

# Rapport d'activité

FÉDÉRATION E-COMMERCE  
ET VENTE À DISTANCE

2016/2017



[www.fevad.com](http://www.fevad.com)

# Sommaire

Rapport d'Activité 2016/2017



03

## FÉDÉRER

Faits marquants ..... 04



07

## REPRÉSENTER



19

## RÉGULER



25

## COMMUNIQUER

Veiller et informer ..... 26  
Échanger ..... 32  
Les Favor'i du e-commerce ..... 34  
Les enjeux du e-commerce ..... 36  
Promouvoir et faire savoir ..... 38



41

## STRUCTURE & ORGANISATION

Conseil d'administration ..... 42  
Commissions ..... 43



49

## ADHÉRENTS

# Éditorial



**FRANÇOIS MOMBOSSE**

PRÉSIDENT DE LA FEVAD



**MARC LOLIVIER**

DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DE LA FEVAD

L'air du temps est au renouvellement profond, au changement de cycle et de fonctionnement. Nous le vivons au quotidien depuis quelques mois et cette dynamique globale que rien ne semble pouvoir arrêter est résolument en marche. Le e-commerce, par la diversité de ses acteurs, le rythme des innovations, l'obligation de résultats, est à la fois le témoin et l'un des moteurs puissants de cette dynamique. Entre continuité et renouvellement permanent, créativité et capacité d'adaptation, notre secteur ne cesse de se challenger, dans un esprit de compétitivité certes et aussi de mieux-vivre.

Au cœur de ce système en évolution permanente, la Fevad a pour ambition de comprendre et de répondre aux enjeux du e-commerce, et de fédérer la profession. En s'appuyant sur ses expertises et analyses approfondies, elle apporte à l'ensemble des adhérents les nouveaux éléments de réflexion et participe à définir les contours du cadre à l'intérieur duquel la profession sera la plus performante.

C'est également grâce à ces bases solides, que sa position de porte-parole est toujours renforcée auprès des pouvoirs publics français d'une part et en Europe d'autre part. 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. La construction européenne du e-commerce, véritable défi collectif, constitue ainsi l'un des enjeux majeurs de ces derniers mois et des années à venir.

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 notre dynamique d'innovation. Les Favor'i, qui distinguent les meilleures initiatives et les plus belles réussites de notre secteur, et les Enjeux du e-commerce, au cours desquels experts et acteurs se rencontrent pour vous faire découvrir les nouvelles tendances incontournables, sont les deux événements annuels qui nous permettent de porter un regard toujours plus engagé et partagé sur notre profession et sa créativité. Le Lab Fevad est quant à lui, la fenêtre ouverte sur l'international et les innovations à l'échelle mondiale.

Enfin, la Fevad continue de déployer la nouvelle plate-forme de médiation et participe ainsi au renforcement de la confiance, moteur essentiel à la croissance de notre secteur.

Ce sont autant d'engagements pris en faveur de notre profession pour que les consommateurs, in fine, trouvent toujours plus de facilité et d'intérêt à e-commercer en toute confiance.

La Fevad occupe donc ce rôle central indispensable à notre profession, véritable hub de la connaissance, des compétences, des tendances et des rencontres du e-commerce français, et permet grâce à ses nombreuses initiatives à chacun d'entre nous de conserver une ouverture sur le monde résolument positive et une longueur d'avance.



# Fédérer

## RASSEMBLER AUTOUR DES 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**

**206 800**

**sites marchands actifs  
en France aujourd'hui**

**+ 11 %  
sur un an**

source : ICE Fevad 2017

# Faits marquants

2016/2017

## ■ MAI/JUIN 2016

- 30/05** ECommerce Europe Annual Conference
- 31/05 et 01/06** European E-commerce Awards, GES Barcelone
- 16/06** 5<sup>e</sup> édition des Enjeux e-commerce : Generating New Value
- 23/06** Les Enjeux e-tourisme avec Phocuswight en partenariat avec l'Echo Touristique

## ■ JUILLET/AOÛT 2016

- 01/07** Entrée en vigueur du nouveau code de la consommation recodifié
- 05/07** Lancement du site du Médiateur du e-commerce de la Fevad
- 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
- 12/07** Agrément délivré au Service du Médiateur du e-commerce de la Fevad par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation et sa notification auprès de la Commission européenne



## ■ SEPTEMBRE 2016

- 12/09** Conférence de presse – Bilan du e-commerce au 1<sup>er</sup> semestre 2016
- 12/09** Conférence Fevad dans le cadre du salon e-commerce Paris : "L'Europe, nouvelle frontière des e-commerçants français"
- 13/09** Salon e-commerce Paris en partenariat avec la Fevad. Présentation du Livre Blanc Fevad Cybersécurité & e-commerce
- 14/09** Animation d'un atelier juridique sur le Salon e-commerce Paris

## ■ OCTOBRE 2016

**04/10** Les Enjeux e-tourisme "Pourquoi cibler les voyageurs d'affaires en complément des touristes ?" avec Booking et en partenariat avec l'Echo Touristique

## ■ NOVEMBRE 2016

**03/11** Réunion du Jury "meilleur espoir e-commerce" 2016

**17/11** 1<sup>ère</sup> édition des Enjeux BtoB : "Le numérique dans les transactions interentreprises"

**22/11** Conférence de presse - Bilan du e-commerce au 3<sup>e</sup> trimestre

## ■ DECEMBRE 2016

**01/12** 10<sup>e</sup> Nuit des Favori - Élection du meilleur site e-commerce de l'année

## ■ JANVIER 2017

**26/01** Conférence de presse - Bilan du e-commerce français en 2016 - 7<sup>e</sup> édition du Baromètre sur le profil des e-commerçants Oxatis - Étude sur les perspectives d'achats sur Internet fixe et mobile en 2017 réalisée par CSA

**31/01** Les Enjeux e-tourisme "Comment travailler avec les start-ups ?" avec le Welcome City Lab en partenariat avec l'Echo Touristique

## ■ FÉVRIER 2017

**01/02** Atelier Fevad / DATADOM : "Savez-vous vraiment qui visite votre site ?"

**02/02** La Fevad est partenaire de l'événement InBanque

**23/02** Publication de l'avis du Conseil national de la consommation sur les avis en ligne de consommateurs

## ■ MARS 2017

**09/03** Atelier Fevad / Mirakl : "Pourquoi le modèle marketplace est la meilleure arme d'une stratégie omnicanale ?"

**23/03** 6<sup>e</sup> édition étude Fevad / LSA sur le moral des e-commerçants

**02/03 au 24/03** Salon e-commerce One to One en partenariat avec la Fevad

## ■ AVRIL 2017

**19/04** Atelier Fevad / MAPIC : "Marques et e-commerçants : quels sont les avantages du point de vente physique ?"

**20/04** Les Enjeux e-tourisme "Quel avenir pour les places de marché ?" avec AccorHotels et en partenariat avec l'Echo Touristique

## ■ MAI 2017

**18/05** Conférence de presse - Bilan du e-commerce français au 1<sup>er</sup> trimestre 2017

**22/05** Lancement du Challenge Fevad / KMPG : "Start-me up Project"

**29/05** Global ECommerce Round Table

## ■ JUIN 2017

**26/06** 10<sup>e</sup> édition des Enjeux e-commerce "Start me up" et publication de l'étude Fevad / KMPG sur les start-ups et le e-commerce





# 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, 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 législatives et réglementaires, la fiscalité, l'innovation...

Le service des affaires juridiques 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 législatifs et réglementaires.

À titre accessoire, une aide peut être apportée aux adhérents mais, à l'instar d'un avocat, il ne peut s'agir de conseils personnalisés.

### LES POUVOIRS PUBLICS ET LES ORGANISMES DE CONCERTATION

#### EN 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 Client (CMC) • 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. En 2016 et 2017, la Bulgarie et la Roumanie sont venues compléter cette liste.

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

### SA MISSION



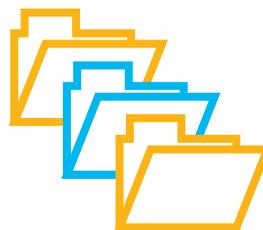
Représenter les intérêts du e-commerce auprès des institutions européennes et accompagner le développement du secteur en Europe.

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 2016/2017



### LA FEVAD EST INTERVENUE DE MANIÈRE ACTIVE SUR LES DOSSIERS SUIVANTS

- Accessibilité des sites e-commerce et des services clients
- Annonces de réduction de prix
- Avis en ligne
- Emballages du e-commerce
- Évolution et consolidation des règles de protection du consommateur en matière de vente à distance en France et en Europe
- Filières de Responsabilité Élargie du Producteur (REP)
- Fiscalité numérique
- Garanties
- Loi de transition énergétique
- Loyauté et régulation des plates-formes
- Médiation de la consommation
- Paiements : analyse des Regulatory Technical Standards précisant certains aspects de la DSP2 adoptée en décembre 2015
- Loi pour une République numérique
- Prospection commerciale téléphonique (Bloctel)
- Publicité ciblée/cookies
- Redevance pour copie privée
- Réglementation européenne sur la protection des données
- Participation aux travaux du Comité National des Paiements Scripturaux (CNPS)
- Participation à la création d'un Conseil consultatif Commerce/CB (à la place du CCBA)

## EMPLOI

**54 % des sites  
ont augmenté leurs effectifs en 2016**

source : Baromètre Fevad/LSA réalisé sur sites leaders, mars 2017

**48%  
prévoient une augmentation  
de leurs effectifs en 2017**

source : Baromètre Fevad/LSA réalisé sur sites leaders, mars 2017

## 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

Ce Règlement a été publié au Journal Officiel de l'Union européenne le 4 mai 2016 et entrera en vigueur le 25 mai 2018. Il s'agit là d'un texte 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 tous les 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, pendant les 3 années qui ont précédé son adoption. Depuis, elle est en contact avec les autorités compétentes nationales et travaille de concert avec ses partenaires sur les nombreuses questions soulevées par l'application opérationnelle du texte. Elle présente notamment au sein du MEDEF un groupe Protection des données personnelles créé pour l'occasion ou encore dans le cadre de l'Union Française du Marketing Digital qui permet d'étendre les travaux aux autres acteurs de l'économie numérique.

### ■ NOUVEAU RÈGLEMENT SUR LES DONNÉES PERSONNELLES DANS LE SECTEUR DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

Parallèlement au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), la Commission a entrepris la réforme de la directive sur la vie privée dans le secteur des communications électroniques. Cette directive devrait être prochainement remplacée par un règlement dit "ePrivacy". Ce règlement viendra instaurer de nouvelles règles notamment en matière d'e-mailing, de cookies mais aussi de télémarketing. La Fevad suit avec attention, et de manière pro-active, l'évolution de ce texte à travers sa représentation à Bruxelles et dans le cadre de son alliance avec les représentants des autres secteurs concernés, sous l'égide de l'Union Française du Marketing Digital.

## DROIT DE LA CONSOMMATION



### ■ LA RECODIFICATION DU CODE DE LA CONSOMMATION



La loi du 17 mars 2014 relative à la consommation, dite Loi Hamon, avait prévu une recodification, par voie d'ordonnance, à droit constant du Code de la consommation. L'objectif du Gouvernement était d'harmoniser et rendre cohérent le contenu du Code de la consommation qui a connu de multiples évolutions législatives et réglementaires.

Ainsi, le 1<sup>er</sup> juillet 2016 est entré en vigueur le nouveau Code de la consommation avec un changement de pagination et une recodification des articles dudit code. Le Gouvernement a d'ailleurs publié un tableau de concordance.

La Fevad a informé au fur et à mesure les adhérents des avancées afin qu'ils puissent mettre à jour les articles du Code de la consommation qu'ils pouvaient citer sur leurs sites internet, leurs catalogues ou dans tout autre document contractuel.

## ATTENTES DES E-ACHETEURS VIS-À-VIS DES SITES MARCHANDS

**61 %**  
sécurité des transactions  
réalisées sur le site

**55 %**  
sécurité de vos données  
personnelles

**51 %**  
clarté des tarifs affichés  
(produits, livraison...)

**39 %**  
promotions proposées  
par les sites

**38 %**  
fidélité entre description  
produit et réel

**37 %**  
réactivité du service client  
en cas de problème

source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2017



### ■ LES AVIS EN LIGNE

Les avis consommateurs jouent un rôle de plus en plus important pour les consommateurs, notamment sur internet. La Loi pour une République numérique du 7 octobre 2016 crée un nouvel article dans le Code de la consommation qui instaure une obligation de transparence pour les professionnels qui traitent des avis en ligne de consommateurs.

C'est dans ce cadre que le Gouvernement a confié au Conseil National de la Consommation la mission de réfléchir avec les acteurs concernés (représentants des consommateurs et représentants des professionnels) à la mise en œuvre de ce texte, en vue de la rédaction du décret d'application.

Compte tenu de l'enjeu que représentent les avis consommateurs pour le e-commerce, la Fevad s'est fortement mobilisée sur ce dossier. Tout d'abord lors des débats autour de la loi, puis, lors des travaux du CNC qui ont donné lieu à un avis adopté le 23 février 2017, à la rédaction duquel elle a participé en tant que Rapporteur pour le collègue des professionnels. Le décret d'application élaboré à la suite de l'Avis CNC, disponible en ligne depuis le 4 mai 2017, est aujourd'hui en attente de publication.



### ■ LES ANNONCES DE RÉDUCTION DE PRIX

En février 2017, la DGCCRF a publié un rapport sur les enquêtes menées par l'Administration auprès de 11 000 sites internet en matière de promotion des ventes par le prix. Cette enquête a donné lieu à l'établissement de 19 procès-verbaux et à une communication dans les médias.

Alors que l'incertitude juridique subsiste depuis la remise en cause de l'arrêté du 11 mars 2015 par l'ordonnance de la Cour de justice de l'Union européenne du 8 septembre 2015, la Fevad a adressé un courrier à la DGCCRF afin de pouvoir travailler avec elle sur le sujet.

## CONFIANCE ET SÉCURITÉ DES PAIEMENTS

La Fevad porte la plus grande attention aux questions relatives aux paiements et à la sécurité des transactions en ligne. Ce domaine est aujourd'hui en pleine mutation sous l'effet d'évolutions rapides des technologies mobiles et du cadre réglementaire DSP2.



La Fevad réunit régulièrement les principaux responsables en charge de la lutte contre la fraude, au sein des entreprises adhérentes (marchands et prestataires).

Suite à l'adoption de la DSP2 (Directive Services de Paiement 2), la Fevad, aux côtés d'autres associations du commerce (notamment ECommerce Europe) a pris position sur le projet de RTS (Regulatory Technical Standards) publié par l'EBA qui précise les exigences relatives à l'authentification forte du client lors des paiements en ligne (Article 97 de la DSP2). Même si, dans sa dernière version, ce texte réintroduit en théorie la notion d'approche par les risques demandée par toute la profession, il reste en pratique extrêmement restrictif.

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 permettent notamment un suivi statistique de la fraude en ligne, de la mise en œuvre de 3D secure, de l'évolution des modes d'authentification. Le périmètre de l'OSCP (qui ne concernait que les paiements cartes) s'est élargi à l'ensemble des modes de paiement (virement, prélèvement, chèques...) et devient l'Observatoire de la Sécurité des Moyens de Paiement (OSMP).



La Fevad participe en outre au Comité National des Paiements Scripturaux, mis en place à la suite des Assises des paiements qui ont été organisées en juin 2015. Dans ce cadre, la mise en place prochaine de l'Instant Payment a fait l'objet de nombreux échanges.

En 2017, la Fevad a participé à la création du Comité consultatif sur les évolutions du commerce et des modes de paiement, mis en place par le Groupement CB. Ce comité est destiné à renforcer les échanges avec les acteurs du commerce. Il sera en mesure d'exprimer des avis,

de formuler des propositions au Conseil de Direction CB et, le cas échéant, de mettre en œuvre des projets collaboratifs innovants. Son champ d'intervention concernera notamment les innovations dans les solutions de paie-

ment et autour du paiement, les évolutions des usages et parcours clients d'achat et de paiement, la lutte contre la fraude en paiement...

Enfin, la Fevad a publié au second semestre 2016 son Livre Blanc (voir p. 47) intitulé "Cybersécurité & e-commerce : maîtriser les risques, sensibiliser sur les enjeux". L'ouvrage, basé sur des entretiens approfondis avec des e-commerçants, mais aussi avec des experts et des institutionnels dans le domaine de la cybersécurité, est destiné à sensibiliser les dirigeants de site et leurs équipes aux risques encourus mais aussi aux solutions et postures susceptibles de les minimiser. Il a fait l'objet de plusieurs conférences : Salon e-commerce Paris 2016, FIC 2017 (Forum international de la cybersécurité), E-commerce One to One à Monaco en 2017 et d'une présentation aux adhérents de la Fevad. Il a été téléchargé par plus de 2 000 personnes sur le site de la Fevad où il est en accès libre.



SMARTPHONE

**24 % des équipés**  
ont acheté à partir de leur smartphone en 2016  
(17% en 2015)

**22 % des e-acheteurs ont déjà profité d'une offre grâce à la géolocalisation sur smartphone**

source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2017

## 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.

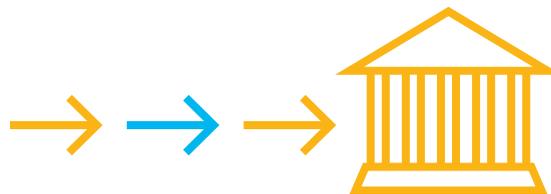
En 2016, elle a travaillé avec les services compétents sur la mise en œuvre des nouvelles mesures de transparence applicables aux plateformes en matière d'informations des utilisateurs sur leurs obligations sociales et légales. Elle est également intervenue auprès du Gouvernement et des parlementaires, dans le cadre de la loi de Finances 2017, afin de réduire l'impact de certaines mesures sur le e-commerce.



### Mise en conformité des caisses enregistreuses et logiciels de caisses.

La Fevad suit avec attention la mise en œuvre de ces nouvelles obligations de transparence prévues à l'article 88 de la loi de finances n° 2015-1785 du 29 décembre 2015 et qui devraient entrer en vigueur dans moins d'un an. Elle a notamment attiré l'attention des autorités compétentes sur les préoccupations légitimes et partagées des e-commerçants au sujet de la mise en place de ces nouvelles mesures dans le secteur du e-commerce.

D'autant plus que des sanctions importantes sont prévues pour les contrevenants. La Fevad restera mobilisée sur ce dossier, aux côtés des autres fédérations du commerce et avec le soutien de sa Commission paiements.



## LOI

## RÉPUBLIQUE NUMÉRIQUE

**Présenté en septembre 2015, ce projet de loi a finalement été adopté en octobre 2016.**

La Fevad a suivi avec la plus grande attention le processus législatif qui a précédé le vote de ce texte qui comporte plusieurs dispositions importantes pour notre secteur. Outre sa contribution aux différentes consultations publiques organisées par le CNNum, la Fevad a rencontré le Gouvernement et les deux rapporteurs du projet de loi à l'Assemblée nationale et au Sénat, afin de les sensibiliser aux spécificités du e-commerce. Les échanges se sont ensuite poursuivis avec le Ministère concerné, pendant la phase de rédaction des décrets qui a suivi la publication du texte. Tous les décrets n'ayant pas encore été publiés, la Fevad maintiendra un niveau de vigilance élevé sur le texte en 2017.

*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.*



 **zalando**

**ALEXANDRE POMI**

*Country Manager France Zalando*

## 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) dans lesquelles elle siège en tant que représentante des entreprises du commerce sur internet et à distance. Elle veille ainsi à ce que les intérêts de la profession soient pris en compte dans les décisions impactantes pour notre activité.



# 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 la vie des entreprises du 20 décembre 2014 ou encore, par l'arrêté du 11 mars 2015 sur les annonces de réduction de prix.

En 2016, ont été intégrées des dispositions concernant les places de marché afin d'être toujours plus transparent dans l'information délivrée aux consommateurs qui achètent sur une place de marché auprès d'un vendeur tiers.

Le Code professionnel va continuer d'évoluer pour prendre notamment en compte les pratiques des acteurs de la vente à distance.

## MÉDIATION

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

Depuis le 1<sup>er</sup> 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 placé sous la responsabilité du Médiateur du e-commerce.

## ■ 2016



En juillet 2016, le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad a été reconnu par les pouvoirs publics français comme un service de médiation

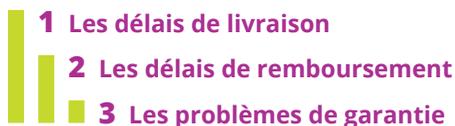
conforme aux critères de la Loi. Il fait ainsi partie de la liste officielle des médiateurs français agréés par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation. Il est également officiellement reconnu par la Commission européenne au niveau de l'UE.

Par ailleurs, depuis juillet 2016, un site entièrement dédié au service du Médiateur du e-commerce de la Fevad est accessible à tous : <http://www.mediateurfevad.fr>. Toutes les informations utiles en matière de réglementation, pour les consommateurs et pour les entreprises y sont disponibles.

Enfin, la Fevad a développé une plate-forme informatique unique qui permet la saisine, l'échange et le dialogue entre le consommateur, l'entreprise et le Médiateur. Ce nouvel outil informatique permet de réduire la durée et les coûts de traitement des demandes de médiation, tout en assurant un meilleur confort d'utilisation et une meilleure efficacité du traitement aussi bien pour les consommateurs que pour les entreprises concernées.

Le dernier rapport du Médiateur, a été publié fin 2017 et est consultable sur le site de la Médiation du e-commerce de la Fevad. Il permet un suivi de l'évolution de la médiation et témoigne de l'action de plus en plus importante du service de médiation placée sous l'autorité du Médiateur du e-commerce de la Fevad.

TOP 3  
DES DEMANDES  
DE MÉDIATION  
POUR 2016



**BERNARD SIOUFFI***Médiateur du e-commerce de la Fevad*

*Au fil des semaines la médiation e-commerce Fevad continue de remplir et même d'accroître son rôle et son utilité. Elle renforce à l'évidence la confiance pour les achats sur internet. Les clients savent qu'ils ont un recours pour les litiges pouvant naître à l'occasion de ces achats et les entreprises un garde-fou à d'éventuelles poursuites judiciaires toujours compliquées en termes d'image. Obligatoire pour les litiges de consommation depuis début 2016, agréée par les Pouvoirs Publics Français et Européens mi-2016, elle démontre son efficacité via sa plate-forme de gestion en ligne, encore améliorée mi-2017. Un nombre croissant de clients y a recours, et grâce à l'intérêt qu'elles y trouvent, les entreprises accélèrent la résolution des cas, faisant parfois évoluer leur process dans le sens de la satisfaction de ceux-ci. Même si des marges de progrès sont encore possibles, l'idée du service au client comme élément essentiel de l'offre continue de progresser. Il faut s'en féliciter puisque c'est l'image même d'un "cercle vertueux".*

*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 omnicanal 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 omnicanal.*

**LIONEL DEVIDAL***Responsable de l'expérience client digitale Leroy Merlin***LA MÉDIATION  
EN CHIFFRES****4 640****demandes de médiation  
reçues en 2016**

**dont 4 403  
demandes recevables/prises  
en charge**



# Communiquer

RAYONNER EN FRANCE

ET À L'INTERNATIONAL

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".

MARCHÉ  
E-COMMERCE  
EN 2016

**72** | + 14,6 %  
par rapport à 2015  
milliards d'€

source : Fevad ICE

**1,029** | + 23 %  
par rapport à 2015  
milliard de transactions  
en ligne en 2016

source : Fevad ICE



### ■ 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 100\* 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 200 000 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.

Sur 2017, KPMG accompagne la Fevad dans son objectif de fiabilisation du processus d'évaluation du chiffre d'affaires e-commerce France, à la fois sur le recueil des informations auprès des marchands et des plates-formes de paiement, la compilation des informations recueillies et l'estimation du chiffre d'affaires e-commerce.

*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

### ■ LES LEADERS DU MARCHÉ



#### 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 de 2017, le Top 15 des sites e-commerce est un classement Internet Global c'est-à-dire un classement de l'audience internet des sites sur tous les écrans (mesure dédoublée des 3 écrans ordinateur, mobile, tablette).

La 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

LE MAGASIN PHYSIQUE  
PROFITE DE L'EXISTENCE  
DU SITE E-COMMERCE

**41 %** des propriétaires de magasin physique et site marchand constatent un élargissement de leur zone de chalandise

**40 %** une augmentation de leur chiffre d'affaires en magasin

**35 %** une clientèle mieux informée

**29 %** une augmentation de la fréquentation

source : Profil du e-commerçant spécial TPE-PME, Oxatis/Kpmg janvier 2017

*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*

## 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 l'évolution du profil et des usages des e-commerçants TPE/PME, leur réussite du commerce connecté à travers le m-commerce, les réseaux sociaux, le click & collect, leur développement à l'international, leur dynamisme sur la création d'emplois...

## 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.

## ■ LE BILAN E-COMMERCE DE L'ANNÉE



Dès les premiers jours de janvier, la Fevad fait le point auprès des marchands de l'ICE 100 B to C des tendances qui ont marqué l'année écoulée (depuis 2014). L'enquête 2017 décrypte les pratiques des e-marchands : m-commerce, réseaux sociaux, livraisons...

## ■ L'ACTIVITÉ SELON LES SECTEURS

### L'INDICE ICE 100

La Fevad réalise un suivi mensuel détaillé par famille produit / service des ventes internet (mis en place en 2012) et des ventes à distance : l'indice ICE 100\*, auquel participent environ 85 sites B to C et 20 sites B to B.

Depuis 2017, les résultats complets du panel par famille de produits sont réservés aux participants de l'ICE 100, les autres membres Fevad recevant l'indice global internet du mois.

### L'INDICE VAD FEVAD-BANQUE DE FRANCE

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 cinquantaine de sites participent au panel soldes hiver et été, ainsi que les places de marchés. À chaque période de soldes, 3 bilans sont réalisés : 1<sup>er</sup> jour, bilan 1<sup>ère</sup> semaine, bilan 4 semaines. Les résultats de l'indice soldes sont réservés participants du panel soldes.

**68 %**  
des e-commerçants  
vendent à l'étranger

source : Baromètre Fevad/LSA réalisé sur sites leaders, mars 2017

**74 % constatent**  
une augmentation  
de la part de leur CA  
à l'étranger sur les  
2 dernières années

source : Baromètre Fevad/LSA réalisé sur sites leaders, mars 2017

## ■ LE MORAL DES E-COMMERÇANTS FRANÇAIS

### LE BAROMÈTRE FEVAD/LSA

Pour la 6<sup>e</sup> année, la Fevad et LSA ont enquêté en 2017 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 perspectives de développement, 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.

\* 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 (9<sup>e</sup> édition en 2016) réalisé en octobre 2016 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 (14<sup>e</sup> édition en 2016) auprès de 1 000 e-acheteurs permet de dresser le bilan de la satisfaction des acheteurs.

À la veille du démarrage des soldes d'hiver 2017, 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.

**98 % des acheteurs satisfaits de leurs achats en ligne des 12 derniers mois**

source : Baromètre Fevad/Médiamétrie novembre 2016

### ■ LES PERSPECTIVES D'ACHAT SUR INTERNET EN 2017

#### LE BAROMÈTRE FEVAD/CSA

Ce baromètre mesure en tout début d'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.

**ACHAT SUR INTERNET  
EN FRANCE**

**36,6 millions**  
de Français achètent sur internet soit 1 million de plus qu'il y a un an  
= **82,7 %** des internautes

source : Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet T1 2017

## 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.

## 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 e-commerce 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

Tous les ans 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.

### ■ LE MARCHÉ DU DRIVE



#### UN PARTENARIAT FEVAD/NIelsen

Nielsen, en partenariat avec la Fevad pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, fait le point sur ce nouveau mode de distribution qui poursuit son ancrage dans le quotidien des Français. L'édition 2017 est enrichie d'un benchmark avec l'international.

*Pour Tediber, adhérer à la Fevad est très important pour plusieurs raisons. Cela nous permet de bénéficier de visibilité et de conseils sur les évolutions de la régulation qui peuvent impacter notre activité.*

*C'est l'opportunité de rejoindre une organisation qui œuvre pour un environnement favorable à l'essor du e-commerce en France et de participer à cette réflexion. C'est aussi une formidable occasion de rencontrer et d'échanger avec d'autres acteurs du e-commerce français. Enfin la Fevad est un label reconnu des consommateurs et c'est un gage de qualité et de sérieux pour nos clients.*



*tediber.*  
~~~~~

**AUDE DU COLOMBIER  
JULIEN SYLVAIN ET JUAN PABLO**

*Co-fondateurs Tediber.com*

**24 %** | 23 %  
il y a un an  
**des foyers ont acheté en drive  
sur les 12 derniers mois**

source : Nielsen Homescan mai 2017

**60 % des e-acheteurs ont eu recours  
aux sites collaboratifs en 2016**

**60 % projettent d'y recourir en 2017**

source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2017

# 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.

### ■ 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 : AccorHotels, Booking, Google, GuestTo-Guest, PhocusWright, Voyageurs du Monde, Welcome City Lab...

### ■ 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 2016/2017 :

- **1<sup>er</sup> février** : Savez-vous vraiment qui visite votre site ? Clients, prospects... mais aussi les bots : good bots, bad bots, identifient bots. Avec la participation de DATADOM et PriceMinister.
- **9 mars** : Savez-vous pourquoi le modèle marketplace est la meilleure arme d'une stratégie omnicanale ? avec Mirakl et Conforama.
- **19 avril** : atelier Fevad / MAPIC : Marques et e-commerçants : quels sont les avantages du point de vente physique avec l'intervention de l'Exception et Unibail-Rodamco.

## ■ 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 suivis d'un déjeuner ou d'un cocktail, elles créent un environnement convivial propice aux échanges et aux nouveaux contacts. Parmi les principales manifestations organisées en 2016/2017.

### Septembre 2016

- Salon e-commerce Paris 2016 :
- Conférence de presse de rentrée en ouverture du salon. Zoom sur le marché de la mode et de l'habillement sur internet avec l'IFM et Médiamétrie//NetRatings
- Ateliers et conférences Fevad
- L'Europe : nouvelles frontières des e-commerçants français
- Réglementation e-commerce : ce qui vous attend pour 2016 et 2017
- Conférence plénière sur cybersécurité & e-commerce : présentation du Livre Blanc Fevad (voir p. 47).

### Octobre 2016

- Les Enjeux E-tourisme avec Carlo Olejniczak, Directeur Monde des relations avec les chaînes hôtelières de Booking.
- Conférence inaugurale du Salon Conext de Lille : "Innovation & Fashion Retail" avec l'IFM et le Pôle Ubiquitaire.
- Atelier Fevad : "La Médiation obligatoire pour tous : les nouvelles règles".

### Novembre 2016

- Bilan des ventes sur internet au 3<sup>e</sup> trimestre 2016. Zoom sur les intentions d'achats de Noël sur internet avec Médiamétrie et étude GfK sur le marché e-commerce des biens d'équipement de la maison et des biens culturels.
- 1<sup>ère</sup> édition de la conférence Enjeux et Innovation B to B organisée avec NextContent : Le numérique dans les transactions interentreprises.

### Décembre 2016

- La 10<sup>e</sup> Nuit des Favori du e-commerce (voir p. 34).

### Janvier 2017

- Bilan du e-commerce français en 2016. Présentation de la 7<sup>e</sup> édition du Baromètre sur le profil des e-commerçants Oxatis. Étude sur les perspectives d'achat sur internet fixe et mobile en 2017 réalisée par le CSA.
- Les Enjeux E-tourisme avec Laurent Queige, Délégué Général du Welcom City Lab.
- FIC (Forum International sur la Cybersécurité) à Lille : présentation du Livre Blanc Fevad.

### Février 2017

- InBanque, journée organisée par NextContent.

### Mars 2017

- Salon e-commerce One to One (6<sup>e</sup> édition) :
- Atelier juridique "nouvelle réglementation sur la protection des données : prêt pour le grand saut ?" avec Étienne Drouard, avocat associé, K&L Gates et Marc Lolivier Délégué Général de la Fevad
- Atelier animé par Bertrand Pineau : "Cybersécurité & e-commerce : maîtriser les risques, sensibiliser sur les enjeux".
- Conférence inaugurale du salon PayForum sur le thème "Païement et sécurité : quelle nouvelle donne en 2017 ?"

### Avril 2017

- Les Enjeux E-tourisme avec Romain Roulleau, Directeur e-commerce et services digitaux d'AccorHotels.

### Mai 2017

- Bilan des résultats du 1<sup>er</sup> trimestre 2017. Zoom sur le "Drive" avec Nielsen.

### Juin 2017

- 6<sup>e</sup> 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**

Quel meilleur endroit que les Favor'i, 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 2016 décerné par un jury de professionnels et d'experts, la passion du e-commerce chevillée au corps, et par les clients des sites de e-commerce 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.

À l'occasion de cette 10<sup>e</sup> édition, la Fevad a lancé un tout nouveau prix en partenariat avec LCI et Le Figaro destiné à récompenser un manager et à travers lui une entreprise qui s'est particulièrement illustrée dans l'année par sa stratégie

de développement. Il récompense l'audace, la performance, la création de valeur mais aussi la responsabilité sociale. Selon ces critères, un jury composé de 20 journalistes s'est prononcé à partir d'une liste déterminée par les rédactions du Figaro et de LCI et de la Fevad pour décerner le prix qui a été remis à Nathalie Balla et Éric Courteille de La Redoute.

Une soirée suivie bien au-delà des murs du Studio Gabriel, puisqu'elle était diffusée en direct sur le Journal du Net et toujours très présente sur les réseaux sociaux.

L'édition 2016 a également été l'occasion pour la Fevad de relayer les messages portés par l'AFM TELETHON et de soutenir son action.



LE MILLÉSIME 2016

MEILLEUR SITE E-COMMERCE DE L'ANNÉE

amazon.fr

Plus d'infos  [www.favori.fevad.com](http://www.favori.fevad.com)

## FAVOR'I DES INTERNAUTES

- Meilleur site bancaire : **boursorama-banque.com**
- Meilleur site de mode : **sarenza.com**
- Meilleur site de produits techniques : **amazon.fr**
- Meilleure site d'hébergement et de séjours : **vente-privee.com / Le Voyage**
- Meilleur super-hyper marché en ligne : **intermarche.com**
- Meilleur site de vente aux professionnels : **onedirect.fr**

## FAVOR'I DU JURY

- Catégorie Innovation : **Boulangier pour Happy 3D**

## PRIX DU MEILLEUR ESPOIR

- **OR** : **agriconomie.com**
- **ARGENT** : **hellocasa.fr**
- **BRONZE** : **reezocar.com**

## PRIX DE LA STRATÉGIE FEVAD LCI LE FIGARO

- Nathalie Balla et Éric Courteille  
**La Redoute**

**LCI** **LE FIGARO**

*Recevoir le prix Espoir 2016 de la Fevad a été une grande fierté pour moi. C'est un prix qui récompense les efforts de l'ensemble de mes équipes qui travaillent chaque jour pour améliorer le quotidien de nos agriculteurs français.*

*Cela nous conforte dans notre mission et nous pousse à nous dépasser encore davantage.*



**Agriconomie.com**

**PAOLIN PASCOT**

*Cofondateur Agriconomie.com*

# Les enjeux e-commerce 2016

LES ENJEUX  
E-COMMERCE  
2016

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 5<sup>e</sup> édition des Enjeux du e-commerce s'est tenue le 14 juin 2016 en clôture de l'Assemblée Générale de la Fevad au Studio Gabriel, à deux pas des Champs-Élysées. Le thème proposé pour cette édition "Generating New Value", a particulièrement nourri les réflexions. Un programme exceptionnel, plus de 32 intervenants de haut vol : Jacques Attali, Guillaume Pépy, Nicolas Bouzou, Gaspard Koenig, Didier Long, Nathalie Rastoin, Véronique Morali ; des tables rondes mêlant économie, sociologie, philosophie, commerce, organisation, 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.

Une présentation inédite d'une étude menée par Accenture Digital a permis de mieux appréhender ces nouvelles valeurs qui génèrent de la valeur ajoutée au e-commerce.

## L'ÉDITION 2016 EN CHIFFRES

- Plus de 7 heures de conférences
- 32 intervenants et deux animateurs
- Plus de 550 participants dont plus de 66 % de dirigeants
- 96 % des participants sont satisfaits
- 97 % des participants recommandent "Les Enjeux e-commerce"



La 6<sup>e</sup> édition qui se déroulera le 28 juin 2017, sera placée sous le thème "Start me Up", avec, pour la première fois, une étude et un concours de start-up : le StartMeUp project, en partenariat avec KPMG pour mieux comprendre le rôle des start-ups dans la course à l'innovation qui se déroule aujourd'hui et l'enjeu pour les sites de e-commerce d'accompagner et d'encourager ces nouvelles initiatives.

## ■ 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 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. Données clés, revue de presse, présentation de start-ups et nouveaux acteurs dénichés pour nous à travers le monde, interview du mois, la newsletter mensuelle permet de traiter l'innovation au service du e-commerce au travers de thématiques concernant directement les acteurs du commerce connecté.

### QUELQUES THÈMES ABORDÉS PAR LE LAB FEVAD

- La Cybersécurité.
- Big Data, Ai, Drones... Quelles innovations permettent d'optimiser la logistique ?
- Objets Connectés, robots, intelligence artificielle, réalité virtuelle... découvrez les innovations e-commerce du Ces 2017.
- L'analyse prédictive : un investissement stratégique pour Les Commerçants.
- Les Chatbots.



# 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 2017 à Monaco. Elle y organise également son Conseil d'Administration et a animé 2 ateliers sur l'actualité juridique et la cybersécurité.

### #CONEXT

#### 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.



### 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 et sa conférence de presse de rentrée sur les chiffres du 1<sup>er</sup> semestre, 3 sessions spéciales : juridique, cybersécurité et l'e-commerce en Europe. L'espace Executive Lounge, réservé aux adhérents de la Fevad, a cette année encore été un lieu d'échanges privilégié.

**LE FIC****Forum International de la Cybersécurité**

Pour la première fois, la Fevad est intervenue au Forum international de la cybersécurité qui s'est tenu à Lille en janvier 2017. Ce salon s'inscrit dans une démarche de réflexions et d'échanges visant à promouvoir une vision européenne de la cybersécurité. La Fevad a participé à une conférence relative à la sensibilisation des entreprises en matière de cybersécurité, en présentant son dernier Livre Blanc sur le sujet.

**PAYFORUM**

La Fevad a participé à la conférence inaugurale consacrée à la nouvelle donne en matière de paiement, un secteur particulièrement mouvant en raison notamment de l'entrée en vigueur de la deuxième directive sur les services de paiement (DSP2) prévue pour janvier 2018, mais aussi de l'arrivée de nombreuses innovations (paiement mobile, sans contact, paiement communautaire...) et de nouveaux acteurs (Gafa, telcos ou encore fintechs).

**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 2016, la Fevad a diffusé 30 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 2016****PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES VENTES EN LIGNE****du 1<sup>er</sup> semestre 2016**

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

**Novembre 2016****PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES VENTES EN LIGNE****du 3<sup>e</sup> trimestre 2016**

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 2017****BILAN DU E-COMMERCE FRANÇAIS****en 2016**

Présentation de la 7<sup>e</sup> édition du Baromètre sur le profil des e-commerçants Oxatis. Étude sur les perspectives d'achat sur internet fixe et mobile en 2017 réalisée par le CSA.

**Mai 2017****PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES VENTES EN LIGNE****du 1<sup>er</sup> trimestre 2017**

Zoom sur le "Drive" avec Nielsen.



# Structure & Organisation

AGIR POUR LE E-COMMERCE  
ET LA VENTE À DISTANCE

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 1<sup>er</sup> avril 2017

#### LES ADMINISTRATEURS

|                        |                                                                   |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| BLANCHE PORTE .....    | <b>Franck DURIEZ</b> , Directeur Général                          |
| COFIDIS .....          | <b>Annie GAIN</b> , Présidente du Directoire                      |
| DAMARTEX .....         | <b>Patrick SEGHIN</b> , Président du Directoire                   |
| FRANÇOISE SAGET .....  | <b>Marie-Françoise KERHUEL</b> , Présidente MK Direct             |
| FRED .....             | <b>Rachel MAROUANI</b> , Présidente                               |
| LDLC .....             | <b>Olivier de la CLERGERIE</b> , Directeur Général et Cofondateur |
| MANUTAN .....          | <b>Pierre-Olivier BRIAL</b> , Directeur Général Délégué           |
| RAJA .....             | <b>Nathalie CHAPUSOT</b> , Directrice Générale Déléguée           |
| SHOWROOMPRIVE.COM ..   | <b>Thierry PETIT</b> , Cofondateur & Directeur Général            |
| TELESHOPPING .....     | <b>Agnès ROSOOR</b> , Directrice Générale                         |
| VOYAGES-SNCF.COM ..... | <b>Franck GERVAIS</b> , CEO                                       |
| WILLEMSE FRANCE .....  | <b>Ludovic DEWAVRIN</b> , Directeur Général                       |
| YES ROCHER .....       | <b>Christophe COUSSEN</b> , Directeur Digital et Marketing Groupe |

#### LES VICE-PRÉSIDENTS

|                        |                                                                    |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| CDISCOUNT .....        | <b>Emmanuel GRENIER</b> , Président Directeur Général              |
| FNAC .....             | <b>Alexandre VIROS</b> , Directeur E-commerce, Marketing et Marque |
| GROUPE CARREFOUR ..... | <b>David SCHWARZ</b> , Directeur On line non alimentaire           |
| LA REDOUTE .....       | <b>Nathalie BALLA</b> , Coprésidente                               |
| ONEY .....             | <b>Nicolas DREYFUS</b> , Directeur Général                         |
| VENTE-PRIVEE.COM ..... | <b>Xavier COURT</b> , Directeur Général Associé, Cofondateur       |

#### Vos contacts

ASSISTANTE DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL

**Stéphanie BRIATTE**  
[sbriatte@fevad.com](mailto:sbriatte@fevad.com)

AFFAIRES ÉCONOMIQUES ET JURIDIQUES

**Laure BAËTÉ**  
[lbaete@fevad.com](mailto:lbaete@fevad.com)

RECHERCHE ET DOCUMENTATION

**Christine CARETTE-DELALANDE**  
[cdelalande@fevad.com](mailto:cdelalande@fevad.com)

RESPONSABLE COMMUNICATION

**Nathalie LAÏNÉ**  
[nlaine@fevad.com](mailto:nlaine@fevad.com)

RESPONSABLE DU SERVICE ADHÉRENTS

**Claire MORRE**  
[clmorre@fevad.com](mailto:clmorre@fevad.com)

RESPONSABLE VEILLE, INNOVATION,  
DÉVELOPPEMENT

**Bertrand PINEAU**  
[bpineau@fevad.com](mailto:bpineau@fevad.com)

MARKETING DIRECT ET RELATIONNEL

**Magali REBEYRAT**  
[mrebeyrat@fevad.com](mailto:mrebeyrat@fevad.com)

RESPONSABLE DU SERVICE ÉTUDES

**Claire VESQUE**  
[cvesque@fevad.com](mailto:cvesque@fevad.com)

MÉDIATION RELATIONS  
AVEC LES CONSOMMATEURS

**Nadia WAGNER**  
[nwagner@fevad.com](mailto:nwagner@fevad.com)

RESPONSABLE COMPTABLE

**Lê-Hang LÊ**  
[comptabilite@fevad.com](mailto:comptabilite@fevad.com)

# Commissions

RÉUNIR LES EXPERTS  
ET LES PROFESSIONNELS

## ■ COMMISSION AFFAIRES JURIDIQUES

PRÉSIDIÉE PAR BÉATRICE DEFOSSE, DIRECTRICE JURIDIQUE DU GROUPE 3SI

Elle réunit tous les 2 mois plus d'une cinquantaine de directeurs juridiques et juristes d'entreprise. 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 réglementaire, 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.

*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.*



ACCORHOTELS.COM

**ROMAIN ROULLEAU**

Directeur E-Commerce [accorhotels.com](http://accorhotels.com)

## ■ COMMISSION ENVIRONNEMENT

PRÉSIDIÉE 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 environnemental 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 Eco-emballages au 1<sup>er</sup> 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 Élargie 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.

## ■ COMMISSION LOGISTIQUE/ TRANSPORT

PRÉSIDIÉE PAR OLIVIER THEULLE, DIRECTEUR  
DES OPÉRATIONS DU GROUPE FNAC

La commission logistique de la Fevad 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 cette année à ses membres des échanges sur plusieurs thématiques et études notamment :

- Livraison e-commerce : rapport d'étude 2016 sur les nouvelles attentes des consommateurs (étude Metapack).
- E-commerce, livraison "Same day" et crowdshipping : avec les interventions de Jérôme Libeskind (directeur de Logicité) et Pingki Houang (General Manager France de Stuart.com).

- La livraison urbaine (notamment francilienne) : avec les interventions d'Emmanuel Bonnaud (logistique urbaine au Groupe La Poste), l'IAU (Institut d'Aménagement et d'Urbanisme Ile-de-France) et la mairie de Paris autour de la présentation d'une étude sur "Les franciliens et le e-commerce : pratiques d'achats et de livraison". La commission a également participé aux travaux sur les emballages menés par la Commission environnement. Elle a aussi participé au comité de pilotage de l'étude ADEME sur l'impact environnemental du e-commerce.

## ■ 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.

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). Il a fait l'objet cette année de travaux de fond visant à en augmenter la couverture (plus de colis pris en compte) mais aussi à redresser statistiquement les chiffres produits pour plus de pertinence. Des résultats plus fiables pourront prochainement faire l'objet de publication.

# 460 millions

de colis en 2016  
soit + 14 % par rapport à 2015

source : estimation Fevad 2017, colis B to C y compris colis C to B et e-C to C

MODES  
DE LIVRAISON  
CHOISIS PAR  
LES ACHETEURS  
EN 2016

85 % livraison à domicile /  
sur le lieu de travail

85 % livraison en point relais

36 % livraison en magasin (click & collect)

11 % livraison en consigne

source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2017

# 21 %

des e-acheteurs ont  
un abonnement à un  
service de livraison

source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2017

## ■ COMMISSION PAIEMENTS

### PRÉSIDIÉE PAR ANTOINE DUSSART, DIRECTEUR DES RISQUES ET DES OPÉRATIONS FINANCIÈRES, CDISCOUNT

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.

Elle s'est également penchée sur les conséquences de l'adoption de la DSP2 (Directive Service de Paiement), des RTS (Regulatory Technical Standards) qui lui seront associés et qui prendront effet probablement à compter de 2019. Le règlement européen relatif aux commissions d'interchange pour les opérations de paiement liées à une carte mais aussi au "choix de la marque de paiement" a également été l'objet d'échanges au sein de cette commission.

*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*

## 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 a été rédigé dans une optique de vulgarisation des problématiques traitées. Il est nourri de retours d'expériences d'une douzaine de grands acteurs du e-commerce qui témoignent de façon concrète sur leur démarche et leur stratégie en matière de cybersécurité. Il propose 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. Disponible sur le site de la Fevad, il a fait l'objet de plus de 2 000 téléchargements.



# Adhérents

AUJOURD'HUI, LA FEVAD

COMPTE 581 ADHÉRENTS

**En 2016 / 2017, 94 nouveaux adhérents ont rejoint la fédération.**

369 sociétés de ventes aux particuliers,  
63 sociétés de ventes aux professionnels,  
et 149 membres associés.

**94 NOUVEAUX  
ADHÉRENTS ONT  
REJOINT LA  
FÉDÉRATION**

100% CONFORT | 100% VAD  
| 1000MERCIS | **24SEVRES** |  
3 SUISSES | 5ÈME AGENCE

**A**

ABITAREKDIS | ABIX | **ABOUTBATTE-  
RIES.COM** | ABTASTY | ACCORHOTELS.  
COM | ACE EUROPE | ACXIOM | ADLPARTNER | ADOBE |  
ADVANIA BANK | ADVEO | ADYEN | AEROPORT NICE COTE  
D'AZUR | AFIBEL | **AGOPLY** | **AGRIAL** | **AGRICONOMIE** |  
AIG | AIR FRANCE | AIR FRANCE SHOPPING | **AIRSHOW.FR** |  
AKAMAI | ALLBRAY - QOBUZ | **ALLODIAGNOSTIC.COM** |  
ALPHA DIRECT SERVICE | ALTIMA | AMAZON.FR | AMERICAN  
EXPRESS | AMPOULES SERVICE | ANTADIS | ARMAND  
THIERY | ART GALLERY FRANCE | ARTACTIF.COM | ARTIS-  
TICS | ARVATO | ASOS | ASSURONE.COM - ASSURONLINE.  
COM | ATELIER COLOGNE | ATELIER GABRIELLE SEILLANCE  
| ATLAS FOR MEN | **AUBERT** | AUCHAN.FR - AUCHANDI-  
RECT.FR | AUTO-IES.COM | **AVIDSEN** / VESTAPRO | AXESS-  
INDUSTRIES | AXIALYS

**B**

BABY-WALZ, MAISON & CONFORT | BAKKER | BANQUE  
CASINO | BARRIERE FRERES | BAX-SHOP.FR | BAZAARVOICE  
| BAZARCHIC | BE2BILL / DALENYIS | BÉBÉ 9 | BECQUET |  
BERCEAUMAGIQUE.COM | BERGERE DE FRANCE | BERNARD  
| **BEST OF TV** | BETAFENCE | **BIC** | BIENMANGER.COM |  
**BIGOUDI SHOP** | BIO ENERGIES EUROPE | BIS-ELECTRIC.  
COM | **BIZZBEE** | BLANCHE BRESSON INSTITUT | BLUEDIS-  
TRIB | BNP PARIBAS | BON PRIX | BONG | BOULANGER |  
BOURSORAMA BANQUE - BOURSORAMA | **BOUTIQUE  
ROLAND-GARROS** | BPI | BRANDALLEY | BRETAGNE  
SERVICES LOGISTIQUES | **BRICE** | BRIO GRAPHIC | BRISACH  
| BRUNEAU | BUSINESS FRANCE | BUT | BUTTINETTE

**C**

CABESTAN | CACHE-CACHE - BONOBO - SCOTTAGE -  
PATRICE BREAL | CAFE PRIVILEGE | CAFES MALONGO |  
CAISSE D'EPARGNE | CARNET DE MODE | CARREFOUR.FR |  
CARTONSDEDEMENAGEMENT.COM | CDISCOUNT.COM |  
CELIO / CELIO CLUB | **CENTRE COMMERCIAL EUROPEEN** |

CERTEGY | CETELEM | CGI | CHACUNSONCAFÉ.FR | CHANEL  
| CHAPITRE.COM, LE TOUR DU MONDE | **CHR AVENUE** |  
CHRONOFOCUS | CHRONOPOST | CINE SOLUTIONS |  
CITADIUM | CLEMENTINA FROG | CLEOR | CLUB MEDITER-  
RANNEE | COFIDIS | COLIS PRIVE | COLISSIMO | COMPAC-  
TOR | COMPANEO | COMPARIO SA | COMPTOIR CHANGE  
OPERA | COMPTOIR DES JARDINIERS DE FRANCE |  
**COMPTOIR FRANCAIS DE L'INTERPHONE** | COMPTOIR NU-  
MISMATIQUE | CONCARDIS | CONEXANCE SAS «L'ALLIANCE  
VAD» | **CONFITURERIE CHATELAIN** | CONFORAMA |  
**CONNOX** | CONRAD ELECTRONIC | CONSERVERIE LA BELLE  
ILOISE | CONTENT SQUARE | CONVERTEO | COTE D'AZUR  
ROUTAGE | CREDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE |  
CREDIT AGRICOLE PAIEMENT | CREDIT MUTUEL ARKEA |  
CRITERE DIRECT | CULTURA | CYRILLUS

**D**

DAMARTEX | DANIEL JOUVANCE | DARTY | DATA BASE FAC-  
TORY | DATANEO | DEGUISETOI.FR | DELAMAISON.FR |  
DELSEY | DEPOT BINGO | DESJARDINS.FR | DEVATICS | DHL  
GLOBAL MAIL | DIABOLOCOM | DIGITAS FRANCE | DIGI-  
TICK.COM | DIRECT ASSURANCE | DIRECT EQUIPEMENT |  
**DISTRIMED** | DMP / INITIATIVES | **DOCOMO DIGITAL PAY-  
MENT SERVICES** | DU PAREIL... AU MEME

**E**

**EASY CASH** | EASYPARAPHARMACIE | EASYVOYAGES | EBAY  
COMMERCE NETWORK | EBAY.FR | ECRITEL | EDEN PARK |  
**EDITIONS ATLAS COLLECTIONS** | EDITIONS HARLEQUIN |  
EDITIONS PRAXIS | **EKOI.FR** | ELEGANCE | **ELSEVIER MAS-  
SON** | EMBALEO | **EMBRYOLISSE** | **ENGIE** | ENVIE DE  
FRAISES | ENVOIMOINSCHER.COM | EPTIMUM |  
**EQUILIBRE-ET-INSTINCT.COM** | ÉRAM | ETAC | ETAT PUR |  
**ETHOCA** | ETOFFE.COM | EUROPROGRES | EXPEDIA.FR -  
ANYWAY.COM | **EXPERIAN DECISION ANALYTICS**

**F**

FACT-FINDER | FAUCHON | **FEU VERT** | FIA-NET | **FIDZUP** |  
FILE DANS TA CHAMBRE | FIOULMARKET.FR | FISHER SCIEN-  
TIFIC BIOBLOCK | FIVORY | FLEURANCE NATURE | **FM  
LOGISTIC** | FNAC.COM | FORTUNÉO | **FRANCE ARNO /  
BOCAGE** | FRANCE LOISIRS - GLM | FRANCOISE SAGET |  
FRANFINANCE | **FRANKEL** | FRED |

**G**

GALERIESLAFAYETTE.COM | GÉMO | GEODIS | GIBERT JEUNE | GIE MCDONALD'S FORCE | GMF VIE | GOOGLE FRANCE | **GROSBILL** | GROUPE 3SI | GROUPE CANAL+ | GROUPE ERAM | GROUPE LAFUMA SA | GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES «CB» | GROUPON | GUY DEGRENNE

**H**

HACHETTE COLLECTIONS | HANES BRANDS INC | HAPPY-POST.COM | HAPPYVIEW.FR | HAVAS EDITION | **HELLO-CASA.FR** | HEMA | HEYRAUD | HIPAY FULLSERVICE | HOME CINE SOLUTIONS | HOME SHOPPING SERVICE | HOMEAWAY FRANCE | HOMESERVE | HOWTANK | HYBRIS SAP

**I**

IBM FRANCE | ID HD UNIVERSAT | IDBUFFET.COM | **IDGARAGES** | **IHEALTH** | IKEA | IKKS | **IMPRIMERIE NATIONALE** | IN VIVO GAMM VERT | INBOX | INFOMIL | INGENICO PAYMENT SERVICES | INPOST | INSTANTLUXE | INTERMARCHÉ / ECOMARCHE | INTERMEDES | INTERSHOP | ISILIS | ITL

**J**

JECHANGE.FR | JEFF DE BRUGES | JEULIN | JOHNSON CONTROLS (VARTA) | JOUECLUB EXPRESS | **JULES** | JULES - BRICE - BIZZZBEE

**K**

KADOLIS | KALIDEA SA | KAMELEON | KELELEK | KIABI

**L**

L.METAIRIE | LA BARONNIE | LA BLANCHEPORTE | LA BOULE NOIRE - OKARO | LA BOUTIQUE DU BOIS | LA FRANCAISE DES JEUX | LA HALLE | LA HULOTTE | LA MAISON DU JERSEY | LA POSTE | LA POSTE ACTIVITES INTERNATIONALES DU COURRIER | LA REDOUTE | **LA TRINITAINE** | **LA VIE NATURELLE** | **LABEL EMMAÛS** | LABEL HABITAT | LABORATOIRE NATUR'AVIGNON | LABORATOIRE NUXE | LABORATOIRE RIVADIS | LABORATOIRES ILAPHARM SA | LABORATOIRES LIOTHYSS - MINCEURDISCOUNT.COM | LABORATOIRES YVES PONROY | LACOSTE | **LAFUMA MOBILIER** | LASTMINUTE.COM - VOYAGES SUR MESURES | **LAURA KENT / MONA / MIA MODA** | LDLC.COM | LE LAB BY VENTE-PRIVEE CONSULTING

| LEADMEDIA GROUP | LEBONCOIN.FR | LEGALLAIS | LE-GUIDE.COM - LEGUIDE.NET - WEBMARCHAND.COM | LENO-GOW | LEPV | L'EQUIPIER | L'EQUITE | LEROY MERLIN | LES-FURETS.COM | L'EXCEPTION | **L'HOTEL DE BEAUTE** | LIBRAIRIE MOLLAT | LIMONETIK | LINVOSGES | LIRIADE - CLUB FRANCAIS DE LA MONNAIE | LIVEPERSON | L'OCCITANE | LONGCHAMP | **LOUIS PION** | LOUIS VUITTON | LOUVRE HOTELS | LUMINAIRE.FR | LYRA NETWORK

**M**

**MA BONNE ETOILE** | MA BOUTIQUE O NATUREL | **MA PETITE ENERGIE** | MABEO INDUSTRIES | MA-CAVE-AVIN.FR | MACIF - MUTAVIE | MAD LORDS | MADE IN DESIGN | MADELEINE | MAETVA AGENCES | **MAGASIN SALLE DE BAINS** | MAGICSTAY | **MAISON PIGANIOU** | **MAISONDUGARDE-CORPS.FR** | **MAISONIC** | **MAISONS DU MONDE** | MANGOPAY | MANO MANO | MANTIS | MANUTAN | MANUTAN COLLECTIVITÉS | MARIONNAUD PARFUMERIES | MARS CHOCOLAT FRANCE | MATHON | MATY | MAXIBURO | MECATECHNIC | MEDIAMETRIE//NETRATINGS | MEDIAPRISM | MEETIC | MELLOW YELLOW | MERCATEO | METAPACK | MILIBOO | **MILLET - EIDER - LAFUMA** | MINELLI | MIRAKL | MISTER AUTO | **MISTER FLY** | MISTER SPEX FRANCE | **MON ALBUM PHOTO** | MONDADORI | MONDIAL RELAY | MONETIZE ANGELS FRANCE | MONEXT | MONNAIE DE PARIS | MONNIER FRERES | MONOPRIX | MONPETITBIKINI.COM | **MONTMART** | MOVITEX | MSR | MULTI SERVICES COLLECTIVITES

**N**

NATIXIS PAIEMENTS | NATSTENT.FR | NATURA EUROPA | NATURALIA | NATURE & DECOUVERTES | NBS SYSTEM | NEOPOST | NEOPOST SHIPPING | NESPRESSO | NETBET.FR | NG FRANCE | NOCIBE | **NOUVELLEVIEPRO.FR**

**O**

ODC DISTRIBUTION | OFASPORTS | OFFICE DEPOT FRANCE | ONDULYS REFERENCE | ONEDIRECT | ONEY BANK | ONEY TECH | OPODO | ORANGE | ORANGE BUSINESS SERVICES | ORCHESTRA - PREMAMAN | **ORCKESTRA** | OSCARO.COM | OTELO | OUI AGENCY | OXALIDE | OXATIS | **OXBOWSHOP.COM** | OXYO-PNEUS.FR

**P**

PACKLINK | PAGEONDEMAND.COM | **PARADE** | PARI MUTUEL URBAIN | **PARROT** | PAUL BOYE TECHNOLOGIES | PAUL DEQUIDT TORREFACTEUR | PAYBOX SERVICES | PAYPAL FRANCE | PEARL DIFFUSION | PECHEUR.COM | PEER 1 | **PERNOD** | PETER HAHN | PETIT BATEAU | **PHOTO-BOX** | PHYTALLIANCE | PICTIME GROUPE | PIERRE & VACANCES / CENTER PARK | PIERRE RICAUD - ID PARFUM | PIERRON / CELDA / ASCO | PLACE DES TENDANCES | PLANET CARDS | PLANFOR | PNEUS-ONLINE | **POPGOM** | POUR-MONBUREAU.COM | **POWER SANTE** | PRESTASHOP | PRICEMINISTER, VOYAGER MOINS CHER | **PRINTIC** | PRODEALCENTER | **PRO-DUO** | PROMOD | **PROXIMIS** | PUBLICATIONS AGORA | PUBLICIS TECHNOLOGY | PUBLICIS WEBFORMANCE | **PYRENEX**

**Q**

**QUICK PARKING** | QUIKSILVER, ROXY, DC SHOES | **QVC FRANCE**

**R**

RAJA | RAKUTEN MARKETING | **REACHFIVE** | REED MIDEM | REEVOO | **REEZOCAR** | RELAIS COLIS | RESONEO | RETAIL-MENOT | RETIF | **RICARD** | RICHRELEVANCE | **RITZ PARIS** | RMN - GRAND PALAIS | RUBEX SA | RUEDUCOMMERCE.COM

**S**

S.R.D. | SALESFORCE COMMERCE CLOUD | SALESFORCE FRANCE | SALOMON | SAM INTERNATIONAL | **SAMSONITE** | SAN MARINA | SARENZA | SCHOBER | SCM LOCAL | SECRET DE POLICHINELLE | SED LOGISTIQUE | **SERGEANT MAJOR** | SENIOR & CIE SAS | SENSEE | SEPHORA | SETAM | **SEVYLOR - CAMPING GAZ** | SFR | SHOPIX | SHOPPINGNATURE.COM | SHOWROOMPRIVE.COM | SIRDATA | SKRILL | **SL WAYPOINT** | SMART HOME | SMURFIT KAPPA FRANCE | SNOWLEADER.COM | SOCIETE GENERALE | SOLUSQUARE | SOMEWHERE.COM | SOMFY | **SONOVENTE.COM** | **SOURCE CLAIRE** | SOUS VETEMENTS BERNARD | SPARTOO | SPLIO | SPRING | STAPLES.FR - JPG.FR | SUNDIO GROUP FRANCE | SWISS LIFE | SYRTALS SI

**T**

TARGET2SELL | TATI.FR | TBS | TECHNI-CONTACT | **TEDIBER** | TELESHOPPING / TELEVITRINE / SHOPPING AVENUE / EUROSHOPPING | TEREVA | TEXTMASTER | **TEXTO** | THE OTHER STORE | **THERMOMIX - KOBOLD** | TICKET SURF INTERNATIONAL | TIKAMOON.COM | TNT EXPRESS FRANCE | TOOL FITNESS | TOYS « R » US | TRUFFAUT E-COMMERCE | TRUSTED SHOPS | TWENGA

**U**

UGAP | UPPERCUT INTERNATIONAL

**V**

**VALETTE FOIE GRAS** / PIERRE CHAMPION | **VARNISH SOFTWARE** | VBS HOBBY SERVICE | VEGA | VENDA | VENTEA-LAPROPRIETE.COM | VENTE-PRIVEE.COM | VERONIQUE VITAL | VERTBAUDET | VESTIAIRE COLLECTIVE | VIADIALOG | VIAPOST - ORIUM - MORIN LOGISTIC | VIAPRESSE | VIDE-DRESSING.COM | VILLATECH.FR DISCOUNTEO.COM | VIRGIN MOBILE | VISA EUROPE FRANCE | VITRINE MAGIQUE | VIVADIA | VIVARTE SERVICES | VOYAGES-SNCF.COM | VULCANET

**W**

WALT DISNEY | WANIMO.COM | WATCO | WEB ET SOLUTIONS | WEBDISTRIB.COM - IMENAGER.COM | WEBHELP | WEBLOYALTY | WEEKENDESK.FR | WEIGHT WATCHERS | WELCOME OFFICE | WESTING FRANCE | WIDE | WILLEMSE FRANCE | WIMOVE | WINSTORE | WITT INTERNATIONAL - MODA VILONA | WOLF LINGERIE SAS | WOMANCORNER | WORLDLINE | WWW.POMPE-A-BIERE.COM

**X**

**XPO**

**Y**

YVES ROCHER

**Z**

ZALANDO | ZIMMER SAS





[www.fevad.com](http://www.fevad.com)

fédération e-commerce et vente à distance

60 rue La Boétie - 75008 Paris  
[contact@fevad.com](mailto:contact@fevad.com)