ce que nous souhaitons tous : une étape complémentaire dans la confiance dans le secteur de la vente sur Internet et le respect que nous devons aux consommateurs vis-à-vis des litiges qu'ils peuvent rencontrer.



BERNARD SIOUFFI
Médiateur du e-commerce





COMMUNIQUER

RAYONNER EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

.VEILLER ET INFORMER	p. 26
.ÉCHANCHER	p. 32
.LES FAVORI DU E-COMMERCE	p. 34
.LES ENJEUX DU E-COMMERCE	p. 36
.PROMOUVOIR ET FAIRE SAVOIR	p. 38

L'ambition de la Fevad est de créer du lien au cœur de la profession, et autour.

Grâce aux multiples actions qu'elle mène chaque année, à son investissement dans les études du marché et à son implication dans toutes les relations avec les parties prenantes, elle est reconnue comme le référent en matière de e-commerce et de vente à distance.

Ses positions stratégiques en France et à l'international lui permettent d'assurer une veille constante et d'informer ses adhérents des évolutions du marché. Échanges et partages d'expériences sont les piliers des événements qu'elle organise, propose, ou auxquels elle participe toute l'année et qui nourrissent les réflexions de tous les acteurs et véritables amateurs du e-commerce et de la vente à distance. Aux niveaux national et international, elle œuvre à la promotion des e-commerçants français et contribue ainsi à leur développement.

.VEILLER ET INFORMER

Anticiper et préparer les évolutions stratégiques

La Fevad diffuse tout au long de l'année des informations inédites sur l'évolution du secteur et de son environnement technique, économique et juridique.

Une fois par an, un document de synthèse est publié : "Chiffres clés"



LES INDICATEURS

Le Service Études de la Fevad réalise une veille permanente sur l'évolution économique des marchés e-commerce et vente à distance. Un suivi régulier est réalisé et publié sous la forme d'indicateurs de conjoncture mensuels/trimestriels/annuels, qui offrent un panorama complet et détaillé sur l'évolution des marchés. Une fois par an, un document de synthèse est publié : "Chiffres clés". La Fevad collabore également avec les différents instituts officiels de statistiques, nationaux et sectoriels.

Le nombre d'indicateurs suivis augmente chaque année, nourrissant ainsi la connaissance du marché.

LES ÉTUDES

La Fevad réalise régulièrement, en collaboration avec des instituts de sondage et d'opinion, des études approfondies destinées à toujours mieux connaître, comprendre et mesurer les évolutions sur les marchés, les acheteurs, les comportements d'achat, le positionnement des acteurs...

Le marché

LE MARCHÉ E-COMMERCE, L'INDICE ICE

La Fevad suit l'évolution du marché e-commerce à partir du panel PSP* des plates-formes sécurisées de paiement et du panel ICE 40* des sites leaders (panels créés en 2005). Ces chiffres sont publiés chaque trimestre.

Les plus grands acteurs du paiement en ligne participent au panel PSP. Ils couvrent l'activité de plus de 180 000 sites marchands actifs.

La méthodologie et les données traitées sont validées chaque année par le cabinet KPMG à l'occasion de la présentation du bilan annuel.

Depuis l'année 2006, vente-privee.com a vu son développement prendre un essor considérable. Notre entreprise a dû se structurer davantage et passer, en de nombreux points, à une dimension supérieure. Tout au long de cette avancée, la Fevad nous a aidés à appréhender de nombreuses problématiques, tant sur le plan réglementaire que sur celui de la connaissance du marché.



vente-privee.com

JACQUES-ANTOINE GRANJON

PDG vente-privee.com



MARCHÉ E-COMMERCE
EN 2015

64,9

**milliards
d'€uros**
+ 14 % par rapport à 2014
source : ICE Fevad 2016

835

**millions
de transactions**
+ 19 % par rapport à 2014
source : ICE Fevad 2016

LES LEADERS DU MARCHÉ

L'indice ICE 40 : la référence incontournable

Il permet de suivre l'évolution de l'activité des sites leaders.

L'ICE 40* réunit 43 sites marchands leaders dans le domaine de la vente de produits, du tourisme et de la vente aux professionnels.

Nouveauté 2015/2016 : 2 indicateurs sur la répartition des ventes sur terminaux mobiles entre smartphones et tablettes, et, le taux de retours des produits ont été mesurés sur le panel de vente de produits pour le Bilan e-commerce 2015.

L'audience des sites leaders

Top 15 des sites e-commerce et Top 10 des sites de tourisme en ligne Fevad/Médiamétrie//NetRatings.

Médiamétrie//NetRatings et la Fevad publient chaque trimestre (depuis 2005) le classement d'audience des 15 premiers sites e-commerce tous secteurs confondus, ainsi que le classement des 10 premiers sites de tourisme à partir du panel Nielsen/NetRatings, dans lequel 25 000 panélistes sont sous mesure permanente (connexions PC).

Une Commission audience e-commerce, composée de représentants de sites marchands mandatés par le Conseil d'administration de la Fevad, veille à l'intégrité et à la qualité de la mesure d'audience.

* Pour connaître la constitution des panels : <http://www.fevad.com> ; rubrique Études



BOUTIQUE PHYSIQUES ET E-COMMERCE

63 %

des propriétaires de boutiques physiques et de sites marchands ont bénéficié d'un impact positif de leurs sites marchands vers leurs boutiques physiques



65 % Élargissement zone de chalandise

63 % Augmentation du CA en physique

54 % Augmentation de la fréquentation

49 % Clientèle mieux informée

source : Étude Oxatis/KPMG, Le profil du e-commerçant en 2016 Spécial TPE/PME

LES TPE/PME DANS L'E-COMMERCE

L'étude Oxatis/KPMG/Fevad

Oxatis publie annuellement avec la Fevad depuis 2009, les résultats d'une étude menée sous le contrôle du cabinet KPMG, auprès de ses clients TPE et PME.

L'étude décrypte le profil et les usages des e-commerçants TPE/PME, leur activité à l'export, le développement du e-commerce B to B, l'impact du WebToStore, la montée du commerce connecté à travers le m-commerce, les places de marché, les réseaux sociaux, les comparateurs de prix...

Nous avons adhéré à la Fevad au début de l'année. Cette fédération nous a offert la possibilité d'étendre notre réseau, de rencontrer les acteurs les plus importants du e-commerce, d'approfondir notre connaissance du secteur et d'apprendre notre métier d'e-commerçant. L'adhésion nous a également apporté davantage de crédibilité dans notre stratégie de digitalisation, l'assurance d'être à jour au niveau de la régulation, et une meilleure compréhension des mécanismes et des rouages du commerce en ligne.



JEAN-NOËL PENICHON

Vice-Président des Systèmes Informatiques France et Europe du Sud McDonald's France

LE COMMERCE MOBILE

L'indice iCM

La Fevad suit l'activité du canal m-commerce à travers l'iCM (depuis 2011) auquel participent une douzaine d'acteurs de vente de produits et du tourisme.

Ils communiquent à la Fevad le montant des ventes réalisées sur mobiles et tablettes (sites mobiles et applications), ainsi que le nombre de commandes (hors places de marché).

L'iCM est publié chaque trimestre par la Fevad.

LES PLACES DE MARCHÉ

L'indice iPM

L'activité sur les places de marché est suivie à travers le panel iPM (depuis 2011) qui réunit plusieurs des plus grandes places de marché.

Les places de marché communiquent le volume d'affaires réalisé par les marchands hébergés, et le chiffre d'affaires généré pour celles-ci.

L'iPM est publié chaque trimestre par la Fevad.



des ventes de produits en ligne
+ 46 % en 2015

source : Estimation iCE Fevad 2016

L'ACTIVITÉ SELON LES SECTEURS

L'indice iCE 100

La Fevad réalise un suivi mensuel détaillé par famille produits/services des ventes Internet (mis en place en 2012) et des ventes à distance : l'indice iCE 100*, auquel participent environ 60 sites B to C et 20 sites B to B.

Les résultats de l'iCE 100 sont réservés aux membres Fevad.

L'indice VAD

Depuis 2011, les données Fevad du panel iCE 100 des ventes à distance sont intégrées dans les indices Banque de France, permettant aux indices publiés mensuellement par la Banque de France sur la vente à distance et le commerce de détail, d'intégrer davantage les ventes sur Internet.

L'indice Soldes

Un baromètre des soldes sur Internet mis en place depuis 2007, offre aux sites marchands en ces périodes de pics d'activité une visibilité rapide sur l'activité des ventes en ligne.

Une trentaine de sites participent au panel soldes hiver et été, ainsi que les places de marchés. À chaque période de soldes, 3 bilans sont réalisés : J1, J1 à J6, bilan 4 semaines.

Les résultats de l'indice soldes sont réservés aux panélistes, membres Fevad.

LE MORAL DES E-COMMERÇANTS FRANÇAIS

Le baromètre Fevad/LSA

Pour la 5^e année, la Fevad et LSA ont enquêté auprès des dirigeants des principaux sites de e-commerce sur leur moral et leurs perspectives de développement.

Cette étude réalisée en début d'année "prend la température" des e-marchands : elle interroge leur niveau d'optimisme, de stress et concrètement leurs intentions d'investir et de recruter pour l'année à venir, les stratégies marketing mises en avant et les principaux leviers de croissance envisagés.

L'international

LES MARCHÉS E-COMMERCE EN EUROPE ET DANS LE MONDE

Les études ECommerce Europe

Chaque année, ECommerce Europe, l'association européenne du e-commerce fondée en 2012, publie les chiffres du e-commerce à travers un rapport Européen et un rapport Monde qui regroupent l'ensemble des données chiffrées disponibles sur les différents marchés e-commerce, les tendances et les prévisions. Les études complètes sont accessibles gratuitement pour les membres des différentes associations européennes.



source : Baromètre Fevad/LSA mars 2016



source : Baromètre Fevad/LSA mars 2016



source : Observatoire du Consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016

* Pour connaître la constitution des panels : <http://www.fevad.com> ; rubrique Études

Les consommateurs

Le nombre, le profil et la fréquence d'achat des acheteurs en ligne, issus de l'Observatoire des Usages d'Internet de Médiamétrie, sont suivis chaque trimestre dans le cadre du baromètre Fevad/Médiamétrie//NetRatings.

De même, l'évolution des requêtes des internautes dans le moteur de recherche Google fait l'objet d'un suivi mensuel depuis 2013, l'indice Fevad/Google réservé aux membres Fevad.

LES PÉRIODES CLÉS : NOËL ET LES SOLDES

Le baromètre – Fevad/Médiamétrie//NetRatings (8^e édition en 2015) réalisé en octobre 2015 auprès de 3 000 internautes permet d'évaluer leurs intentions d'achat pour Noël.

Mené quelques jours après Noël, le baromètre Fevad/CSA Bilan Noël (13^e édition en 2015) auprès de 1 000 e-acheteurs permet de dresser le bilan des achats de Noël en ligne, de l'évolution des comportements et de la satisfaction des acheteurs.

À la veille du démarrage des soldes d'hiver 2016, le baromètre Fevad/CSA soldes d'hiver, mis en place en 2003, interroge 1 000 e-acheteurs sur leurs intentions de faire les soldes en ligne.



LES PERSPECTIVES D'ACHAT SUR INTERNET EN 2016

Le baromètre Fevad/CSA

Ce baromètre mesure chaque année (auprès de 1 000 e-acheteurs) les perspectives d'achat sur Internet, les nouvelles tendances de consommation et fait le bilan des attentes des e-acheteurs.

L'OBSERVATOIRE DU CONSOMMATEUR CONNECTÉ

Une étude Fevad/Médiamétrie//NetRatings

Lancée en mai 2015, cette nouvelle étude décrypte l'ensemble des comportements et usages des internautes en matière de e-commerce et détaille les parcours d'achats online de 7 catégories produits/ tourisme.

Les secteurs

LE MARCHÉ E-COMMERCE DE L'HABILLEMENT

Un partenariat Fevad/IFM

La Fevad publie chaque année avec l'Institut Français de la Mode (IFM) un bilan de l'évolution du marché de la mode et de l'habillement sur Internet.

Les indices VAD publiés chaque mois dans le Distri-Bilan de l'IFM sont le fruit de la collaboration Fevad/IFM.

LE MARCHÉ E-COMMERCE DES BIENS D'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON ET DES BIENS CULTURELS

Un partenariat Fevad/GfK

Chaque année la Fevad s'associe à GfK pour dresser un bilan du e-commerce en France, sur les biens d'équipement de la maison et les biens culturels.

TRANSITION NUMÉRIQUE ET COMMERCE B TO B

Une étude Fevad/DGE/NextContent/Credoc

La Fevad a mené en 2015, avec le soutien de la Direction Générale des Entreprises et de plusieurs sponsors, Intershop, Oxatis, et Stibosystems, une étude originale sur le commerce inter-entreprises en France : réalisée par le cabinet d'étude NextContent, en collaboration avec le Credoc. L'étude inédite en France fait un état des lieux complet sur la transition numérique en matière de commerce inter-entreprises. D'abord en procédant à une évaluation de ce marché qui, à lui seul, représente déjà près de 500 milliards d'euros. Ensuite, en mettant en perspective le processus de transition numérique et ses conséquences, à partir des résultats de l'enquête menée auprès de distributeurs dans 8 grands secteurs.

L'étude a été présentée lors de la 10^e édition des rendez-vous du commerce, en présence de Madame la Secrétaire d'État chargée du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation et de l'Économie sociale et solidaire.

LE MARCHÉ DU DRIVE

Un partenariat Fevad/Nielsen

Nielsen, en partenariat avec la Fevad pour la 2^e année consécutive, fait le point sur ce nouveau mode de distribution qui poursuit son ancrage dans le quotidien des Français.

L'ÉVALUATION DU MARCHÉ DU COLIS EN FRANCE

Un partenariat Fevad/Deliver

Dans le cadre des travaux de la commission logistique et du projet de l'Observatoire de la logistique e-commerce, la Fevad produira régulièrement des indicateurs macro-économiques sur l'évolution du marché des colis, les évolutions de ses caractéristiques (domicile/hors domicile...), de ses acteurs et de leurs parts de marché (voir détails p. 46).

39 %	des acheteurs ont eu recours aux sites collaboratifs en 2015, 62 % projettent d'y recourir en 2016
16 %	des acheteurs y ont eu recours en tant que vendeur en 2015, 27 % ont l'intention d'y recourir en 2016

source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2016

ÉCHANGER

Décrypter les tendances futures

La Fevad est un lieu de rencontres et d'échanges entre professionnels, experts, représentants du monde associatif, des institutions et des pouvoirs publics. Elle propose des déjeuners, conférences, colloques, réunissant les meilleurs experts autour de thématiques présentant un intérêt essentiel pour les entreprises du secteur.

CHAQUE ANNÉE, LA FEVAD INTERVIENT DANS UN GRAND NOMBRE DE COLLOQUES ET CONFÉRENCES

La Fevad permet également à ses membres de bénéficier de tarifs préférentiels dans le cadre de manifestations qu'elle parraine. Pour plus d'informations sur les réunions des commissions (voir p. 33).

LES ENJEUX E-TOURISME FEVAD ECHO TOURISTIQUE



Les Enjeux E-tourisme ont été créés en 2013 en partenariat avec l'Echo Touristique.

Ces petits déjeuners trimestriels réunissent, notamment, les responsables des principaux sites de voyage afin de favoriser l'échange et le partage d'informations autour de thématiques représentant des enjeux stratégiques pour le développement d'Internet dans le tourisme. Les Enjeux E-tourisme ont pour vocation de réunir tous les types d'agences (agences de voyages physiques et pure-players) qui ensemble, contribuent à développer ce secteur au service des consommateurs. Parmi les grands témoins reçus : Afnor Certification, Airbnb, Google, GuestTo-Guest, iAdvize, Voyages-sncf.com, Voyageurs du Monde...

ATELIERS INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT

Organisés tout au long de l'année par la Fevad, ces ateliers réunissent experts et professionnels. Voici les principaux thèmes abordés en 2015/2016 :

- **16 septembre** - Présentation par Converteo des résultats d'une enquête annuelle sur les pratiques de l'A/B testing et de la personnalisation web en France en partenariat avec Kameleoon
- **2 décembre** - Atelier Fevad/Google sur les "best practices" en matière de référencement
- **30 mars** - Comment le contenu généré par les consommateurs transforme l'expérience achat des consommateurs avec Bazaarvoice
- **28 avril** - Atelier "Accessibilité et E-commerce des sites marchands aux personnes aveugles et malvoyantes et des services clients aux personnes sourdes et malentendantes"
- **31 mai** - Développer vos ventes à l'international et boostez votre ROI avec Lengow et TextMaster

LES CONFÉRENCES & COLLOQUES

La Fevad organise régulièrement des conférences ou colloques pour ses adhérents. Ces conférences ont lieu à l'occasion d'événements réunissant les professionnels du secteur, tels les salons, ou dans le cadre de colloques spécifiques organisés par la Fevad.

Organisées périodiquement, ces rencontres sont un moment d'échanges et de partages pour nos adhérents. Autour d'un débat avec des personnalités ou d'une conférence, parfois suivies d'un déjeuner ou d'un cocktail, elles créent un environnement convivial propice aux échanges et aux nouveaux contacts.

Chaque année, la Fevad organise de nombreuses conférences et multiplie les interventions et partenariats dans le cadre de conférences autour de la VAD et du e-commerce. Parmi les principales manifestations organisées en 2015/2016

Septembre 2015

- Conférence de presse de rentrée en ouverture du salon e-commerce Paris :
 - Présentation aux journalistes et chefs d'entreprise des résultats des ventes en ligne pour le 1^{er} semestre 2015
 - Zoom sur le marché de la mode et de l'habillement sur Internet avec l'IFM et Médiamétrie//NetRatings
- La Fevad et ses adhérents se retrouvent au Salon e-commerce Paris 2015. La Fevad organise ou participe à plusieurs conférences et ateliers experts :
 - Réglementation e-commerce : ce qui va changer
 - Conférence plénière sur la logistique : restitution de l'étude collaborative Fevad/FanVoice sur les attentes des clients en matière de logistique, inauguration de l'Observatoire de la logistique e-commerce

Octobre 2015

- Les Enjeux E-tourisme avec Jean-François RIAL, PDG de Voyageurs du Monde
- Conférence inaugurale du Salon Conext de Lille : "Comment les marques révolutionnent l'expérience client digitale et en magasin" avec Médiamétrie et le Pôle Ubiquitaire
- La Fevad partenaire du Retail Tour organisé par Phocéis et Altavia
- Les rendez-vous du Commerce Fevad/DGE : présentation de l'étude sur la transition du Numérique des entreprises en présence de Madame Martine Pinville, Secrétaire d'État en charge du Commerce

Novembre 2015

- Conférence : bilan des ventes sur Internet au 3^e trimestre 2015, "Les intentions d'achats de Noël sur Internet" avec Médiamétrie. Étude GfK sur le marché

e-commerce des biens d'équipement de la maison et des biens culturels

Décembre 2015

- La 9^e Nuit des Favori du e-commerce (voir p. 34)

Janvier 2016

- Bilan du e-commerce français en 2015. Présentation de la 6^e édition du Baromètre sur le profil des e-commerçants Oxatis. Étude sur les perspectives d'achat sur Internet fixe et mobile en 2016 réalisée par CSA

Février 2016

- ECommerce Europe National Associations Day
- InBanque, journée organisée par NextContent
- Futur of Retail, retour de la NRF en partenariat avec HubForum

Mars 2016

- La Fevad est partenaire de la 6^e édition du Salon e-commerce One to One, la Fevad a organisé un atelier juridique "Au nom de la Loi ! Tout sur les dernières nouveautés juridiques expliquées aux non-juristes !" animé par Marc Lolivier - Délégué Général de la Fevad, Laure Baëté - Affaires Juridiques Fevad
- Elle a également présenté lors d'un atelier animé par Bertrand Pineau, les résultats 2016 de l'Observatoire de la qualité de service logistique e-commerce

Mai 2016

- Conférence de présentation des résultats du 1^{er} trimestre 2016. Zoom sur le "Drive", nouveau mode de distribution entré dans les habitudes des consommateurs français, avec Nielsen

Juin 2016

- 5^e édition des Enjeux e-commerce (voir p. 36)

LES FAVOR'I DU E-COMMERCE



“Le” prix de référence et “le” rendez-vous attendu des professionnels fêtera en 2016 sa 10^e édition

Quel meilleur endroit que les Favoris, l'événement majeur du e-commerce, pour nous permettre d'appréhender et de passer en revue ce qui se fait de mieux aujourd'hui dans notre secteur...

Cette année encore, devant les 600 principaux décideurs du e-commerce, la qualité des synergies Internet/magasin, l'optimisation du parcours d'achat, la quête de l'excellence dans la relation client mais aussi, l'audace créatrice des jeunes créateurs d'entreprise qui réinventent le commerce moderne grâce au développement de nouvelles offres, ont été mis sous les projecteurs du Studio Gabriel.

Le Top 100 du e-commerce était réuni pour découvrir le palmarès 2015 décerné par un Jury de professionnels et d'experts tous passionnés par le e-commerce, et par les internautes invités lors d'un sondage réalisé

avec l'appui de Médiamétrie à élire leur site préféré à partir d'une grille de notation mettant en avant 5 critères : le choix de l'offre, l'ergonomie du site, le rapport qualité/prix, le service client et la politique RSE.

Une soirée suivie bien au-delà des murs du Studio Gabriel puisqu'elle était diffusée en direct sur le Journal du Net et très présente sur les réseaux sociaux : près de 2 600 tweets ont été recensés pendant la cérémonie (#NDF15 est passé en Trending Topics en France à 22h11, il l'était dès 19h dans les principales villes françaises).

Nous sommes très heureux d'avoir remporté le prix Or du Meilleur Espoir de la Fevad. Cela montre le chemin parcouru en 3 ans grâce au talent des équipes et le potentiel du marché sur lequel nous sommes positionnés. Ce prix a évidemment contribué à renforcer notre crédibilité auprès des investisseurs lors de notre dernière levée de fond, mais aussi à attirer de nouveaux talents et nous donner de la visibilité auprès de partenaires potentiels. Nous voulions remercier la Fevad de mettre en avant les entrepreneurs et les aventures comme la nôtre. Merci pour les conseils et les belles rencontres, merci pour cette reconnaissance de la part de toute l'équipe ManoMano !



manomano

PHILIPPE DE CHANVILLE & CHRISTIAN RAISSON

Co-fondateurs ManoMano



MEILLEUR SITE E-COMMERCE DE L'ANNÉE



FAVORI DES INTERNAUTES

- Meilleur site de voyages
vente-privee.com
- Meilleur site de produits techniques
amazon.fr
- Meilleur site de mode
H&M
- Meilleure site d'équipement de la maison
ikea.com
- Meilleur super-hyper marché en ligne
Leclercdrive.fr
- Meilleure place de marché
ebay.fr
- Meilleur site de mode pour enfants
vertbaudet.fr
- Meilleure application mobile
amazon.fr
- Meilleur site de vente aux professionnels
raja.fr

PRIX DU MEILLEUR ESPOIR

- **OR** : ManoMano.fr
- **ARGENT** : labelleassiette.fr
- **BRONZE** : batiwiz.com

Plus d'infos : www.favori.fevad.com

FAVORI DU JURY

- Catégorie Innovation
Sephora pour Sephora Flash
- Catégorie communication (en partenariat avec CBNEWS et le SRI) meetic.com et l'agence Buzzman pour la campagne #LoveYourImperfections
- Nouveau site/nouvelle application
Fnac.com

LES ENJEUX E-COMMERCE 2015

LES ENJEUX
E-COMMERCE
2015

Lancés en 2012 par la Fevad



L'objectif à travers cet événement : forger vos convictions, nourrir votre vision de l'avenir et vous livrer de nouvelles grilles de lecture, afin de développer votre performance et votre leadership

La 4^e édition des Enjeux du e-commerce s'est tenue le 2 juillet 2015 en clôture de l'Assemblée générale de la Fevad au Studio Gabriel, à deux pas des Champs-Élysées. Le thème proposé pour cette édition "Drive the digital change : provoquer l'avenir ou le subir", a particulièrement nourri les réflexions. Un programme exceptionnel, plus de 26 intervenants de haut vol : Raphaël Enthoven, Sébastien Bazin, Alexandre Bompard... des tables rondes mêlant sociologie, philosophie, neurosciences, commerce, design et technologie ont apporté des éclairages différents et passionnants tout au long de la journée.

Paroles d'experts et partages d'expériences ont aussi illustré les problématiques quotidiennes des e-commerçants. De l'acte d'achat à la livraison, en France ou à l'international, toutes les nouvelles tendances et attentes du e-commerce ont été évoquées. Un concours de start-ups et deux études exclusives dont l'une réalisée en partenariat avec FanVoice ont permis aux internautes de s'exprimer et d'imaginer l'expérience e-commerce de demain, directement sur une plate-forme de cobrainstorming.



L'ÉDITION 2015 EN CHIFFRES

- Plus de 7 heures de conférences
- 26 intervenants dont 25 % d'internationaux
- Plus de 650 participants dont plus de 66 % de dirigeants
- 1 concours de start-ups – 2 études exclusives
- 2 600 tweets
- 98 % des participants sont satisfaits
- 93 % des participants recommandent "Les Enjeux e-commerce"

En 2016, pour aider les acteurs du e-commerce à anticiper les grandes ruptures qui s'annoncent, nous avons souhaité placer cette édition sous le thème "Generating New Value". C'est donc la valeur qui sera au centre des sujets traités au long de la journée.



La Fevad a lancé en décembre 2014 le Lab Fevad dédié à la prospective et l'innovation

Il est le reflet de sa volonté d'accompagner les acteurs dans l'identification, la compréhension et l'anticipation des nouvelles tendances. Le Lab Fevad vient renforcer l'important dispositif d'intelligence économique déjà en place au sein de la fédération. Il complète les travaux et échanges lors de nos différentes conférences

et au sein de nos Commissions, il enrichit les études et enquêtes produites par le service Études. Il s'agit donc d'un nouvel outil supplémentaire, mis au service des adhérents et de la connaissance générale du secteur. Le Lab Fevad est propulsé par Innovation is Everywhere.

.PROMOUVOIR ET FAIRE SAVOIR

Développer la profession

La présence de la Fevad sur toutes les grandes manifestations, salons et événements qui s'adressent aux professionnels de la vente à distance et du e-commerce est incontournable. Organisatrice, intervenante ou partenaire de ces rendez-vous, la Fevad assure la promotion et la bonne visibilité de la profession, apporte son éclairage sur les enjeux du secteur et diffuse les informations qui émanent du marché ou l'impactent.

Salons et événements de grande envergure, conférences de presse, ateliers et rencontres thématiques, interventions en plénière ; autant d'opportunités pour les acteurs du secteur de se retrouver et d'échanger pour construire l'avenir du e-commerce et de la vente à distance.

Les salons

E-COMMERCE ONE TO ONE

Depuis son lancement en 2011, la Fevad est un partenaire exclusif des rendez-vous d'affaires organisés par e-business/Com-exposium. Cette année encore, la Fevad a accompagné et soutenu le salon qui s'est tenu en mars 2016 à Monaco. Elle y organise également son Conseil d'Administration et a animé 2 ateliers sur l'actualité juridique et la logistique du e-commerce.

E-COMMERCE PARIS

La Fevad a renforcé son partenariat et sa présence sur le salon e-commerce Paris. À cette occasion, elle a organisé et animé plusieurs événements : sa conférence de presse de rentrée sur les chiffres du 1^{er} semestre, 3 sessions spéciales sur la protection des données, l'innovation et la logistique ainsi que sur le e-commerce et l'environnement. L'espace Executive Lounge, réservé aux adhérents de la Fevad, a cette année encore été un lieu d'échanges privilégiés.

#CONEXT

LE SALON DU COMMERCE CONNECTÉ

La Fevad a renouvelé son soutien au salon dont elle est l'un des partenaires historiques. Chaque année, elle organise la conférence inaugurale.



des équipés ont acheté à partir de leur smartphone en 2015

34 % des 25-34 ans

32 %

des équipés ont acheté à partir de leur tablette en 2015



source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2016

Les médias

Depuis 50 ans, la Fevad est une source d'informations privilégiée. La fiabilité des informations qu'elle communique est reconnue par les organismes officiels de statistiques et les médias.

Outre les données chiffrées qu'elle produit, ses analyses sur l'évolution de la VAD et du e-commerce sont régulièrement relayées par les journalistes au travers d'articles et d'interviews. Chaque année, ce sont plus d'un millier d'articles qui sont publiés, tant dans la presse généraliste que dans la presse spécialisée.

En 2015, la Fevad a diffusé 25 communiqués de presse qui rendent compte de l'ensemble des travaux qu'elle mène, de ses analyses du marché et des données statistiques recueillies.

Les 4 conférences de presse données par la Fevad s'articulent autour de la publication des résultats trimestriels et semestriels du marché et d'une thématique majeure pour le secteur. Elles réunissent régulièrement 80 à 100 participants.



Septembre 2015

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

DES VENTES EN LIGNE

du 1^{er} semestre 2015

Zoom sur le marché de la mode et de l'habillement sur Internet, avec l'IFM et Médiamétrie//NetRatings.

Novembre 2015

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

DES VENTES EN LIGNE

du 3^e trimestre 2015

Les intentions d'achats de Noël sur Internet avec Médiamétrie.

Étude GfK sur le marché e-commerce des biens d'équipement de la maison et des biens culturels.

Janvier 2016

BILAN DU E-COMMERCE FRANÇAIS

en 2015

Présentation de la 6^e édition du Baromètre sur le profil des e-commerçants Oxatis.

Étude sur les perspectives d'achat sur Internet fixe et mobile en 2016 réalisée par CSA.

Mai 2016

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

DES VENTES EN LIGNE

du 1^{er} trimestre 2016

Zoom sur le "Drive", nouveau mode de distribution entré dans les habitudes des consommateurs français, avec Nielsen.

Les communiqués et conférences de presse bénéficient d'une large couverture médiatique aussi bien de la part de la presse écrite que des radios et télévisions, sans oublier bien sûr Internet.





STRUCTURE ET ORGANISATION

AGIR POUR LE E-COMMERCE ET LA VENTE À DISTANCE

.CONSEIL D'ADMINISTRATION	p. 42
.COMMISSIONS	p. 43

Toutes les actions de la Fevad sont portées par son Conseil d'Administration, qui définit les orientations stratégiques, et déployées au quotidien par son équipe de permanents.

Des dizaines d'experts sont également réunis au sein des commissions ou à l'occasion d'événements spécifiques, pour apporter leurs éclairages professionnels sur les grandes tendances qui impactent le e-commerce et la vente à distance.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

● LE PRÉSIDENT

François MOMBOISSE

● LE DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL

Marc LOLIVIER

Les administrateurs au 03/03/2016

● LES VICE-PRÉSIDENTS

CDISCOUNT

Emmanuel GRENIER,
Président Directeur Général

FNAC

Enrique MARTINEZ,
Directeur Général

GROUPE CARREFOUR

David SCHWARZ,
Directeur On line non alimentaire

LA REDOUTE

Nathalie BALLA,
Co-Présidente

ONEY BANQUE ACCORD

Nicolas DREYFUS,
Directeur Général

VENTE-PRIVEE.COM

Xavier COURT,
Directeur Général Associé, Co-fondateur

● LES ADMINISTRATEURS

3SI **Denis TERRIEN,** Président

COFIDIS **Annie GAIN,** Présidente du Directoire

DAMARTEX **Patrick SEGHIN,** Président du Directoire

ENVIE DE FRAISES **Anne-Laure CONSTANZA,** Fondatrice

FRANÇOISE SAGET **Marie-Françoise KERHUEL,** Présidente MK Direct

FRED **Rachel MAROUANI,** Présidente

LDLC **Olivier de la CLERGERIE,** Directeur Général et Co-fondateur

MANUTAN **Pierre-Olivier BRIAL,** Directeur Général Délégué

Pecheur.com **Olivier BERNASSON,** Président

RAJA **Nathalie CHAPUSOT,** Directrice Générale Déléguée

RUE DU COMMERCE **Albert MALAQUIN,** Président Directeur Général

SHOWROOMPRIVE.COM .. **Thierry PETIT,** Co-fondateur & Directeur Général

TELESHOPPING **Jérôme DILLARD,** Directeur Général

VOYAGES-SNCF.COM **Franck GERVAIS,** CEO

WILLEMSE FRANCE **Ludovic DEWAVRIN,** Directeur Général

YES ROCHER **Christophe COUSSEN,** Directeur Digital et Marketing Groupe

Vos contacts

● ASSISTANTE DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL

Stéphanie BRIATTE
sbriatte@Fevad.com

● AFFAIRES ÉCONOMIQUES, JURIDIQUES ET ENVIRONNEMENTALES

Marine POUYAT
mpouyat@Fevad.com

● RESPONSABLE DU SERVICE ADHÉRENTS

Claire MORRE
clmorre@Fevad.com

● RESPONSABLE COMMUNICATION

Nathalie LAÎNÉ
nlaine@Fevad.com

● RESPONSABLE DU SERVICE ÉTUDES

Claire VESQUE
cvesque@Fevad.com

● RESPONSABLE VEILLE, INNOVATION, DÉVELOPPEMENT

Bertrand PINEAU
bpineau@Fevad.com

● AFFAIRES ÉCONOMIQUES ET JURIDIQUES

Laure BAËTÉ
lbaete@Fevad.com

● MARKETING DIRECT ET RELATIONNEL

Magali REBEYRAT
mrebeyrat@Fevad.com

● RECHERCHE ET DOCUMENTATION

Christine CARETTE-DELANDE
cdelalande@Fevad.com

● MÉDIATION RELATIONS AVEC LES CONSOMMATEURS

Nadia WAGNER
nwagner@Fevad.com

.COMMISSIONS

Réunir les experts et les professionnels



COMMISSION AFFAIRES JURIDIQUES

Présidée par Béatrice DEFOSSE, Directeur Juridique du Groupe 3SI

Elle réunit plus d'une cinquantaine de directeurs juridiques et juristes d'entreprise toutes les 6 semaines. Elle travaille plus particulièrement sur les questions d'interprétation de la réglementation et sur les évolutions législatives et jurisprudentielles. Elle participe directement à l'action de la Fevad dans le domaine réglemen-

taire, notamment dans l'élaboration de propositions ou de contributions écrites relatives à des projets de réglementation.

En fonction des sujets d'actualité et à la demande de ses membres, des groupes de travail composés d'experts sont créés en son sein, afin de répondre à des problématiques spécifiques.

COMMISSION B TO B

Animée par Barbara BLENY, spécialiste indépendante du marché de la vente aux professionnels, la commission est composée d'experts B to B, leaders dans le secteur. Elle s'intéresse plus particulièrement à l'évolution de l'environnement économique, marketing et réglementaire sous l'angle B to B.

Outre l'échange entre professionnels, elle participe à la mise en œuvre de projets et d'actions spécifiques au secteur de la vente aux professionnels.

En 2015, elle a également participé à la réalisation de l'étude sur la Transition Numérique des Entreprises et le B to B. Un groupe ad hoc sur le réseau social LinkedIn permet également aux participants de s'informer et/ou de poursuivre les échanges.

Parmi les thèmes abordés en 2015/2016

- Optimisation des sites
- Mesures de la satisfaction et écoute clients
- Dernières tendances en matière d'innovations du marketing direct interactif et du marketing viral
- Potentiel des réseaux sociaux
- Efficacité du référencement
- Stratégie mobile en B to B
- Protection des données pour la vente aux professionnels
- Les marketplaces B to B
- Le chat communautaire



COMMISSION ENVIRONNEMENT

Présidée par Camille Caron, Manager RSE, La Redoute

La commission environnement se réunit tous les trimestres en formation plénière, des groupes de travail thématiques ont lieu dans la même journée. Elle réunit une trentaine de participants chaque trimestre.

Elle travaille sur l'application des obligations environnementales aux entreprises du e-commerce, ainsi qu'à l'adaptation des problématiques de développement durable au secteur.

Des interventions d'experts extérieurs et des représentants des éco-organismes sont régulièrement intégrées au programme des réunions.

Suite à la nomination de Camille Caron, La Redoute, en novembre 2015, une feuille de route pour 2016 a été élaborée par la commission environnement comprenant trois axes d'actions :

- Les Filières REP

Renforcer la participation et l'expertise de la Fevad sur le sujet des REP auprès des pouvoirs publics, notamment dans le cadre de la révision de la gouvernance publique en attribuant une partie des sièges de la Fevad à des adhérents.

Renforcer le dialogue étroit avec les éco-organismes.

Continuer la concertation avec les autres fédérations du commerce sur la thématique commerce et recyclage.

- Développer la communication autour des actions positives des e-commerçants en matière environnementale et de développement durable

La Fevad a été partenaire du Grand prix Essec du commerce responsable pour 2016, dont plusieurs adhérents figurent parmi les nommés.

- Entreprendre des travaux sur les sujets de l'emballage et du transport en matière de e-commerce en concertation avec la commission logistique

La Fevad a débuté un cycle de groupes de travail dédiés dont deux ont eu lieu avec éco-emballages au 1^{er} semestre 2016.

Un atelier dans le cadre de la commission logistique sur les emballages s'est également tenu.

Plus largement les participants de la commission environnement ont souhaité que des ateliers sur des sujets dépassant le cadre de la commission soient mis en place par la Fevad.

Il en est ainsi de l'atelier sur l'accessibilité des sites de e-commerce aux malvoyants et aveugles et des services clients aux sourds et malentendants du 28 avril 2016, qui ouvre un cycle de réflexions sur le sujet au sein de la Fédération.

Parmi les thèmes abordés en 2015/2016

- Actualités des filières de Responsabilité Elargie du Producteur : DEA, DEEE, emballages, papiers, textiles
- Emballages spécifiques au e-commerce
- Étiquetage énergie
- Gouvernance des filières REP
- Impact des émissions de gaz à effet de serre dans le transport
- Interdiction des sacs plastique
- Obsolescence programmée
- Projet de loi transition énergétique
- Ré-agrément des filières papiers et emballages
- Signalétique de tri

Prochain Livre Blanc Fevad

Les enjeux de la cybersécurité pour les sites de e-commerce

Les accès frauduleux aux sites et/ou aux systèmes d'information des entreprises se multiplient. Ils conduisent le plus souvent à des vols massifs de données personnelles, qui nourrissent dans un cercle vicieux le phishing, les fraudes aux cartes de paiement, les intrusions illicites dans les systèmes et/ou les comptes clients, les fraudes dites "au président"... puis à nouveau le vol de données, et ainsi de suite.

Les dommages peuvent alors être considérables pour les entreprises victimes comme pour les clients/consommateurs. Dommages financiers, juridiques, business mais aussi risque d'image durablement détériorée.

Cela jette également la suspicion sur l'ensemble des acteurs qui ont à traiter des données clients... sans parler de la perte de confiance des consommateurs.

Les mesures à prendre pour lutter contre la cybercriminalité seront bien sûr techniques mais elles devront également être d'ordre organisationnel et même impliquer des changements de comportement dans l'entreprise comme chez les clients et/ou usagers des services en ligne !

La Fevad, à travers la publication d'un Livre Blanc, entend signifier l'importance qu'elle porte au sujet de la cybersécurité des entreprises de e-commerce et qu'elle en mesure parfaitement les enjeux pour l'ensemble du secteur.

Elle souhaite jouer son rôle de fédération d'un secteur particulièrement vulnérable à cette nouvelle donne en participant à des travaux de sensibilisation et d'accompagnement des e-commerçants pour renforcer la cybersécurité.

L'objectif du Livre Blanc n'est pas d'être un manuel technique. Il sera rédigé dans une optique de vulgarisation des problématiques traitées. Il sera nourri de retours d'expérience d'une douzaine de grands acteurs du e-commerce qui témoigneront de façon concrète sur leur démarche et leur stratégie en matière de cybersécurité. Il vise à proposer un vade-mecum à l'intention des dirigeants de sites de e-commerce en France, sur les fondamentaux de la mise en place et du suivi d'une véritable politique de prévention des risques de cybercriminalité dans le e-commerce.

Sortie prévue pour la rentrée de septembre 2016.

Conforama est un acteur majeur de l'équipement de la maison qui a initié son aventure e-commerce il y a plus de 10 ans maintenant. L'évolution rapide de ce secteur, entraîne avec elle la métamorphose des habitudes de consommation de nos clients, cela nous oblige à nous entourer des meilleurs experts et en tout état de cause, à adhérer à la Fevad. C'est un excellent lieu d'échanges, de partages mais également d'enseignements sur les évolutions du marché, les tendances à venir et la législation. Tout ceci nous aide à établir notre stratégie cross-canal.



Conforama

DAVID ALMEIDA

Directeur E-Commerce et Marketing Conforama

COMMISSION COMPARETEURS

Cette commission réunit les sites comparateurs adhérents à la Charte des sites comparateurs. Elle a participé, via la Fevad, à l'élaboration de l'avis du Conseil National de la Consommation sur les obligations d'information des sites comparateurs en ligne qui a servi de base au décret d'application du 24 avril 2016, qui explicite un nouvel article de la Loi Hamon sur la loyauté des comparateurs.

COMMISSION LOGISTIQUE/TRANSPORT

La commission logistique de la Fevad a été particulièrement active au cours de cette dernière année. Présidée par Olivier Theulle, Directeur des Opérations du groupe FNAC, elle a pour mission de favoriser l'échange d'informations et le partage d'expériences entre les acteurs du e-commerce dans tous les domaines relatifs au transport et à la logistique, afin de permettre une meilleure anticipation des évolutions de l'offre et de la demande dans ces domaines.

Elle définit également les positions de la Fédération en matière de réglementation et le cas échéant sur le plan de la régulation économique du secteur, aussi bien au niveau national que sur le plan européen, en liaison étroite avec ECommerce Europe (ECE). La commission logistique a proposé à ses membres 4 tables rondes thématiques avec les responsables, au plus haut niveau, des prestataires de la profession :

- Les encombrants (A2DIS, FedEx, Girard Agediss, Géodis, Guisnel Distribution, VIR, Mondial Relay, Relais colis)
- Les acteurs du "same day", livraison le jour même (Colisweb, Drivoo, Deliver.ee, Stuart)
- Le packaging (Raja, Neopost, Smurfitkappa, Repack)
- La gestion des retours (Colissimo, Ingram Micro, Shop Run Back)

Elle a poursuivi le développement de l'Observatoire de la logistique e-commerce, en partenariat avec Stéphane Tomczak qui en est l'opérateur technique.

OBSERVATOIRE LOGISTIQUE E-COMMERCE (LIVRAISON ET REVERSE LOGISTICS)

L'objectif de cet Observatoire, initié par la commission logistique/Transport de la Fevad, est de mesurer la performance des flux logistiques aller et des flux de reverse logistics. Ce projet couvre aujourd'hui la logistique France mais a vocation à s'exporter vers d'autres pays (à commencer par le Royaume-Uni et l'Allemagne).

Il est constitué d'une base de données alimentée automatiquement pour apporter une connaissance en temps (quasi) réel des flux de e-logistique (big data), de la commande à la prise en mains effective par le consommateur (click-to-possession), et ainsi guider la décision des acteurs privés (objectif d'amélioration continue) et des acteurs publics (meilleure prise en compte de l'insertion des flux e-commerce sur le territoire).

Il vise à soutenir l'excellence opérationnelle de la filière logistique e-commerce (flux aller et reverse), à diminuer notamment les externalités négatives des livraisons e-commerce, principalement en centre-ville (logistique urbaine durable).

Après un an d'existence, il est constitué des informations de "tracking" de plus de 40 millions de colis par an (10 % du e-commerce français).

Des résultats sont attendus à plusieurs niveaux

- Meilleure connaissance de la cartographie des flux physiques
- Amélioration de la qualité de service de l'ensemble des acteurs de la chaîne (e-commerçants, logisticiens, transporteurs) en devenant un tableau de bord opérationnel partagé par toute la filière
- Amélioration de la délivrabilité des commandes tout en diminuant la congestion urbaine en devenant un outil d'aide à la décision auprès des collectivités territoriales (réglementation urbaine et aménagement du territoire)
- La méthode de calcul et les différents résultats sont validés par un comité scientifique composé de chercheurs en supply chain (Ifsttar, LET, Mines Paris Tech, Université du Havre), de pôles de compétitivité (Novalog et Picom), de représentants des pouvoirs publics (Commission européenne, Ministère de l'Économie, DGE...), et d'autorités administratives indépendantes (ARCEP), d'associations à but non lucratif (GS1...).

De par mon passé professionnel, j'ai toujours pu expérimenter le professionnalisme de la Fevad sur de nombreux points. Lorsque nous avons eu l'occasion de rejoindre la Fevad en tant qu'adhérent, la décision fut évidente.

La Fevad nous donne la possibilité d'échanger avec les autres gros acteurs de l'e-tourisme, d'avoir une instance plurisectorielle qui peut nous représenter sur certains dossiers compliqués et elle contribue sur plusieurs points à notre développement digital, axe stratégique pour le Groupe.



ROMAIN ROULLEAU
Directeur E-Commerce
accorhotels.com

COMMISSION PAIEMENTS

Elle travaille sur les sujets liés au paiement, sous tous ses aspects. Elle permet d'assurer l'échange et le partage d'expériences entre adhérents, mais aussi avec l'ensemble des intervenants dans le processus de paiement. Au cours de l'année écoulée, cette commission est restée vigilante sur l'analyse de la fraude en matière de paiement par carte bancaire.

La Fevad a contribué à la mise en place d'un système de veille et d'alerte sur les dysfonctionnements de 3D Secure en partenariat avec le Groupement CB.



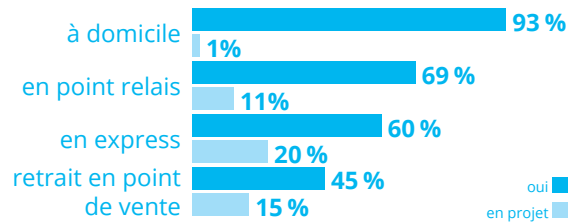
LOGISTIQUE

+ de 450 millions de colis en 2015



source : Estimation Fevad

Lieux de livraison proposés par les e-marchands



source : Baromètre Fevad/LSA mars 2016

Click-to-possession (en jours calendaires) 5,3 jours, avec les ventilations suivantes : de 3,5 jours pour le point relais express à 17,1 jours pour le volumineux (Observatoire logistique e-commerce Fevad, données de janvier 2015 à février 2016)

Elle s'est également penchée sur les conséquences de l'adoption de la DSP2 (Directive Service de Paiement) et du règlement européen relatif aux commissions d'interchange pour les opérations de paiement liées à une carte.

Enfin, la Fevad a initié en mars dernier les travaux qui conduiront à la rédaction d'un Livre Blanc traitant plus globalement de la cybersécurité des entreprises de e-commerce (voir p. 45).

Leroy Merlin a rejoint la Fevad début 2016. Nous y voyons une réelle opportunité d'échanger avec d'autres adhérents, de tous secteurs, afin de partager nos expériences et capitaliser sur les meilleures pratiques. Notre secteur d'activité est en évolution permanente, le client est au centre de toutes les attentions et la dimension omni-canal des parcours plus que jamais l'une de nos priorités. Nul doute que la richesse des contenus et des échanges, issus des différents événements et commissions organisés par la Fevad, viendra nourrir nos stratégies e-commerce et omni-canal.



LIONEL DEVIDAL

Responsable de l'expérience client digitale
Leroy Merlin





LES ADHÉRENTS

AUJOURD'HUI, LA FEVAD
COMPTE **596 ADHÉRENTS**

En 2015, 38 nouveaux adhérents ont rejoint la fédération.

342 sociétés ventes aux particuliers, 56 sociétés ventes
aux professionnels et 198 membres associés.

100% VAD
1000MERCIS
2DUPACK
3 SW
3PAGEN
3SI COMMERCE
3SI HOLDING
5ÈME AGENCE

A

ABIKIDO
ABIX
ACCORHOTELS.COM
ACE EUROPEAN
ACILYON
ACTISSIA
ACXIOM
ADAGE
ADLPARTNER
ADOBE SYSTEMS
ADVANIA BANK
ADVEO
ADYEN FRANCE
AEROPORT NICE COTE D'AZUR
AFIBEL
AGENCE WIDE
AGRI BARGAIN
AIG EUROPE
AIR FRANCE
AIR FRANCE BOUTIQUE CADEAUX
AKAMAI TECHNOLOGIES
ALEDA
ALEKTUM RECOUVREMENT
ALLYA
ALPHA DIRECT SERVICES

ALTIMA
AMAZON.FR
AMERICAN EXPRESS PAYMENT SERVICES LIMITED

ANTADIS

ARGOSYN
ARMAND THIERY
ART GALLERY FRANCE
ARTHCA
ARTISTICS
ARVATO
ASOS
ASSURONE GROUP
ATELIER CATHERINE BERGOIN
ATELIER COLOGNE
ATELIER GABRIELLE SEILLANCE
ATLAS FOR MEN
AUCHAN E-COMMERCE FRANCE

AUTO IES

AVANCI - GROUPE AXCESS

AVANSSUR
AVIVA COURTAGE
AXIALYS

AZOYA INTERNATIONAL

B

BANQUE ACCORD FRANCE
BANQUE DU GROUPE CASINO
BARON PHILIPPE DE ROTHSCHILD
BARRIERE FRERES
BATA FRANCE DISTRIBUTION
BAX-SHOP
BAYARD PRESSE
BAZAARVOICE
BAZARCHIC
BEBE 9

BECQUET
BERGERE DE France
BERNARD
BERNARD SOLFIN
BETAFENCE
BGSJ
BIENMANGER.COM
BIO ENERGIES EUROPE
BIS-ELECTRIC.COM
BLANCHE BRESSON INSTITUT
BLANCHE PORTE
BLT DEVELOPPEMENT
BNP PARIBAS
BNP PARIBAS PERSONNAL FINANCE
BONG
BOSE
BOULANGER
BOURSORAMA
BOUVGUES TELECOM
BOXTALE
BPOST INTERNATIONAL
BRANDALLEY
BRAZILIAN BIKINI SHOP
BRETAGNE SERVICES LOGISTIQUES
BRIO GRAPHIC

BRISACH

BRUNEAU
BUSINESS FRANCE
BUT INTERNATIONAL
BUTTINETTE

C

CABESTAN
CAFES MALONGO
CARAT FUSION NORD
CARNET DE MODE

CARREFOUR HYPERMARCHES
 CARTONSDEDEMEGAGEMENT.COM
 CDISCOUNT
 CELIO
 CENTRALE INTERNATIONALE DE DISTRIBUTION
 CERTEGY
 CFV
 CGI
 CHACUN SON CAFE

CHANEL

CHAPITRE.COM

CHAUSSURES ÉRAM

CHRONOFOCUS
 CHRONOPOST
 CITADIUM
 CLEMENTINA FROG
 CLEOR
 CLIXITY
 CLUB MEDITERRANNEE
 C-MOD
 COFIDIS
 COFRANET
 COLINTER
 COLIS PRIVE
 COLIZEN
 COMMERCE GUYS
 COMPAGNIE EUROPEENNE DE LA CHAUSSURE
 COMPANEO
 COMPARIO
 COMPTOIR DE CHANGE OPERA
 COMPTOIR DES JARDINIERS DE FRANCE
 COMPTOIR NUMISMATIQUE
 CONCARDIS
 CONEXANCE MD
 CONFORAMA
 CONRAD ELECTRONIC
 CONSERVERIE LA BELLE ILOISE
 CONTENT SQUARE
 CONVERTEO
 COTE D'AZUR ROUTAGE
 CREDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE

CREDIT AGRICOLE PAIEMENT

CREDIT MUTUEL ARKEA
 CRITEO
 CRITERE DIRECT

CULTURA.FR

CYRILLUS

D

DAMART
 DANIEL JOUVANCE
 DARTY
 DATA BASE FACTORY
 DATANEO
 DBA E-COMMERCE
 DEGUISETOI.FR
 DELAMAISON.FR

DELSEY

DEMANDWARE
 DEPOT BINGO

DESJARDINS WEB
 DEVATICS
 DHL GLOBAL MAIL
 DIABOLOCOM
 DIDACTIK
 DIGITAL FASHION GROUP
 DIGITAS
 DIGITICK.COM
 DIRECT EQUIPEMENT
 DIRECT LINK WORLDWIDE GMBH
 DIRECT-D-SIGN
 DISTRIBUTION GUY DEGRENNE
 DMP
 DOCTIPHARMA.FR

DRIVOO

DU PAREIL AU MEME
 DWEHO

E

EASYPARAPHARMACIE
 EASYVOYAGE
 EAT ON LINE
 EBAY COMMERCE NETWORK
 EBAY UK
 EBOOKERS
 ECRITEL
 EDILOISIR
 EDITIONS ATLAS
 EDITIONS PASSERAGE
 EDITIONS PRAXIS
 EDIT-PLACE
 EFFILIATION
 ELEGANCE PARIS
 EMBALEO
 EPTIMUM
ERAM SAS
 ETABLISSEMENT HORTICOLES GEORGES TRUFFAUT
 ETAC
 ETAT PUR
 ETOFFE.COM
 E-TREND
 EURELIS
 EURL MALO
 EUROPROGRES
 EVEREST MARKETING GROUP
 EY ADVISORY

F

FAUCHON
 FEDERATION E-COMMERCE ET VENTE A DISTANCE
 FIA-NET
 FIDUCIAL
 FILE DANS TA CHAMBRE
 FILOFAX
 FINAREF
FIOLMARKET.FR
 FISHER BIOBLOCK SCIENTIFIC
 FIVORY
 FLEURANCE NATURE
 FNAC
 FORTUNÉO BANQUE

FRANCE ADRESSES
 FRANCE GOURMET DIFFUSION
 FRANCOISE SAGET
 FRANFINANCE
 FRED
 FUGAM

G

G3 WORLDWIDE

GALERIES LAFAYETTE
GéMO
 GEODIS
 GIBERT JEUNE
 GIE MCDONALD'S FORCE
 GLOW ENTERTAINMENT GROUP
 GMF VIE
 GO SPORT DEVELOPPEMENT
 GOOGLE
 GROUPE BPCE
 GROUPE CANAL+
GROUPE ERAM
 GROUPE KALIDEA
 GROUPE LAFUMA
 GROUPE PIXMANIA
 GROUPE RETIF DEVELOPPEMENT
 GROUPE ROCHER
 GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES «CB»
 GROUPON

H

HACHETTE COLLECTIONS
 HAMMERSON
 HAPPYVIEW.FR
 HARLEQUIN
 HAVAS DIGITAL
 HEMA
HEYRAUD
 HIPAY
 HOME CINÉ SOLUTIONS
 HOME SHOPPING SERVICE
 HOMEAWAY
 HOMESERVE
HOWTANK
 HURRA COMMUNICATIONS
 HYBRIS SAP
 HYPERMARCHE BON PRIX

I

IADVIZE
 I-BIERE
 IBM
 ID HD GROUPE UNIVERSAT
 ID PARFUMS
 IKKS RETAIL
 IN VIVO GAMM VERT
 INBOX
 INFOMIL
 INGENICO E-COMMERCE SOLUTIONS
 INPOST
 INSTANTLUXE
 INTER ROUTAGE SOLOGNE

PIERRE & VACANCES SA
 PIERRE CHAMPION
 PIERRE RICAUD
 PLACE DES TENDANCES
 PLANET CARDS
 PLANFOR
 PLANTIFLOR
 PLEBICOM
 PNEUS-ONLINE
 PRESS'TISSIMO
 PRESTASHOP
 PRICEMINISTER-RAKUTEN
 PROMOD
 PROSODIE
 PUBLICATIONS AGORA
 PUBLICIS TECHNOLOGY
 PUBLICIS WEBFORMANCE

Q

QOBUZ
 QUANTCAST
 QUATRIS

R

RAJA
 RAYMOND INTERACTIVE
 REED MIDEM
 REFFOU
 RELAIS COLIS
 REMARK FRANCE
 RENTABILWEB EUROPE, BE2BILL
 RESONEO
 RETAILMENOT
 REVIEWORLD
 RICHER
 RICHRELEVANCE
 RINKA
 RIU AUBLET
 RMN - GRAND PALAIS
 RPC VOYAGES
 RUBEX
 RUE DU COMMERCE

S

SALESFORCE FRANCE
 SALOMON
SAM INTERNATIONAL
 SAN MARINA
 SANTE NATURA
 SARENZA
 SCENARIOS
 SCHNEIDER ELECTRIC
 SCHOBER INFORMATION GROUP DEUTSCHLAND GMBH
 SEARCH'XPR
 SECRET DE POLICHINELLE
 SED LOGISTIQUE
 SENIOR & CIE
 SENSEE
 SEPHORA
 SERVICE RECHERCHE DEVELOPPEMENT

SETAM
 SFR SA
 SHOPDECO
 SHOWROOMPRIVE
 SIRDATA
 SKRILL
 SMARTACTIF
 SMARTHOLIDAY
 SMILE INDUSTRIES
 SMS
 SMURFIT KAPPA FRANCE
 SNOWLEADER.COM
 SOCIETE GENERALE
 SOFORT
 SOLUSQUARE
 SOMEWHERE
 SOMFY
 SOVENDUS GMBH
 SP CONFORT
 SPARTOO
 SPLIO DEVELOPPEMENT
 SPODA
 STAPLES DIRECT
 SUNWEB VACANCES
 SWISSLIFE PREVOYANCE ET SANTE

SYRTALS

T

TARGET2SELL
 TATI WEB
 TAVULESPRIX.COM

TBS

TECHNI-CONTACT
 TEDEMIS
 TEleshopping
 TERADATA - ECIRCLE
 TEREVA
 TEST_MEDIATION

TEXTMASTER

THE OTHER STORE
 THE WALT DISNEY COMPANY FRANCE
 THOMAS SINCLAIR LABORATOIRES
 TICKET SURF INTERNATIONAL
 TIKAMOON
 TNT EXPRESS FRANCE
 TOYS « R » US
 TRADEDOUBLER
 TRESOR DU PATRIMOINE
 TRUCKS & STORES
 TRUSTED SHOPS GMBH
 TWENGA

U

UGAP
 uncleJeans.com
 UPPERCUT INTERNATIONAL

V

VAD SYSTEM
 VALETTE
 VBS HOBBY SERVICE GMBH

VEGA
 VENDA
 VENTE-PRIVEE CONSULTING
 VENTE-PRIVEE.COM
 VERIZON
 VERONIQUE VITTAL
 VERTBAUDET
 VESTIAIRE COLLECTIVE
 VET'AFFAIRES
 VIAPOST
 VIAPRESSE
 VIATELECOM
 VIDE Dressing
VIDEO HOME SHOPPING
 VIF DIFFUSION
 VIKING DIRECT - GROUPE OFFICE DEPOT
 VILLATECH
 VIRGIN MOBILE - OMEA TELECOM
 VISA EUROPE FRANCE
 VIVADIA
 VIVARTE SERVICES
 VIVETIC
 VOYAGES LOISIRS
 VOYAGES-SNCF.COM

W

WALZ FRANCE
 WANIMO.COM
 WATCO
 WEB ET SOLUTIONS
 WEBHELP
 WEBLOYALTY FRANCE
 WEIGHT WATCHERS
 WELCOME OFFICE

WESTWING.FR

WILLEMSE FRANCE
 WIMOVE

**WOLF LINGERIE
 WORLDLINE**

X

XANDRIE

Z

ZALANDO
 ZIMMER

Fevad - 01 42 56 38 86 - www.fevad.com - contact@fevad.com - siret 784 854 994 00034 - juin 2016

Création graphique et réalisation : Zapping - 06 42 79 09 12
Crédits photos : Getty Images © Milton Brown ; Shutterstock ; Fevad





www.fevad.com

fédération e-commerce et vente à distance

60 rue La Boétie - 75008 Paris
contact@fevad.com