
Rapport d'activité

2020

**Fédération e-commerce
et vente à distance**



www.fevad.com

Sommaire

Rapport d'activité 2020

02 *Fédérer*

04 Faits marquants

08 *Représenter*

10 Champs d'expertise et d'intervention

12 Principaux dossiers 2019-2020

13 Dossiers juridiques

15 Paiement en ligne

16 Fiscalité

18 Régulation des plateformes

20 *Réguler*

22 Charte de qualité/code déontologique

22 Médiation de la consommation

24 *Communiquer*

26 Veiller et informer

31 Échanger

32 Les Favor'i du e-commerce

34 Les enjeux du e-commerce 2019

36 Promouvoir et faire savoir

38 *Structure et organisation*

40 Conseil d'administration

42 Commissions

44 *Adhérents*



Éditorial



« *La révolution numérique représente à la fois un défi mais surtout de formidables opportunités pour les entreprises françaises.* »

FRANÇOIS MOMBOISSE, PRÉSIDENT DE LA FEVAD

« *Nous serons plus que jamais sur le pont pour favoriser la concrétisation de ces opportunités et participer à l'effort de reprise dont le pays et le monde ont tant besoin.* »

MARC LOLIVIER, DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DE LA FEVAD



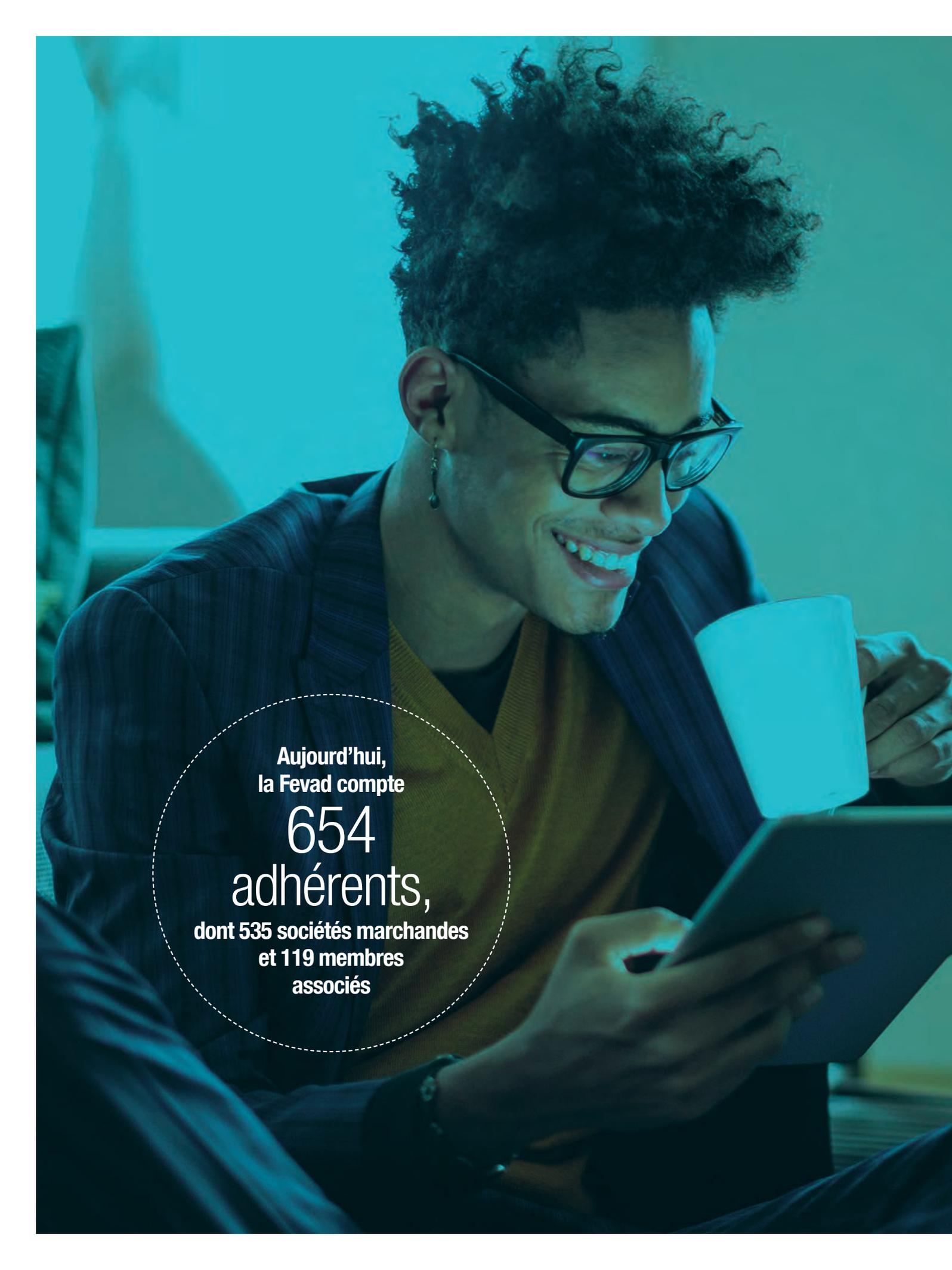
L'année 2020 marque une étape historique pour le secteur du e-commerce. C'est d'abord une date anniversaire emblématique, 20 ans, l'âge de la jeunesse et déjà d'une certaine maturité. C'est aussi une année record : la barre symbolique des 100 milliards d'euros a été franchie. En effet, les Français ont dépensé 103,4 milliards d'euros sur internet l'an dernier, comprenant à la fois les achats de services (voyage, transport, streaming, téléphonie, etc.) et de produits, qui représentent 45 % du total. En 20 ans, le chiffre d'affaires du e-commerce a été multiplié par 100. Il témoigne d'une trajectoire ascendante qui s'inscrit dans le temps. Et ce n'est pas qu'un chiffre, c'est aussi le reflet d'évolutions plus profondes dans les comportements d'achat des 40 millions de consommateurs français devenus e-acheteurs.

Le e-commerce, aujourd'hui en France, représente 9,9 % du commerce de détail dans son ensemble, et 6 % du commerce alimentaire. En 20 ans, il a gagné en moyenne 0,5 % de parts de marché par an. La révolution numérique se fait donc petit à petit, de manière plus graduée que ne le fût celle de la grande distribution et des centres commerciaux. Elle est sans doute aussi plus profonde, plus systémique. Parce qu'elle concerne tous les secteurs, tous les acteurs. Parce qu'elle est accessible à tous, petites entreprises comme grands groupes, nouveaux entrants comme acteurs historiques. Cette révolution est aussi beaucoup plus internationale. Elle représente à la fois un défi mais surtout de formidables opportunités pour les entreprises françaises, à condition de leur donner les moyens d'exister et de prospérer au sein de ce marché mondial, et de jouer à armes égales avec leurs concurrents étrangers.

L'année 2020, c'est aussi celle de la première crise sanitaire mondiale à laquelle le secteur se trouve confronté. Nos entreprises ont dû, comme les autres, s'adapter à cette situation exceptionnelle. Le e-commerce a su démontrer son utilité sociale. En permettant aux Français de continuer à se nourrir, à s'équiper, à travailler, tout en limitant leur exposition au risque. Le e-commerce a aussi permis à de très nombreux commerçants de poursuivre leur activité malgré la fermeture des magasins. Le secteur a été un véritable amortisseur économique. Cette crise a aussi été un accélérateur de changements, un booster d'innovations pour de nombreuses enseignes physiques qui hésitaient encore à sauter le pas digital. D'autres ont accéléré leur développement e-commerce, afin de répondre à l'attente de leur clientèle physique traditionnelle. Selon un récent sondage, 75 % des personnes interrogées estiment que tous les commerces de proximité devraient proposer un service e-commerce, en complément de leur offre en magasin.

Opposer commerce physique et commerce en ligne n'a pas de sens. Les consommateurs sont les premiers à l'avoir compris. Ils veulent tout simplement pouvoir bénéficier du meilleur des deux mondes, pouvoir choisir en fonction de leurs besoins et des circonstances, tout en restant fidèles à leurs commerçants préférés, peu importe le canal de distribution.

Les prochains mois appellent une mobilisation de tous, toujours plus intense et plus durable, afin de favoriser le meilleur environnement susceptible de participer à la concrétisation de ces opportunités et à l'effort de reprise dont le pays et le monde ont tant besoin. Nous serons plus que jamais sur le pont. Accompagner la transformation numérique ; accélérer les échanges et les rencontres ; transmettre des valeurs de confiance, de respect des consommateurs, de transparence ; s'engager pour la compétitivité dans le cadre d'un développement plus durable. Ce sont toutes ces missions que la Fevad, fédération de professionnels responsables et engagés, remplit au quotidien pour accompagner ses adhérents et la profession dans son ensemble.



Aujourd'hui,
la Fevad compte

654
adhérents,

dont 535 sociétés marchandes
et 119 membres
associés

Fédérer

Rassembler les acteurs du e-commerce

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 : représenter ; réguler ; communiquer, veiller et informer ; échanger ; promouvoir et faire savoir.

132
nouveaux adhérents
en 2019-2020

Faits marquants 2019-2020



Jun 2019 : 8^e édition des Enjeux e-commerce et publication de l'étude Fevad/KMPG « E-commerce et marques : Brand New Day »

Jun 2019 : 3^e édition du challenge Start Me Up



Septembre 2019 : publication de l'annuaire des start-up innovantes pour le e-commerce, réalisé à l'issue du challenge Start Me Up

Mai/juin 2019

16/05

21^e édition des Enjeux e-tourisme « Comment réussir sa stratégie sur les réseaux sociaux ? » avec We Like Travel et Airbnb, en partenariat avec l'Echo Touristique

23/05

Conférence de presse – Bilan du e-commerce au 1^{er} trimestre 2019

19/06

Réunion de l'Advisory Board challenge Start Me Up

26/06

8^e édition des Enjeux e-commerce et publication de l'étude Fevad/KMPG « E-commerce et marques : Brand New Day »

26/06

3^e édition du challenge Start Me Up

26/06

Soirée Start Me Up Party

Juillet 2019

15/07

Entretien avec Marie-Laure Denis, Présidente de la Cnil.

24/07

Audition avec la Rapporteuse sur le projet de loi économie circulaire au sein de la Commission de l'aménagement du territoire et du développement durable du Sénat

Septembre 2019

04/09

Atelier avec la Cnil dans le cadre de la concertation interprofessionnelle sur les cookies

05/09

Audition avec la Rapporteuse sur le projet de loi économie circulaire au sein de la Commission des affaires économiques du Sénat

11/09

Publication par la Banque de France d'un plan de transition progressif concernant l'application des nouvelles règles prévues par la directive européenne (dite « DSP 2 ») en matière de sécurité des opérations de paiement sur internet, dont l'entrée en vigueur est prévue le 14 septembre

23/09

Participation à une réunion ministérielle sur les mesures de lutte contre la fraude à la TVA proposées dans le cadre du projet de loi de finances 2020

24/09

Conférence de presse – Bilan du e-commerce au 1^{er} semestre 2019

24/09

Paris Retail Week : en partenariat avec la Fevad, organisation de la conférence « E-commerce, quand les marques passent à l'offensive »

25/09

Publication de l'annuaire des start-up innovantes pour le e-commerce, réalisé à l'issue du challenge Start Me Up



Septembre 2019 : publication par la Banque de France du plan de déploiement progressif des nouvelles normes européennes de paiement sur internet (DSP 2)

Novembre 2019 : 4^e édition des Enjeux Innovation B2B : « B to B nouvelle génération »



Décembre 2019 : création de la chaire de droit de la consommation à l'Université de Cergy Pontoise, première et seule chaire universitaire en ce domaine en France



Décembre 2019 : Jury 2020, Grand Prix Favor'i du e-commerce, présidé par Nathalie Balla, Co-Présidente La Redoute



25/09

Paris Retail Week : atelier « Vrai ou faux ? La DSP 2 ne s'appliquera qu'en 2022 »

Octobre 2019

03/10

Atelier avec la Cnil dans le cadre de la concertation interprofessionnelle sur les cookies

10/10

22^e édition des Enjeux e-tourisme « Comment exploiter l'intelligence artificielle dans le voyage ? » avec Air France-KLM et Prevision.io, en partenariat avec l'Echo Touristique

16/10

DSP 2 : l'ABE accorde aux autorités nationales de supervision un temps additionnel pour se conformer aux nouvelles dispositions de la directive

17/10

Atelier avec la Cnil dans le cadre de la concertation interprofessionnelle sur les cookies

Novembre 2019

04/11

Audition avec la Rapporteuse sur le projet de loi économie circulaire au sein de la Commission du développement durable de l'Assemblée nationale

07/11

Atelier avec la Cnil dans le cadre de la concertation interprofessionnelle sur les cookies

13/11

Intervention de la Fevad au salon MAPIC 2019 : « Logistics: the big issue for e-commerce and brick-and-mortar players »

19/11

Réunion du Jury Grand Prix Favor'i du e-commerce aux Galeries Lafayette

26/11

4^e édition des Enjeux Innovation B to B : « B to B nouvelle génération »

21/11

Conférence de presse – Bilan du e-commerce au 3^e trimestre 2019

Décembre 2019

03/12

La Fevad est partenaire de l'événement Renaissance numérique : « Les paiements à l'heure du numérique »

04/12

La Fevad est partenaire du Mobile Marketing Forum 2019

11/12

Participation de la Fevad à un événement ministériel sur le bilan de la charte des acteurs du e-commerce

12/12

13^e édition du Grand Prix Favor'i du e-commerce (voir page 32)

23/12

Création de la chaire de droit de la consommation de CY Cergy Paris Université, nouveau pôle français et européen de droit de la consommation en France. La Fevad en est un des membres fondateurs aux côtés de l'UFC Que Choisir, l'INC, la FCA, la FVD, l'ARPP, Engie, Groupe Fnac...

Faits marquants 2019-2020



Février 2020 : conférence de presse avec l'intervention du secrétaire d'État chargé du numérique, Cédric O

Février 2020 : 23^e édition des Enjeux e-tourisme « Comment respecter les nouvelles règles de paiement ? » avec MisterFly



Mars 2020 : lancement de la page « #Ecommerce4Good : recensement des initiatives solidaires des acteurs du e-commerce »

Janvier 2020

21/01

Audition Fevad avec le groupe de travail « Nouvelles formes de commerce » au sein de la Commission des affaires économiques du Sénat

22/01

Entretiens avec des parlementaires européens et représentants français à Bruxelles

29/01

Participation au FIC (Forum international de la cybersécurité) à Lille : conférence sur le commerce illicite

Février 2020

05/02

Conférence de presse avec l'intervention du secrétaire d'État chargé du numérique, Cédric O : « Bilan du e-commerce français en 2019 » – 13^e édition du baromètre sur le profil des e-commerçants Oxatis – Étude sur les nouvelles tendances de consommation sur internet réalisée par Médiamétrie

06/02

La Fevad est partenaire de l'événement InBanque, dédié à l'innovation numérique dans la banque : « Hybridation & Diversification »

14/02

23^e édition des Enjeux e-tourisme « Comment respecter les nouvelles règles de paiement ? » avec MisterFly

27/02

Atelier Fevad/Médiamétrie et Target2Sell : présentation et analyse des résultats des études Favor'i 2020

Mars 2020

04/03

Audition de la Fevad avec le Rapporteur au Sénat du projet de loi portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'UE en matière économique et financière

15/03

Lancement de la page d'information « Covid-19 » du site www.fevad.com

18/03

Mise en place de réunions de suivi hebdomadaires de la crise Covid-19 du Conseil d'administration

26/03

Lancement de la page « #Ecommerce4Good : recensement des initiatives solidaires des acteurs du e-commerce »

30/03

Publication d'une étude sur l'impact de la crise Covid-19 sur le e-commerce

31/03

Mise en place d'une FAQ : « Le droit de la consommation à l'épreuve du Covid-19 »



À partir du 16 mars,

la Fevad a appliqué les mesures de confinement et mis en place des outils de communication afin d'informer ses adhérents des mesures prises par le Gouvernement face à la pandémie.





Juin 2020 : Webinaire paielement, présentation du livre blanc « Paielement – Fraude, quels indicateurs de performance fournir à votre Direction Générale ? » en partenariat avec Edgar, Dunn & Company/Mercatel/Cybersource)

Avril 2020

10/04

Webinaire juridique : « L'impact du Covid-19 sur le droit de la consommation », avec l'intervention de Me Sadry Porlon

23/04

Webinaire en partenariat avec Innovation is Everywhere : « Comment les e-commerçants chinois ont-ils réagi au Covid-19? »

24/04

Webinaire Commissions logistique et RSE : « Sécurité sanitaire et logistique à l'épreuve du Covid-19 »

24/04

Publication d'un guide de bonnes pratiques dédié à la logistique e-commerce

30/04

Élaboration conjointe par la Fevad, le Conseil du commerce de France (CdCF) et leurs adhérents d'une offre e-commerce de produits de sécurité sanitaire pour aider à la réouverture des magasins physiques

Mai 2020

18/05

Lancement d'un groupe de travail conjoint Fevad/Direction générale des entreprises sur le développement des plateformes de vente en ligne locales

26/05

Webinaire RSE : « Covid-19 : Organisons ensemble l'après-confinement, soutien des éco-organismes, gestion et reprise des déchets, mise en œuvre de la loi AGEC... »

28/05

Conférence de presse : marché du e-commerce au 1^{er} trimestre 2020, achats alimentaires sur internet (Nielsen) – Nouveaux comportements d'achat sur internet (Médiamétrie)

28/05

Webinaire paielement Fevad/Mercatel : « DSP 2, où en sommes-nous? »

Juin 2020

05/06

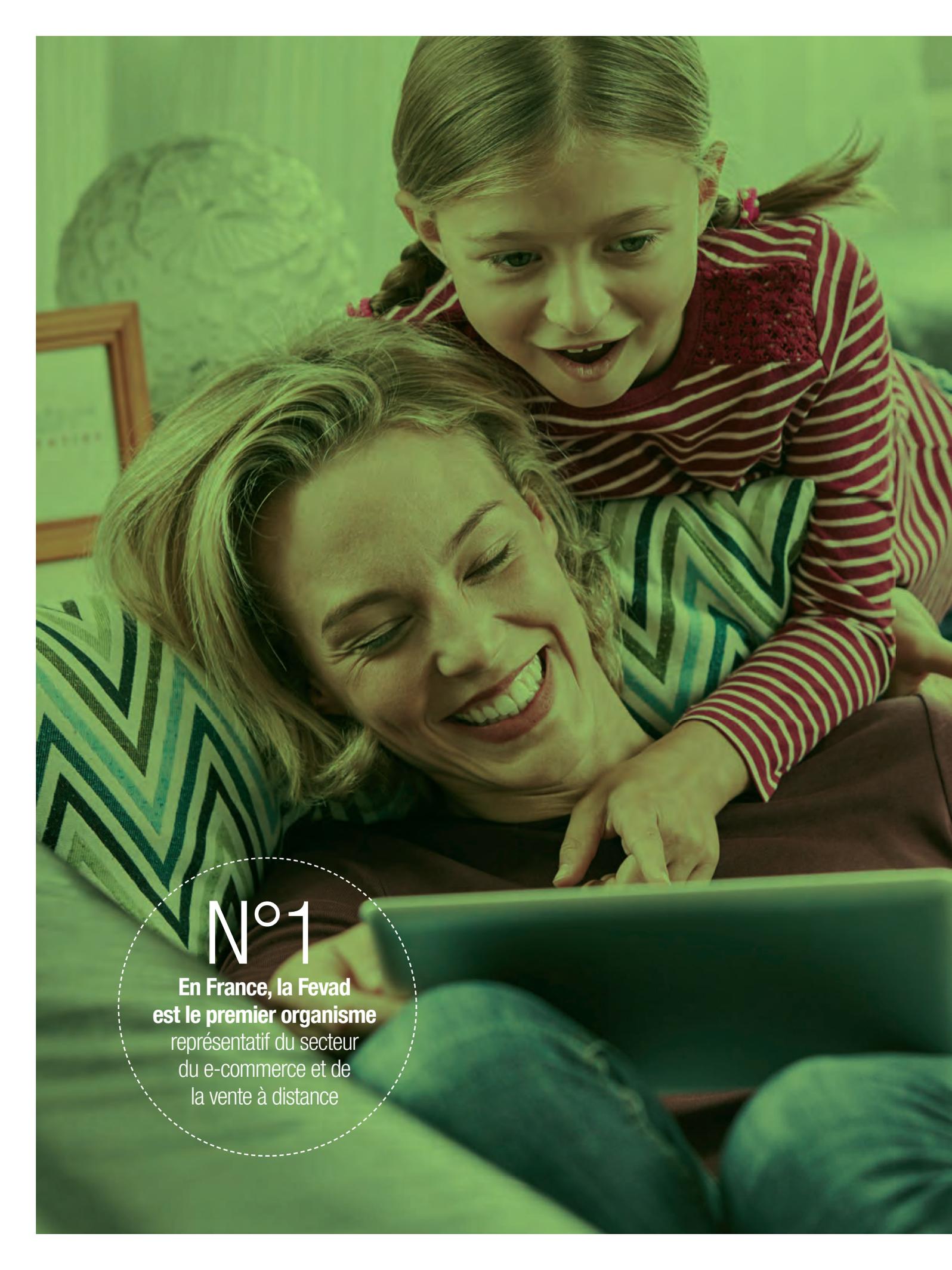
Webinaire juridique : « Points de vue croisés des professionnels et des consommateurs sur les impacts juridiques du Covid-19 » – interventions du Medef et de l'INC

09/06

Webinaire paielement : présentation du livre blanc « Paielement – Fraude : quels indicateurs de performance fournir à votre Direction Générale? » (en partenariat avec Edgar, Dunn & Company/Mercatel/Cybersource)

29/06

Audition avec le groupe de travail Tascom au sein de la Commission des finances de l'Assemblée nationale



N°1

En France, la Fevad
est le premier organisme
représentatif du secteur
du e-commerce et de
la vente à distance

Représenter

Soutenir les acteurs français du e-commerce

La Fevad représente l'ensemble des acteurs de la profession et assure la prise en compte des intérêts du secteur de façon à promouvoir 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 intervient auprès des pouvoirs publics et des organismes de concertation dans des 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 et de responsabilité sociale.

Des champs d'expertise et d'intervention reconnus

Les commissions permanentes de la Fevad assurent le suivi des actions et des projets de la profession 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 et publiques de la Fevad a notamment pour mission d'informer ses 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, la Fevad peut apporter une aide à ses adhérents mais il ne peut s'agir de conseils juridiques personnalisés.

1

Intervenir auprès des pouvoirs publics et des organismes de concertation

La Fevad entretient des contacts réguliers et suivis avec les ministères, le Parlement ou encore les autorités de contrôle, et fait valoir les positions adoptées par la profession.

En tant que corps intermédiaire, elle privilégie une démarche proactive et pédagogique à l'égard des institutions afin de préserver le dynamisme de ce secteur innovant, en perpétuelle évolution.

POUVOIRS PUBLICS MINISTÈRES – PARLEMENT – AUTORITÉS DE CONTRÔLE

- L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) •
- L'Autorité de la concurrence •
- La Banque de France • La Commission nationale informatique et libertés (Cnil) •
- La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) • La Direction générale des entreprises (DGE)





2

Assurer une mission de représentation 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. ■



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 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) • L' Association commerce et moyens de paiement (Mercatel) •
- L'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement de la Banque de France (OSMP) •
- Le Conseil consultatif commerce CB (CCC CB) • Le Comité national des paiements scripturaux (CNPS) • L'Institut français de la mode (IFM) • L'Institut national de la consommation (INC) •
- Renaissance numérique • Conférence nationale sur la logistique (CNL) • Le dispositif cybermalveillance.gouv.fr (ANSSI) •
- Programme national « Marchandises en ville » • GS1 ■



3

Ecommerce Europe poursuit son développement

Créée en 2012, l'association européenne Ecommerce Europe représente les intérêts de la Fevad et de ses homologues européens devant les instances européennes. Depuis le 1^{er} janvier 2020, la voix du e-commerce en Europe se trouve renforcée par la fusion entre les associations Ecommerce Europe et Emota.

Ecommerce Europe intervient 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.

Présidée jusqu'en 2019 par François Momboisse, l'association réunit désormais plus de 100 000 entreprises de vente en ligne et 25 associations nationales de e-commerce. Elle a développé une marque de confiance européenne qui profite d'un rayonnement important à Bruxelles. Un réseau européen de médiation a également été mis en place via l'association européenne Ecommerce Europe. ■

<http://www.ecommerce-europe.eu>

Principaux dossiers gérés en 2019-2020

La Fevad est intervenue de manière active sur les dossiers suivants

- **Accessibilité des sites** e-commerce et des services client
- **Écoconception** des emballages du e-commerce
- **Économie circulaire**
- **Protection du consommateur** en matière de vente à distance en France et en Europe
- **Prospection** commerciale téléphonique
- **Fiscalité** du e-commerce
- **Régulation** des plateformes
- **Médiation** de la consommation
- **Paiements** : mise en œuvre des normes techniques réglementaires sur l'authentification forte des paiements en ligne – DSP 2
- **Consentement** aux cookies et autres traceurs
- **Participation à la définition du programme 2019-2024** du Comité national des paiements scripturaux (CNPS)

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

Sécurité des transactions réalisées sur le site	57,8 %
Sécurité des données personnelles	51,4 %
Clarté des tarifs affichés (produits, livraison...)	46,2 %
Facilité à contacter le service client	38,7 %
Réactivité du service client en cas de problème	34,6 %
Fidélité entre description et réalité	34,6 %
Précision des informations sur la livraison	33,7 %
Authenticité des avis clients	33,4 %
Clarté des promotions	25,8 %
Facilité à trouver le contact du service client	23,7 %
Informations sur la politique environnementale et éthique de l'entreprise	14 %
Innovation au service d'achats plus écoresponsables	14 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétre – janvier 2020

Assurer la protection des données et de la vie privée

La Fevad est très attachée au respect des données personnelles et de la vie privée des utilisateurs sur internet, préalable indispensable à la confiance dans le numérique. Elle participe activement à ces débats, en apportant son expertise largement reconnue.

Modalités de consentement aux cookies

La Cnil a publié le 19 juillet 2019 des lignes directrices sur les cookies et autres traceurs, qui disposent de nouvelles modalités opérationnelles de recueil du consentement pour le dépôt de cookies, et mettent à la charge des éditeurs de site des obligations inédites. Ces règles vont considérablement affecter le parcours client des cyberacheteurs et modifier les conditions dans lesquelles les services publicitaires numériques sont aujourd'hui diffusés. Ces lignes directrices ont été complétées par un projet de recommandation publié le 14 janvier 2020 au terme d'une consultation du secteur à laquelle la Fevad a pris part. Ce nouveau dispositif doit entrer en application six mois après l'adoption (à ce stade reportée) de la recommandation par la Commission.

La Fevad soutient naturellement le principe et la mise en œuvre d'un consentement « libre, spécifique et éclairé », consacré par le Règlement général sur la protection des données (RGPD), mais considère que ces lignes directrices s'écartent des principes et des mécanismes du RGPD et rompent

aujourd'hui les équilibres indispensables à trouver entre protection de la vie privée et liberté économique.

Aux côtés d'une dizaine d'associations représentatives des activités marketing et publicitaires, la Fevad contribue de manière constructive à la recherche de solutions permettant de répondre aux attentes légitimes des consommateurs en matière de protection de leurs données, tout en veillant à ne pas mettre en péril tout l'écosystème numérique français dont le modèle économique dépend fortement de la publicité en ligne. ■

Projet de règlement sur les données personnelles dans le secteur des télécommunications

Parallèlement à l'élaboration du RGPD, la Commission européenne avait déjà entrepris la réforme de la directive sur la vie privée dans

le secteur des communications électroniques. Cette directive devrait être remplacée par un règlement, dit « ePrivacy », qui viendra instaurer de nouvelles règles, notamment en matière d'e-mailing, de télémarketing, mais aussi de cookies. La question de l'articulation entre le RGPD et le futur règlement ePrivacy est notamment soulevée par l'interprétation de la Cnil sur les cookies. Néanmoins, les négociations sur ce texte se heurtent à des difficultés qui sont à la hauteur des enjeux qu'il recèle, liés au respect de la vie privée dans les communications électroniques et à l'impact sur l'ensemble des activités digitales. Suite à l'échec du Conseil de l'UE à faire émerger une proposition de compromis, une nouvelle impulsion est attendue de la part de la présidence du Conseil, voire de la Commission européenne. La Fevad suit avec attention 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. ■



Représenter



Participer à l'évolution du droit de la consommation

La Fevad a mis en place un groupe de travail très actif sur le sujet de l'annonce de réduction de prix et a participé aux débats et réunions avec le Medef et le Cdcf.

La directive européenne « Omnibus » du 27 novembre 2019, contenant notamment une disposition relative aux annonces de réduction de prix, a monopolisé l'ensemble de la profession. Le principe selon lequel un professionnel qui annonce une réduction de prix doit afficher le « prix antérieur » de ce produit est ainsi posé. Ce « prix antérieur » est alors défini comme le prix le plus bas appliqué par ce professionnel dans les 30 jours précédant la réduction.

À l'heure actuelle, les annonces de réduction de prix sont réglementées par des dispositions générales d'harmonisation maximale issues de la directive du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales. Cette dernière prévoit, selon des critères clairs et précis, une appréciation au cas par cas de la loyauté des pratiques commerciales. Elle établit par ailleurs une liste noire des pratiques réputées déloyales « en toutes circonstances » et échappant ainsi au contrôle au cas par cas.

La directive « Omnibus » devrait être transposée par voie d'ordonnance par le Gouvernement. Un projet de loi est en cours pour donner habilitation au Gouvernement de le faire. ■

Garantir la 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 en pleine mutation sous l'effet notamment des évolutions rapides des technologies mobiles et du cadre réglementaire (DSP 2 et RTS).

À la suite de l'adoption de la DSP 2 (Directive services de paiement 2), la Fevad, aux côtés d'autres associations du commerce, a poursuivi les échanges avec l'écosystème (notamment dans le cadre du CCC CB – Comité consultatif commerce CB) en vue de la mise en œuvre des RTS (Regulatory Technical Standards) au 14 septembre 2019 (voir page suivante).

Parmi les autres sujets abordés, notamment au CCC CB, figurent également le règlement MIF et le choix de la marque, le sans contact, l'innovation (via le Lab CB), les statistiques et chiffres clés des paiements en France, mais aussi des réflexions autour de l'usage de « l'instant payment », qui fera probablement l'objet de développements importants dans les années à venir.

La Fevad poursuit également sa participation aux travaux de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement (OSMP), 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 des RTS, de l'évolution des modes d'authentification.

Elle participe, en outre, au Comité national des paiements scripturaux. Une nouvelle feuille de route des travaux du CNPS a été publiée pour la période 2019-2024. Elle s'articule autour de trois priorités :

- **Poursuivre** les travaux de promotion des moyens de paiement dématérialisés (carte sans contact, virement instantané).
- **Conforter** l'innovation par la sécurité et la sécurité par l'innovation.
- **Concourir** à l'ambition européenne d'un approfondissement du marché unique des paiements en renforçant la coopération entre acteurs du marché.

Cinq groupes de travail ont été constitués début 2020 auxquels la Fevad participe activement. ■



Paiement en ligne : une année charnière



2019-2020 a été l'année de la directive européenne DSP 2, qui vise à réguler les acteurs et les nombreuses innovations dans le domaine des paiements. La DSP 2 modifie sensiblement tout l'écosystème des paiements en ligne en cherchant à en renforcer la sécurité : l'authentification forte des paiements devient la règle, et sa mise en œuvre est désormais très largement le choix de la banque et non plus du commerçant. La Fevad a très amplement participé à la transposition opérationnelle de la directive en France, notamment dans le cadre de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement.

Previously in « DSP 2/RTS saga »

Sans remonter à novembre 2015, date de l'adoption de la DSP 2 par la Commission européenne, rappelons rapidement que cette directive a été transposée en France en janvier 2018, que les RTS, normes techniques qui en précisent les modalités, ont été publiées en mars 2018, désignant ainsi sa mise en œuvre 18 mois plus tard, soit théoriquement le 14 septembre 2019 ! Mais...

- **En juin 2019**, l'ABE (Autorité bancaire européenne) reconnaît le besoin de temps pour que tout l'écosystème des paiements se mette en conformité avec la DSP 2.

- **En juillet 2019**, la Fevad, aux côtés de tous les acteurs de l'écosystème monétique (banques, schemes, PAT, marchands), et tenant compte de cet avis, avait proposé au régulateur national (la Banque de France) un plan de migration concerté prévoyant une montée en puissance du raccordement de tous les acteurs courant 2020 et un déploiement par les banques de nouvelles solutions d'authentification. En septembre 2019, la Banque de France valide ce plan.

- **Dans un avis publié le 16 octobre 2019**, l'ABE prend acte de la nécessité de laisser aux acteurs du marché, sous la responsabilité des autorités nationales de supervision, un temps additionnel pour se conformer aux nouvelles dispositions de la directive. L'ABE fixe au 31 décembre 2020 la date butoir pour disposer de la pleine mise en conformité des solutions d'authentification pour les paiements en ligne.

- **Avril/mai 2020** : la montée en charge de la conformité DSP 2 est freinée par la pandémie.

- **Juin 2020** : discussions autour d'un nouveau calendrier de déploiement des infrastructures 3DS 2 et des moyens d'authentification conformes.

Pourquoi c'est si compliqué ?

La DSP 2 vise notamment à sécuriser les paiements en ligne, à favoriser la concurrence dans le marché des paiements et à développer l'innovation. Parmi les points qui nous intéressent se trouvent en fait deux migrations très différentes qui font souvent l'objet d'une confusion :

- 1. La mise en place de nouveaux systèmes monétiques** qui prennent en compte toutes les caractéristiques prévues par les textes : périmètre d'application en premier lieu mais aussi gestion des exemptions prévues par les RTS (3DS 1 vers 3DS 2.1, puis 2.2).

- 2. La diffusion aux consommateurs par les banques de nouveaux moyens d'authentification** conformes à la DSP 2 en lieu et place du SMS OTP.

La mise en œuvre de ces deux migrations fait l'objet d'un suivi régulier visant à assurer le respect des échéances. Ce pilotage est assuré en France par l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement (OSMP). La Fevad et de nombreux e-commerçants participent activement à ce comité de pilotage.

Malgré la mobilisation de tout l'écosystème, la mise en place des diverses briques et leur raccordement entre elles, déjà complexes en temps normal, ont été fortement ralentis par la pandémie du Covid-19. Cela devrait donner lieu à un glissement des dernières étapes, prévues pour une mise en œuvre complète courant 2021. ■

Plus d'infos sur ce dossier :
<https://www.fevad.com/regul/paiements/>

Adapter la fiscalité

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.

Servir les différentes formes de commerce

La fiscalité revêt un rôle essentiel pour la compétitivité des entreprises du e-commerce, qui sont confrontées à une concurrence internationale. La transformation numérique de l'économie soulève la question de la nécessité d'adapter la fiscalité aux spécificités de ce nouvel environnement.

Consciente des enjeux autour de l'équité entre les différentes formes de commerce, la Fevad œuvre depuis toujours à instaurer un débat loyal, serein et responsable sur l'évolution de la fiscalité du commerce qui soit à la hauteur des intérêts en jeu et qui serve l'ensemble des formes de commerce en dépassant notamment la présentation

binaire du commerce physique « opposé » au commerce numérique.

La Fevad a engagé une réflexion avec ses adhérents sur l'adaptation de la fiscalité du commerce face au développement de l'économie numérique. Selon elle, il serait inopportun de créer une taxe spécifique au e-commerce, ou d'étendre la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) aux entrepôts, du fait des enjeux de compétitivité du secteur et de modernisation du commerce.

La Fevad a ainsi suivi avec la plus grande attention les propositions formulées sur le sujet dans le cadre du projet de loi de finances pour 2020, et a fait part de son approche constructive, guidée par l'équilibre entre l'impératif d'équité de traitement entre les différents canaux et le besoin de préserver le potentiel de développement du e-commerce pour l'économie française. ■



Lutter contre la fraude à la TVA

La Fevad soutient toutes mesures de lutte contre la fraude à la TVA, dès lors qu'elles répondent à des critères d'efficacité, de cohérence et de proportionnalité.

La Fevad mesure pleinement les enjeux de ce phénomène, tant sur le plan des finances publiques que sur celui de l'équité de concurrence entre les opérateurs sur le marché français. Elle s'efforce de s'assurer que la distorsion fiscale et de concurrence, qui bénéficie actuellement à certains acteurs opérant sur le marché français et se soustrayant à leurs obligations fiscales, soit réduite à l'avenir.

Un volet conséquent sur la lutte contre la fraude à la TVA en ligne a été consacré dans la loi de finances pour 2020, comprenant les éléments suivants :

- **La transposition de la directive TVA e-commerce du 5 décembre 2017**, visant à améliorer la perception de la TVA sur les ventes par internet, en instaurant de nouvelles règles pour le commerce électronique : notamment un nouveau rôle pour les places de marché en ligne qui seront redevables



de la TVA dans certains cas où le vendeur est basé dans un pays tiers de l'UE, ainsi que l'extension du mini-guichet unique à l'ensemble des ventes à distance, ce qui constitue une facilité d'immatriculation pour les e-commerçants. La Fevad œuvre à une interprétation de ces nouvelles règles par l'administration fiscale, en vue de la bonne mise en œuvre des modalités pratiques de la collecte de la TVA par les plateformes de e-commerce.

- **L'obligation, pour l'exploitant d'un entrepôt ou d'une plateforme logistique de stockage**, de tenir à disposition de l'administration certaines informations sur les biens transitant par leur intermédiaire, en vue d'améliorer la traçabilité des flux de biens importés.

- **La publication sur le site de l'administration fiscale d'une liste des opérateurs de plateformes** considérés comme non coopératifs, car ne respectant pas, de manière réitérée, leurs obligations fiscales sur le territoire français. Cette mesure s'inscrit dans la logique des sanctions réputationnelles (name and shame) de la loi relative à la lutte contre la fraude du 23 octobre 2018. ■

Renforcer la cybersécurité

La Fevad adhère au dispositif national d'assistance aux victimes d'actes de cybermalveillance, matérialisé par le site cybermalveillance.gouv.fr.

Ce projet s'adresse gratuitement aux particuliers, aux entreprises et collectivités territoriales. Ses objectifs sont les suivants :

- 1. La mise en relation des victimes** via une plateforme numérique avec des prestataires de proximité susceptibles de restaurer leurs systèmes.
- 2. La mise en place de campagnes de prévention** et de sensibilisation à la sécurité du numérique.
- 3. La création d'un observatoire du risque numérique** permettant de l'anticiper.

La Fevad est particulièrement sensible à ces sujets : elle a publié un livre blanc proposant des témoignages et des ressources pour inviter les acteurs du e-commerce, particulièrement visés, à s'engager dans une démarche visant à instaurer une culture de la cybersécurité (à télécharger sur www.fevad.com). ■



Affirmer sa responsabilité environnementale et sociétale

La Fevad a été fortement mobilisée sur la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.

En 2019, la commission RSE de la Fevad a travaillé sur les impacts de la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire du 10 février 2020, qui vise notamment à « un équilibre entre la responsabilité des entreprises, par l'élargissement du périmètre du principe pollueur-payeur, et une meilleure information des consommateurs ».

Cette loi a notamment introduit : la généralisation de la reprise des produits usagés, qui n'est plus limitée aux seuls déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), la responsabilité des plateformes en matière d'écoparticipation et de reprise pour le compte des vendeurs tiers qui n'auraient pas respecté leurs obligations, l'interdiction de destruction des invendus et leur gestion par les plateformes si ces dernières stockent pour le compte de tiers.

La commission RSE a également œuvré sur l'accessibilité des sites internet qui génèrent un chiffre d'affaires de plus de 250 millions d'euros, et devront, d'ici octobre 2020, être en conformité avec les nouvelles dispositions légales pour l'accès au contenu des personnes en situation de handicap. ■

Veiller à la régulation des plateformes

Au cours de l'exercice 2019-2020, la Fevad a travaillé sur la question de la responsabilité des plateformes en ligne et constaté la bonne mise en œuvre de la charte du e-commerce.



Signature par la Fevad de la charte des acteurs du e-commerce le 26 mars 2019, en tant qu'organisation représentative, en présence de M. Mounir Mahjoubi, Secrétaire d'État chargé du Numérique.

Responsabilité des plateformes

La Commission européenne a annoncé vouloir procéder à une évaluation/révision de la directive e-commerce et à la publication fin 2020 d'une proposition législative sur les services numériques, offrant ainsi un champ plus large que celui de la directive et une actualisation du régime de responsabilité des intermédiaires.

Avec Ecommerce Europe, la Fevad se prépare à ce dossier majeur, notamment sur les principes directeurs qui devraient, à notre sens, guider une adaptation du régime de responsabilité des plateformes aux réalités d'internet de 2020, étant entendu qu'il convient de préserver les principes fondateurs de la directive e-commerce sur lesquels reposent encore en majeure partie un grand nombre de services numériques et de la société de l'information.

Ce chantier législatif implique en outre d'anticiper les conséquences sur le business model des plateformes en tant que telles, et de prendre en compte le caractère très diversifié des plateformes basées en France (en contraste avec d'autres États européens), et ce dans un contexte de très forte concurrence exercée par des plateformes opérant depuis l'étranger.

La Fevad est également très attentive aux projets concernant des règles ex ante sur le pouvoir de marché et l'accès aux données des plateformes dotées d'effets de réseau importants basés sur les données. ■

Mise en œuvre de la charte e-commerce

Six mois après l'adoption en mars 2019, sous l'égide du Secrétariat d'État chargé du Numérique, d'une charte de bonnes pratiques sur les relations entre plateformes en ligne et entreprises utilisatrices, un premier bilan positif a pu être dressé, attestant le respect des engagements par les signataires. La démarche de responsabilisation des plateformes fonctionne bien. Les marketplaces ont fait la démonstration qu'elles constituent des partenaires privilégiés des TPE-PME et des acteurs responsables.

Cette charte a pour objectif d'assurer les conditions d'une relation équilibrée, transparente et loyale entre les plateformes de vente en ligne et les TPE-PME qui les utilisent pour développer leur activité commerciale. La Fevad soutient cette démarche qui va dans le sens d'un renforcement de la confiance dans le e-commerce, et dans celui de l'accélération de la transformation numérique des TPE-PME françaises.

Le règlement européen dit « P to B », encadrant la relation entre plateformes et entreprises utilisatrices, est entré en vigueur le 12 juillet 2020. Il prévoit un renforcement de la transparence et de la transmission d'informations des plateformes vers les entreprises utilisatrices sur les conditions d'utilisation (y compris les déréférencements), les paramètres de classement et un système gradué de règlement des litiges. Le règlement encourage enfin l'élaboration de codes de bonne conduite au niveau national.

PAROLE D'ADHÉRENT :

AMANDINE DE SOUZA, DIRECTRICE DU BHV, D'EATALY ET DES ACHATS MAISON

L'histoire du BHV semble indissociable de la rue de Rivoli...

Amandine de Souza : Le Bazar de l'Hôtel de Ville a été fondé, ici même, par Xavier Ruel, en 1886. En presque 165 ans, la petite boutique de bonneterie a bien évolué et représente aujourd'hui 38 000 m² de commerces, avec une offre principalement axée « maison, bricolage et loisirs ». Chaque année, nous recevons plus de 10,5 millions de visiteurs. Majoritairement une clientèle française (85 %), très parisienne. Outre ce magasin emblématique, nous sommes également présents rue de la verrerie avec le BHV l'Homme, et dans des boutiques dans les rues autour du magasin amiral, ainsi qu'à Parly 2, sur près de 8 000 m².

Pourquoi un magasin aussi iconique que le BHV a-t-il décidé d'investir le e-commerce en 2018 ?

Il semble évident qu'aujourd'hui, le retail doit se nourrir des deux genres, à la fois physique et online. L'un étant complémentaire de l'autre. Le e-commerce apparaît comme un levier de croissance pour développer du chiffre d'affaires additionnel et recruter une clientèle plus nationale mais aussi plus jeune. La crise du Covid-19 nous a donné raison, et a finalement accéléré notre transformation digitale. Aujourd'hui, bhv.fr représente 5 % de notre chiffre d'affaires, mais nous tablons sur 20 % à l'horizon 2025. Une partie significative des commandes du site sont livrées en click-and-collect dans nos magasins.

Le site est-il un reflet fidèle de l'offre en magasin ?

Effectivement, bhv.fr est un catalogue vivant de notre magasin, auquel s'ajoute une market place. Nous proposons aujourd'hui plus de 90 000 produits en ligne et enregistrons 1 million de visiteurs uniques par mois. Les secteurs les plus porteurs ? Les luminaires, la cuisson et l'électroménager. Fait nouveau, environ 40 % de notre chiffre d'affaires se réalise hors Île-de-France, loin de notre zone de chalandise.

Pourquoi avoir rejoint la Fevad ?

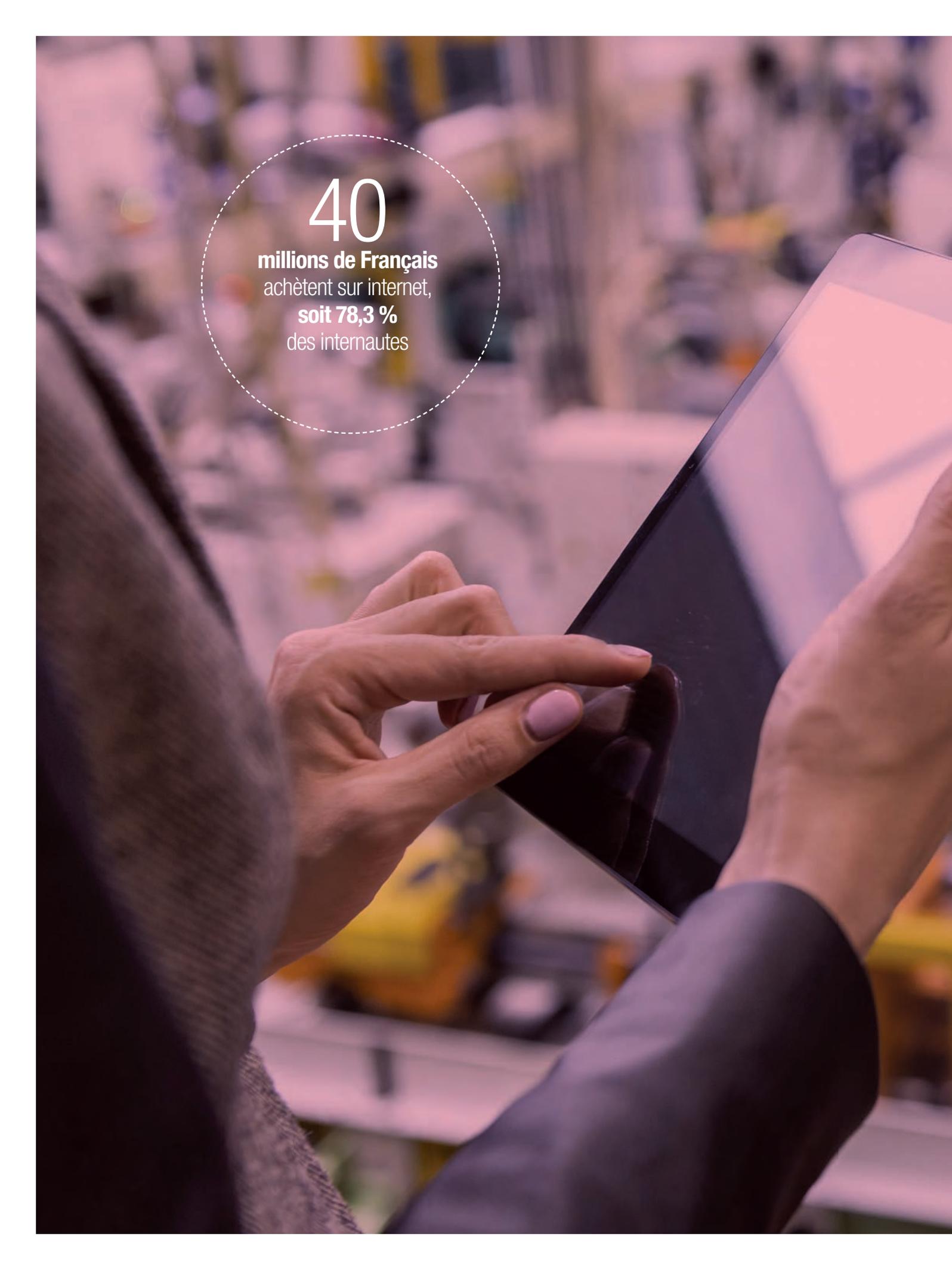
Le marché du e-commerce demande une réelle agilité. Il est important de connaître les évolutions réglementaires, légales et juridiques et d'avoir accès à des informations pertinentes et des données qualifiées sur nos marchés. La Fevad est un très bon « outil » de veille et de lobbying, qui porte la voix des acteurs du e-commerce et défend leurs intérêts, sans aller contre le commerce physique. C'est aussi un espace de partage et d'échanges uniques entre experts.

Comment s'annonce 2021 ?

Nous comptons renforcer nos projets omnicanaux, afin d'offrir de nouvelles expériences à nos clients. En magasins, nos vendeurs sont équipés de smartphones pour pouvoir répondre à toutes les demandes, en navigant facilement sur notre site bhv.fr. Nous allons également tester le « clienteling » afin de renforcer la conversation avec nos clients par messages instantanés mais aussi le « live shopping ». Un moyen original de réaliser ses achats à distance, en communiquant directement avec nos vendeurs qui s'occupent de tout comme de véritables « personal shoppers » ! ■

« Il est important de connaître les évolutions réglementaires, légales et juridiques. »



A close-up photograph of a person's hands holding a tablet computer. The person is wearing a grey sweater. The background is a blurred retail environment with shelves of products. A white dashed circle is overlaid on the image, containing text.

40

millions de Français
achètent sur internet,
soit 78,3 %
des internautes

Réguler

Dialoguer avec l'ensemble des parties prenantes

Depuis 1957, la Fevad fixe un cadre déontologique, en sus du cadre légal, qui a pour objectif premier de rassembler et de fédérer ses membres autour d'une communauté de valeurs professionnelles dans le respect du consommateur.

En adhérant à la Fevad, les entreprises s'engagent sur des règles professionnelles fondées notamment sur la loyauté, la transparence, la confiance 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 de la consommation 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.

Renforcer la déontologie et la médiation

Faire évoluer la charte qualité et le code déontologique

La Fevad fait régulièrement évoluer ses règles professionnelles, regroupées dans un code de déontologie, pour s'adapter aux évolutions technologiques et législatives.

Les règles professionnelles de la Fevad, adoptées en 1957, garantissent l'éthique de la profession et assurent ainsi la crédibilité et le développement de la vente à distance.

Entièrement repensé en 2019, le code professionnel – charte qualité repose sur cinq grands principes qui se déclinent sous la forme d'engagements :

- Être identifiable
- Être loyal
- Sécuriser le paiement
- Disposer d'un service client accessible
- Proposer un service de médiation

Les plateformes, les avis en ligne et la médiation de la consommation ont également été précisés afin de prendre en compte les réalités économiques et législatives.

Assurer une médiation de la consommation

Le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad continue de faire ses preuves dans la résolution amiable des litiges de consommation en matière de vente à distance.

Né en 2016, le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad œuvre pour rétablir le dialogue entre le consommateur et l'entreprise, et proposer, dans la mesure du possible, une solution amiable plus rapide que la justice et satisfaisante pour tous.

Le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad figure dans la liste officielle des médiateurs français référencés par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC). Officiellement reconnu par la Commission européenne au niveau de l'UE, il est devenu membre du Club des médiateurs et intervient régulièrement au sein des instances représentant les consommateurs.

Un site dédié au service du Médiateur du e-commerce de la Fevad est accessible à tous : <http://www.mediateurfevad.fr>.



Toutes les informations utiles aux consommateurs et aux entreprises en matière de réglementation y sont disponibles.

La Fevad a également développé une plateforme informatique unique qui permet la saisine, l'échange et le dialogue entre le consommateur, l'entreprise et le Médiateur. Cet outil réduit 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.

Un sondage de satisfaction a été lancé en 2020, afin de recueillir l'avis des utilisateurs de la plateforme sur les règlements en ligne des litiges de consommation.

Enfin, une vidéo pédagogique a été réalisée à destination des consommateurs pour expliquer le fonctionnement du service du Médiateur du e-commerce de la Fevad. Ce film est accessible sur le site de la Fevad et sur le site du Médiateur.



LA MÉDIATION EN CHIFFRES

6 624 demandes

de médiation reçues en 2019

dont 6 094

demandes recevables/prises en charge

Le top 3 des motifs de litige de consommation :

- 1** Problèmes de remboursement et application des pénalités
- 2** Problèmes de livraison : commande retardée, non livrée ou partielle
- 3** Problèmes de garanties

Délai de prise en charge : **12 jours**

Délai moyen de traitement : **27 jours**

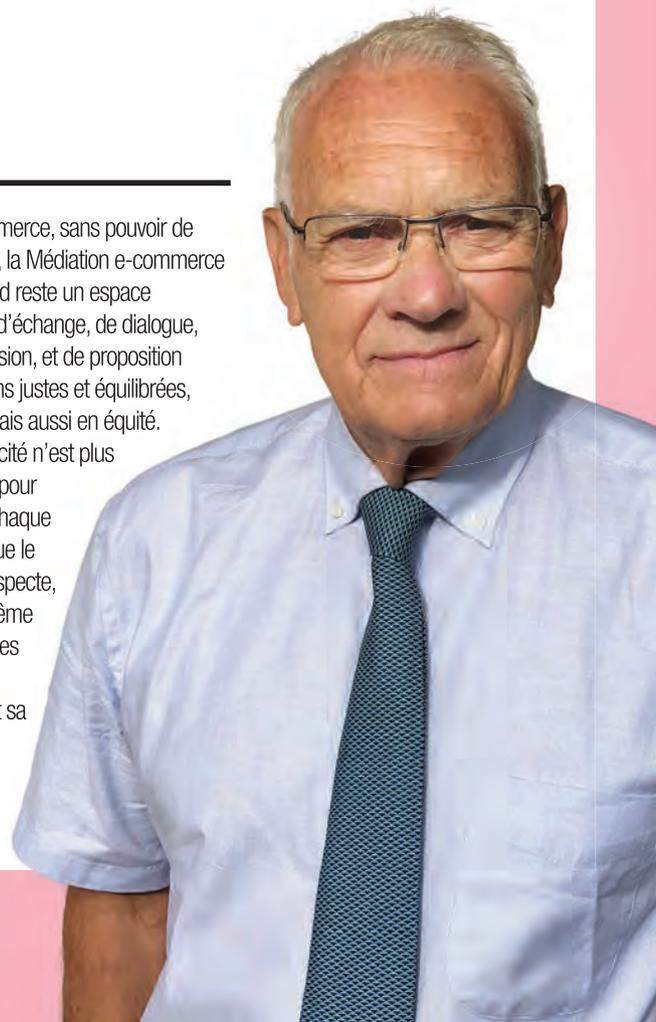
PAROLE DE MÉDIATEUR :

BERNARD SIOUFFI, MÉDIATEUR DU E-COMMERCE DE LA FEVAD

« En 2019, nous avons traité en médiation plus de 6 600 saisines entrantes, dont plus de 92 % recevables, ce qui témoigne de notre notoriété auprès des consommateurs et de la clarté de notre dispositif. Ce nombre de dossiers est à mettre en perspective avec la croissance continue de l'activité de vente à distance et ses 1,7 milliard de transactions annuelles. Les dossiers recevables ont été traités dans des délais inférieurs à ceux impartis par la loi, avec un taux de réponse conforme à la demande des consommateurs dans près de trois quarts des cas. La satisfaction spontanée des consommateurs

nous a incités à mettre en place, dès le début de 2020, un sondage de satisfaction afin d'améliorer au mieux le service.. Cette année encore, les trois principaux motifs de litige restent, à parts sensiblement égales, les remboursements, les livraisons et l'application des garanties. . . sujets toujours épineux entre consommateurs et vendeurs. Notre service de Médiation a rappelé à ces derniers les textes réglementaires et les bonnes pratiques professionnelles. J'observe que sur les deux premiers motifs évoqués, le vendeur peut agir directement sur de possibles leviers d'amélioration. Ni juge, ni régulateur, ni super « service client »

du e-commerce, sans pouvoir de contrainte, la Médiation e-commerce de la Fevad reste un espace d'écoute, d'échange, de dialogue, de persuasion, et de proposition de solutions justes et équilibrées, en droit mais aussi en équité. Son efficacité n'est plus à prouver pour peu que chaque partie « joue le jeu » et respecte, avec la même sérénité, ses principes d'action et sa culture du résultat. »



An aerial photograph of a large container ship docked at a port. The ship's deck is filled with stacks of colorful shipping containers in shades of yellow, red, and blue. A large blue gantry crane is positioned on the right side of the ship, with its arm extending over the deck. The water to the left of the ship is a deep green color. The overall scene depicts a busy port environment.

2^e
marché e-commerce
d'Europe,
la France se trouve
derrière le Royaume-Uni



Communiquer

Rayonner en France et à l'international

Grâce aux multiples actions qu'elle mène chaque année, à son investissement dans les études du marché et à son implication dans les relations avec ses parties prenantes, la Fevad est reconnue comme le référent incontournable 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 et propose, ou auxquels elle participe toute l'année, et qui nourrissent les réflexions de tous les acteurs et véritables spécialistes du e-commerce et de la vente à distance.

Au niveau 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

Le service Études de la Fevad réalise une veille permanente sur l'évolution économique des marchés e-commerce et vente à distance. Il 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, le service Études de la Fevad édite un document de synthèse : « Chiffres clés ».



Publier des indicateurs et des études

Un suivi régulier de l'évolution du secteur 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. La Fevad collabore également avec les différents instituts officiels de statistiques nationaux et sectoriels.

Elle 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...

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.fevad.com : études et chiffres

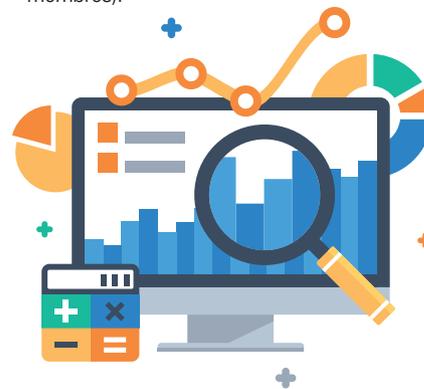
Suivre l'évolution de l'activité

ACTIVITÉ DES VENTES AU GLOBAL : L'INDICE ICE

La Fevad mesure l'évolution du marché des ventes e-commerce à partir du panel PSP des plateformes sécurisées de paiement et du panel ICE 100 des sites leaders. 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.

Tous les indicateurs marché e-commerce, publiés trimestriellement par la Fevad, sont consultables sur son site (accès réservé aux membres).





1,741 milliard
de transactions en ligne en 2019
+ 15,7 %
par rapport à 2018

ACTIVITÉ SELON LES SECTEURS : L'INDICE iCE 100

Le panel iCE 100 permet un suivi mensuel des tendances des ventes internet par catégorie de produits/services et des ventes à distance. Environ 115 enseignes B to C et 20 enseignes B to B y participent.

Les résultats B to C sont accessibles aux membres de la Fevad sous la forme d'un dashboard en format responsive, avec une version complète des tendances pour les répondants au panel et une version simplifiée destinée aux membres de la Fevad non participants au panel.

ACTIVITÉ HEBDOMADAIRE DES SITES LORS DE LA CRISE SANITAIRE COVID-19

Un suivi renforcé du marché a été mis en place fin février 2020, au début de l'épidémie du Covid-19, avec un panel hebdomadaire des ventes internet de produits hors alimentaire. L'activité d'une cinquantaine d'enseignes participantes a ainsi été suivie avant, pendant et après le confinement.

INDICE SOLDES, BLACK FRIDAY ET CYBER MONDAY

Des baromètres soldes et black friday sur internet offrent aux sites marchands, en ces périodes de pics d'activité, une visibilité rapide sur l'activité des ventes en ligne. À chaque période de soldes, trois bilans sont réalisés : 1^{er} jour, 1^{re} semaine, et bilan sur quatre semaines. Les résultats sont réservés aux participants à ces panels.

COMMERCE MOBILE : L'INDICE iCM

La Fevad suit l'activité du canal m-commerce à travers l'iCM, auquel participent une quarantaine d'acteurs de vente de produits et du tourisme, qui communiquent 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.



PLACES DE MARCHÉ : L'INDICE iPM

L'activité sur les places de marché est suivie à travers le panel iPM, 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. ■

SUIVRE LES ACTEURS DU E-COMMERCE

AUDIENCE DES SITES LEADERS

Médiamétrie et la Fevad publient chaque trimestre le classement d'audience des 15 premiers sites de e-commerce tous secteurs confondus. Depuis 2017, le Top 15 des sites de e-commerce est un classement « internet global », c'est-à-dire un classement de l'audience internet des sites sur les trois écrans : ordinateur, mobile et 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.

CLASSEMENT DES SITES LEADERS EN NOMBRE DE CLIENTS

En 2018, la Fevad et Médiamétrie ont complété le baromètre d'audience des sites e-commerce par une étude ad hoc sur la pénétration des sites. Sur les principaux marchés, l'étude mesure le poids des sites en fonction, non pas du nombre de visiteurs, mais du nombre de personnes ayant commandé sur chacun des sites observés. Elle permet de dresser le Top 10 des sites par marché, avec pour chaque site le pourcentage des e-acheteurs ayant déclaré avoir commandé sur chacun d'entre eux au cours des 12 derniers mois. En 2019, pour la première fois, un Top 10 des sites leaders, tous secteurs (hors voyage), a été publié.

STRATÉGIES DES TPE-PME DANS LE E-COMMERCE

L'ÉTUDE OXATIS/FEVAD/KEDGE BUSINESS SCHOOL

Depuis 2009, Oxatis publie annuellement avec la Fevad les résultats d'une étude auprès de ses clients TPE et PME. Celle-ci décrypte l'évolution du profil et les stratégies des e-commerçants TPE-PME. L'édition 2020 a notamment mesuré comment le e-commerce, au service des TPE-PME et des commerces de proximité, permet de contribuer au dynamisme des territoires.



Source : Baromètre Fevad/LSA réalisé sur sites leaders – février 2020

MORAL DES E-COMMERÇANTS FRANÇAIS

LE BAROMÈTRE FEVAD/LSA

Chaque année, la Fevad et LSA mènent une enquête auprès des dirigeants des principaux sites de e-commerce sur leur moral et leurs perspectives de développement (9^e édition en 2020).

L'étude réalisée en début d'année « prend la température » des e-marchands : elle les interroge sur leur niveau d'optimisme, leurs perspectives de développement, leurs intentions d'investir et de recruter, les stratégies marketing mises en avant, les principaux leviers de croissance envisagés et sur leurs projets d'innovation ainsi que leurs initiatives, notamment vis-à-vis des enjeux environnementaux dans l'édition 2020. Cette édition a été réalisée avant l'épidémie de Covid-19 déclarée et la période de deux mois de confinement qui s'est ensuivie. ■

SUIVRE LES COMPORTEMENTS DES CONSUMMATEURS

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.

PÉRIODES CLÉS : BLACK FRIDAY ET CYBER MONDAY, NOËL

Chaque année en octobre, la Fevad mène, en partenariat avec Médiamétrie (12^e édition en 2019), une enquête auprès de 4 000 internautes destinée à évaluer les intentions d'achat pour Noël et lors des opérations promotionnelles de novembre. (suite p. 30)

PAROLE D'ADHÉRENT :

CHARLOTTE GAILLARD-DUBOST, FONDATRICE DU SITE BERCEAUMAGIQUE.COM

Comment est née l'aventure Berceau magique ?

Charlotte Gaillard-Dubost : Par hasard il y a 17 ans... Étant au repos forcé lors de ma première grossesse, j'ai pu constater un manque flagrant d'articles de puériculture en ligne.

À l'époque, le e-commerce était à ses débuts, et les grands du secteur n'avaient pas encore pris le virage du digital. J'y ai vu une opportunité ! Passionnée par les nouvelles technologies et rôdée à l'esprit « start-up », je me suis lancée, avec 15 000 euros en poche. Un pari audacieux mais payant. Aujourd'hui, Berceau magique est un site marchand spécialisé dans l'équipement autour de bébé, avec plus de 25 000 produits en ligne, 300 marques référencées et quelque 200 000 colis expédiés chaque année.

Pourquoi avoir choisi d'adhérer à la Fevad ?

C. G.-D. : J'ai intégré ce réseau il y a une dizaine d'années. Au départ, je pensais qu'il était réservé aux grands acteurs du e-commerce et aux véricistes. Or, la Fevad est ouverte à tous, grands groupes comme petits entrepreneurs. Elle reste pour moi un interlocuteur privilégié pour toutes les informations d'ordre légal.

Le e-commerce est un secteur qui subit de nombreuses offensives, et il est essentiel de mener une veille informative et juridique pour rester

agile. À titre personnel, la Fevad m'a notamment conseillée lors de la mise en œuvre de la RGPD. J'ai pu également participer au Jury des Favor'i, un concours qui récompense les meilleures initiatives du e-commerce.

Comment votre entreprise s'intègre-t-elle dans le paysage économique local ?

C. G.-D. : Berceau magique est avant tout une PME installée à Toulon et qui emploie aujourd'hui plus de 40 salariés. Sur la région varoise, nous sommes reconnus comme étant un acteur économique local, à la fois créateur d'emplois et innovant, avec une approche de responsabilité sociétale et environnementale forte. Depuis 2 ans, nous avons développé notre propre marketplace, « Les exauceurs », qui diffuse un catalogue de services en ligne : cours de portage, massage, yoga pour futures mamans, etc. Avec cette marketplace, nous espérons participer à l'attractivité des territoires, en mettant en avant des professionnels reconnus pour leur savoir-faire.

Comment le Covid-19 a-t-il bouleversé votre business model ?

C. G.-D. : De toute évidence, Berceaumagique.com a surfé sur la vague de la digitalisation forcée des ménages. Pendant le confinement, nous avons enregistré des ventes exponentielles, qui ont pointé du doigt les limites de notre organisation. Pour répondre à cette demande croissante, nous avons dû revoir tous nos processus de gestion des commandes, en optimisant notre outil informatique. ■



« Nous sommes reconnus comme étant un acteur économique local, à la fois créateur d'emplois et innovant. »



L'édition 2019, a dressé un bilan complet des achats sur mobile : nombre d'acheteurs, produits achetés, fréquence d'achat... Quelques jours après Noël, une nouvelle vague a été réalisée en partenariat avec Médiamétrie auprès de 1 300 e-acheteurs (17^e édition en 2019), permettant de dresser un bilan des achats de Noël sur internet : budget, produits achetés, satisfaction...

FOCUS E-COMMERCE ET CONSOMMATION RESPONSABLE

En septembre 2019, la Fevad a publié, avec Médiamétrie, les résultats d'une enquête menée auprès de 1 400 internautes sur leur perception, leurs pratiques, ainsi que le rôle d'internet dans leur adoption d'une consommation responsable.

BILAN E-COMMERCE ET PERSPECTIVES 2020

En tout début d'année, le baromètre Fevad/Médiamétrie portant sur 1 300 e-acheteurs a permis d'établir une analyse complète des pratiques d'achat en ligne, des attentes en matière de services et des nouvelles tendances de consommation, en particulier au niveau de l'usage du mobile et d'un achat plus responsable en 2020.

IMPACTS DE LA CRISE SANITAIRE COVID-19

La Fevad, en partenariat avec Médiamétrie, a interrogé les internautes sur leurs pratiques d'achat en ligne pendant et après la période de confinement : produits achetés, paniers, sites d'achat, motivations d'achat, satisfaction... Cette étude a permis de mesurer l'impact sur les pratiques et habitudes d'achat en ligne. ■

Suivre les marchés e-commerce en Europe et dans le monde

Chaque année, Ecommerce Europe, l'association européenne du e-commerce, publie les chiffres du e-commerce à travers un rapport européen qui regroupe l'ensemble des données chiffrées disponibles sur les différents marchés e-commerce, les tendances et les prévisions.

L'édition 2020 est réalisée par Internet Retailing pour Ecommerce Europe. Le rapport européen est accessible gratuitement pour les membres des différentes associations européennes. ■

Suivre les secteurs

MODE ET INTERNET

PARTENARIAT FEVAD/IFM

La Fevad publie chaque année avec l'Institut français de la mode (IFM) un bilan de l'évolution du marché de l'habillement sur internet et de la dynamique des ventes internet et magasins selon les circuits de distribution. Les indices e-commerce/VAD, publiés chaque mois dans l'IFM Panel, sont le fruit de la collaboration Fevad/IFM.

PARTENARIAT FEVAD/KANTAR WORLDPANEL

Fevad et Kantar Worldpanel se sont associés (2^e édition en 2019) pour publier un panorama complet du marché de la mode sur internet, des comportements d'achat et des sites d'achat. L'édition 2019 comprend un focus sur les jeunes et la mode.

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON ET BIENS CULTURELS SUR INTERNET

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 : poids et dynamique du on-line selon les marchés, benchmark européen, omnicanalité et complémentarité entre les circuits...

GRANDE CONSOMMATION ET E-COMMERCE

PARTENARIAT FEVAD/NIelsen

Nielsen, en partenariat avec la Fevad, dresse annuellement le bilan de l'achat de produits alimentaires et de grande consommation sur internet.

L'édition 2020 a analysé l'accélération, durant le confinement, du drive, de la livraison à domicile et du drive piéton au service des consommateurs confinés et d'une nouvelle clientèle en quête de distanciation physique. ■

Échanger

Décrypter les tendances futures

La Fevad est un lieu de rencontres et d'échanges entre professionnels, représentants du monde associatif, des institutions et des pouvoirs publics. Elle propose des ateliers, 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 de conférences. Elle offre également à ses membres la possibilité de bénéficier de tarifs préférentiels dans le cadre des manifestations qu'elle parraine.

Enjeux e-tourisme

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 : Air France-KLM, Airbnb, MisterFly, Prevision.io, Phocuswright, We Like Travel...

Ateliers innovation et développement

Organisés tout au long de l'année par la Fevad, ces ateliers réunissent experts et professionnels. Ils ont été très orientés cette année sur les questions relatives aux paiements :

- Présentation du livre blanc sur les KPI paiements (avec Mercatel, Edgar Dun, Cybersource)
- Atelier sur les solutions d'authentification fortes et la biométrie
- Atelier de présentation de Paylib
- Conférence avec Renaissance numérique sur l'inclusion et le paiement
- Souveraineté européenne (avec Ecommerce Europe & Partelya)

Conférences et colloques

La Fevad propose régulièrement à ses adhérents des conférences et colloques, organisés à l'occasion d'événements réunissant les professionnels du secteur et directement invités par la Fevad. Ces rencontres sont un moment d'échange et de partage pour l'ensemble des adhérents.

L'agenda événementiel 2020 a été particulièrement perturbé par les mesures sanitaires prises pour lutter contre la pandémie du Covid-19. Certains événements ont dû être annulés ou reportés. Quelques rendez-vous « virtuels » sur des sujets liés à la crise du Covid-19 ont toutefois été proposés, sous la forme de webinaires.



SEPTEMBRE 2019

Salon e-commerce Paris 2019

- 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, Kantar Worldpanel et Médiamétrie/NetRatings
- Atelier « Paiement sur la DSP 2 »
- Atelier « E-commerce, quand les marques passent à l'offensive » avec la participation de KPMG, Danone, Le Slip Français et Rakuten

OCTOBRE 2019

Les Enjeux e-tourisme avec Julie Pozzi d'Air France-KLM et Tuncay Isik de Prevision.io sur l'intelligence artificielle

DÉCEMBRE 2019

Les Enjeux Innovation B2B, organisés en partenariat avec NextContent sur la thématique « B2B Nouvelle Génération », où sont notamment intervenus Veolia, Manutan, Dassault Systèmes, Ugap, OCP...

FÉVRIER 2020

Bilan du e-commerce français en 2019, 13^e édition du Baromètre sur le profil des e-commerçants Oxatis – Étude sur les nouvelles tendances de consommation sur internet réalisée par Médiamétrie
InBanque, journée organisée par NextContent

Le Grand Prix Favor'i du e-commerce



Chaque année, le Grand Prix Favor'i du e-commerce est le rendez-vous incontournable de tous les professionnels du e-commerce. Pour la première fois en 2019, un Prix Commerce écoresponsable a été décerné.

La 13^e édition du Grand Prix Favor'i du e-commerce s'est tenue le 12 décembre dernier. Malgré un contexte social tendu dans le monde des transports, la soirée, animée par le chroniqueur David Abiker, a réuni les professionnels du e-commerce au Yoyo dans le Palais de Tokyo.

La Fevad a ainsi récompensé les meilleurs sites et initiatives en matière de commerce électronique. Ces trophées sont décernés d'une part par les votes des internautes interrogés par notre partenaire Médiamétrie et, d'autre part, à partir des délibérations du grand Jury **présidé pour la première fois par Nathalie Balla** (Co-Présidente La Redoute) et composé d'experts et de professionnels (Favor'i du jury).

Cette année, la Fevad a tenu à mettre à l'honneur les démarches écoresponsables développées par les sites e-commerce en remettant un nouveau prix : le Prix Commerce écoresponsable.

Les résultats du sondage Favor'i des internautes ont été décryptés par Médiamétrie lors d'un atelier réservé aux adhérents, le 27 février 2020 : « Mobile, économie circulaire, prix, livraison... Qu'attendent vraiment les Français des sites e-commerce ? Quels sont leurs sites préférés ? Comment notent-ils les services proposés par les e-commerçants ? Pourquoi certains sites font la différence ? ». Une analyse croisée des résultats a été réalisée avec les best practices en matière d'expérience client, et présentée par François Ziseran, fondateur de Target2Sell, plateforme spécialisée dans le marketing prédictif 1 to 1. ■

MILLÉSIME 2020

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

MEILLEUR SITE E-COMMERCE

www.yves-rocher.fr

PRIX DU MEILLEUR ESPOIR

Or : Label Emmaüs (place de marché solidaire)

Argent : CFlou (produits pour déficients visuels)

Bronze : HappyBulle (bijoux personnalisés à partir des dessins de vos enfants)

FAVOR'I DES INTERNAUTES

Meilleur site Mode : www.zalando.fr

Meilleur site Produits techniques & électroménager : www.amazon.fr

Meilleur site Hypermarchés – Supermarchés & Drive : E.Leclerc Chez moi

Meilleur site meubles et décoration : www.ikea.com

Meilleur site Beauté – Hygiène et Santé : www.yves-rocher.fr

Meilleur site B2B : www.agrizone.net



PRIX ÉCORESPONSABLE

TOO GOOD TO GO, L'APPLICATION ANTI-GASPILLAGE

La start-up Too Good To Go a fait de la lutte contre le gaspillage alimentaire son cheval de bataille. Son service repose sur une application mobile de mise en relation des utilisateurs avec des commerçants. Ces derniers peuvent ainsi valoriser des produits qui auraient été jetés. Pour les utilisateurs, c'est un bon moyen de profiter de produits alimentaires à un prix défiant toute concurrence.



FAVOR'I DU JURY

Catégorie Innovation : MisterFly rembourse les billets non remboursables

MisterFly, site web spécialisé depuis 2015 dans la réservation de voyages, a remporté le prix « Innovation 2020 ». Le site a lancé un service gratuit, baptisé « FreeFlex ». Il assure à ses clients le remboursement immédiat à hauteur de 70 % en bon d'achat de la valeur du (des) billet(s) d'avion non utilisé(s). Le client a la possibilité d'annuler au plus tard jusqu'à la veille du départ, sans avoir à fournir de motif ni de justificatif.



PAROLE DE LAURÉAT :

MAUD SARDA, CO-FONDATRICE ET DIRECTRICE DE LABEL EMMAÜS

« Recevoir le prix du Meilleur Espoir a été un moment très fort pour toute notre équipe, d'autant qu'il nous a été remis avec une phrase forte : « *Ils sont le meilleur espoir dans tous les sens du terme !* ». Nous qui avons fait le pari, il y a trois ans, d'un e-commerce au service des hommes et de la planète, être reconnus en tant que tel par les professionnels du secteur a une grande valeur. Ce prix nous a aussi permis de nouer de nombreux partenariats autour de Label École, notre école e-commerce inclusive qui formera en 2020 plus de 100 demandeurs d'emploi au e-commerce ! »



Les enjeux du e-commerce 2019

Lancés en 2012 par la Fevad, les Enjeux du e-commerce visent à éclairer l'avenir de ses adhérents et à leur donner de nouvelles grilles de lecture, afin de développer leur performance et leur leadership.



La 8^e édition des Enjeux du e-commerce s'est tenue le 26 juin 2019 au Medef et a proposé une conférence construite autour de la stratégie e-commerce des marques de fabricants.

La conférence a été suivie par la 3^e édition du challenge Fevad/KPMG récompensant les meilleures start-up de e-commerce. Cinq start-up finalistes sont venues sur scène « pitcher » devant l'Advisory Board et se confronter en direct aux votes des participants. Les résultats du challenge ont été dévoilés en direct, lors de la soirée Start Me Up Party qui s'est déroulée au Mona Bismarck, vitrine parisienne et haut lieu d'art et de culture américaine. Les trois temps forts ont réuni près de 500 participants.

Publication de l'annuaire des start-up e-commerce 2019-2020

Cet annuaire a pour objectif de présenter une liste de start-up particulièrement innovantes pour le e-commerce à destination des sites marchands. Il est le fruit d'un processus de sélection rigoureux mis au point par la Fevad et KPMG dans le cadre de la 3^e édition du challenge Start Me Up. Il a également fait l'objet d'une publication sur le site d'Ecommerce Mag, renforçant ainsi la visibilité des start-up auprès des sites marchands.



LE LAB FEVAD, UN OUTIL DÉDIÉ À LA PROSPECTIVE ET L'INNOVATION

Depuis 2014, le Lab Fevad reflète la volonté de la Fédération d'accompagner ses adhérents dans l'identification, la compréhension et l'anticipation des nouvelles tendances.

Outil supplémentaire au service des adhérents de la Fevad et de la connaissance générale du secteur, 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 des différentes conférences et au sein des commissions, enrichit les études et enquêtes produites par le service Études.

Le Lab Fevad est propulsé par Innovation is Everywhere. Sa newsletter mensuelle traite de l'innovation au service du e-commerce à travers diverses thématiques concernant directement les acteurs du commerce : dossier de fond, chiffres clés, revue de presse, présentation de start-up et nouveaux acteurs, interview du mois...

DERNIÈRES PUBLICATIONS

(à retrouver sur www.fevad.com/newsletter) :

- L'automatisation des processus métiers : Quel Impact pour L'e-commerce ?
- Quelles sont les nouvelles solutions de paiement biométriques compatibles DSP 2 ?
- Quelles sont les réelles opportunités de la blockchain dans le e-commerce ?
- L'AdTech au service du e-commerce
- La livraison du futur sera automatisée, connectée et verte : les dernières innovations
- L'essor du shoppertainment : attirer les consommateurs grâce au divertissement
- Comment les e-commerçants chinois ont-ils réagi au Covid-19 ?
- Le e-commerce au service des commerces de proximité



Promouvoir et faire savoir

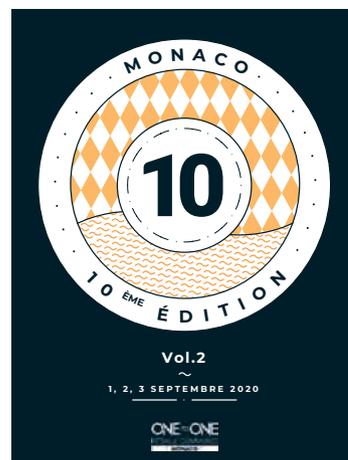


Développer la profession

Sur les salons et les grands événements de la profession, lors de conférences de presse et dans les médias, la Fevad s'adresse à tous les professionnels de la vente à distance et du e-commerce.

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 sont autant d'occasions pour les acteurs du secteur de se retrouver et d'échanger pour construire l'avenir du e-commerce et de la vente à distance.



Salons

ONE TO ONE RETAIL E-COMMERCE, MONACO

Depuis son lancement en 2011, la Fevad est un partenaire exclusif des rendez-vous d'affaires organisés par ComExposium. Cette année encore, la Fevad a accompagné et soutenu le salon, qui s'est tenu à Monaco.



E-COMMERCE PARIS

La Fevad a renforcé son partenariat et sa présence sur le salon e-commerce Paris. Lors de l'édition 2019, elle a organisé et animé plusieurs événements : une session spéciale sur la stratégie des marques fabricants et le e-commerce ainsi que sur l'actualité du paiement et la mise en place de la DSP 2. Sa conférence de presse de rentrée sur les chiffres du 1^{er} semestre a également eu lieu en ouverture du salon.

Conférences de presse de la Fevad

MÉDIAS

Depuis 50 ans, la Fevad est une source d'information 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 vente à distance (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 2019, 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 quatre 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 2019

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES VENTES EN LIGNE DU 1^{er} SEMESTRE 2019

Zoom sur le marché de la mode et de l'habillement sur internet, avec l'IFM et Kantar Wordpanel

NOVEMBRE 2019

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES VENTES EN LIGNE DU 3^e TRIMESTRE 2019

Les intentions d'achat pour le Black Friday, le Cyber Monday et Noël sur internet avec Médiamétrie – Étude GfK sur le marché e-commerce des biens d'équipement de la maison et des biens culturels

FÉVRIER 2020

BILAN DU E-COMMERCE FRANÇAIS EN 2019

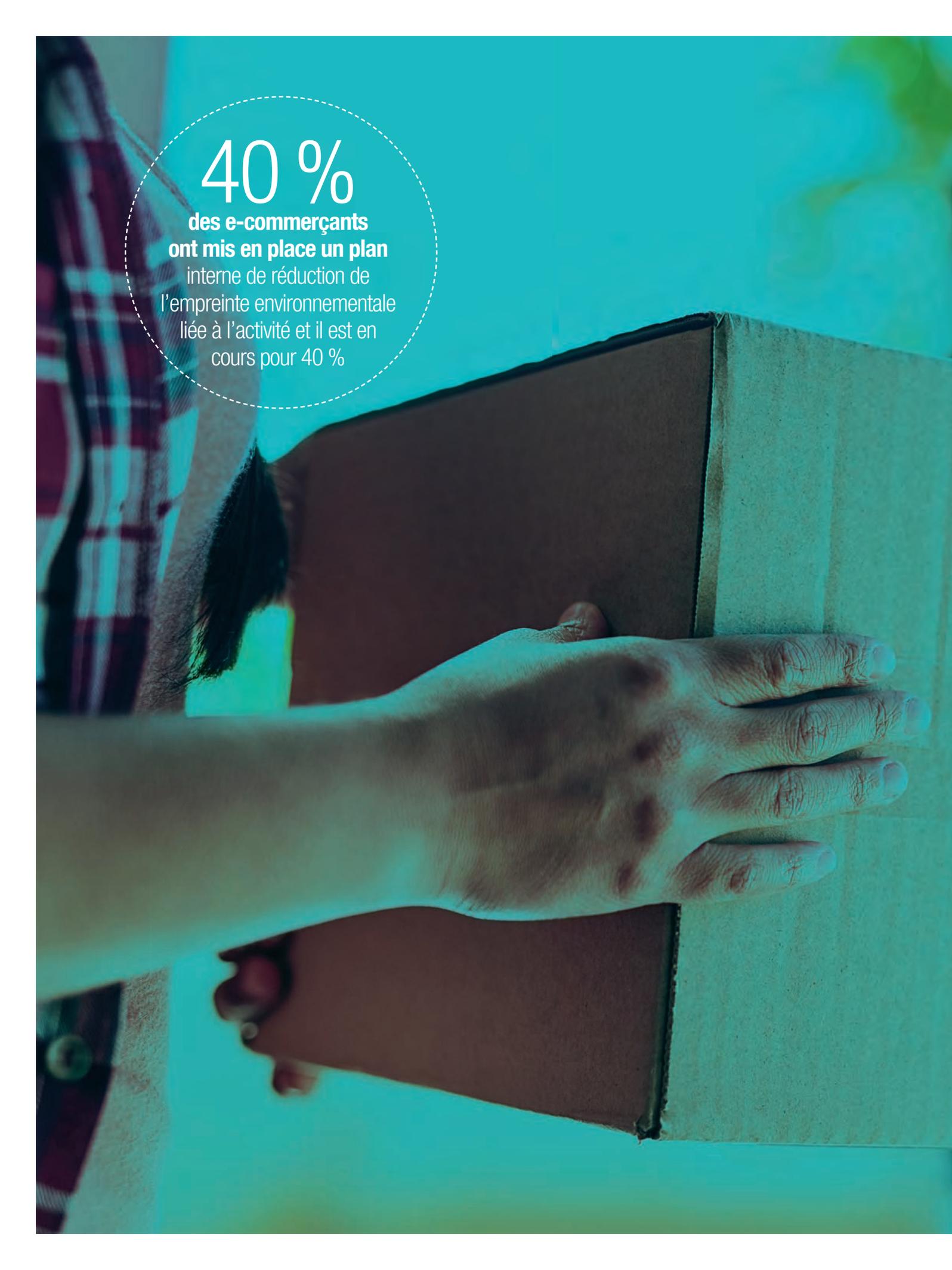
Présentation de la 13^e édition du Baromètre Oxatis sur le profil des e-commerçants – Étude sur les nouvelles tendances de consommation sur internet réalisée par Médiamétrie

MAI 2020

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES VENTES EN LIGNE DU 1^{er} TRIMESTRE 2019

Zoom sur le marché de l'alimentaire sur internet avec Nielsen





40 %

**des e-commerçants
ont mis en place un plan**
interne de réduction de
l'empreinte environnementale
liée à l'activité et il est en
cours pour 40 %

Structure et 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 déployées au quotidien par son équipe de permanents.

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

Le Conseil d'administration

Le Président et le Délégué Général



François MOMBOISSE,
PRÉSIDENT



Marc LOLIVIER,
DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL



Franck DURIEZ,
PRÉSIDENT
BLANCHE PORTE



Romain ROY,
GROUPE CARREFOUR,
CO-FONDATEUR
GREENWEEZ



Marie-Françoise KERUEL,
PRÉSIDENTE MK DIRECT
(FRANÇOISE SAGET, LINVOSGES
ET ENVIE DE FRAÏSE)



Jessica IFKER-DELPIROU,
DIRECTRICE GÉNÉRALE
MADE.COM



Julie DANG TRAN,
DIRECTRICE GÉNÉRALE
MANUTAN



Julien NICOLAS,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
ADJOINT OUI.SNCF



Thierry PETIT,
CO-FONDATEUR ET CO-CEO
SHOWROOMPRIVE.COM



Jérôme DILLARD,
CEO TÉLÉSHOPPING



Linda MARTRAIRE,
DIRECTRICE ACTIVATION
DE LA MARQUE
YVES ROCHER



Ludovic DEWAVRIN,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
WILLEMSE FRANCE

Les Vice-Présidents



Gilles SAURET,
PRÉSIDENT DU
DIRECTOIRE COFIDIS



Emmanuel GRENIER,
PRÉSIDENT-DIRECTEUR
GÉNÉRAL CDISCOUNT



Patrick SEGHIN,
CEO DAMARTEX



Nathalie CHAPUSOT,
DIRECTRICE GÉNÉRALE
DÉLÉGUÉE RAJA



Olivier THEULLE,
DIRECTEUR DES
OPÉRATIONS GROUPE
FNAC/DARTY



Nathalie BALLA,
CO-PRÉSIDENTE
LA REDOUTE



Patrick STASSI,
CO-PRÉSIDENT KIABI



Nicolas DREYFUS,
DIRECTEUR
GÉNÉRAL ADJOINT
ONEY BANK



Xavier COURT,
DG ASSOCIÉ,
CO-FONDATEUR
VEEPEE.FR

Vos contacts

AFFAIRES PUBLIQUES

Marie AUDREN

maudren@fevad.com

AFFAIRES JURIDIQUES ET
ENVIRONNEMENTALES

Laure BAËTÉ

lbaete@fevad.com

WEB ET SUPPORT NUMÉRIQUE

Geoffray BESNARD

gbesnard@fevad.com

RECHERCHE ET DOCUMENTATION

Christine CARETTE-DELALANDE

cdelalande@fevad.com

COMMUNICATION

Nathalie LAÏNÉ

nlaine@fevad.com

SERVICE COMPTABILITÉ

Lê-Hang LÊ

comptabilite@fevad.com

SERVICE ÉTUDES

Claire MAUFRONT-VESQUE

cvesque@fevad.com

SERVICE ADHÉRENTS

Claire MORRE

clmorre@fevad.com

VEILLE, INNOVATION,
DÉVELOPPEMENT

Bertrand PINEAU

bpineau@fevad.com

MÉDIATION ET RELATIONS

AVEC LES CONSOMMATEURS

Nadia WAGNER

nwagner@fevad.com

COMMISSIONS



COMMISSION JURIDIQUE

PRÉSIDIÉE PAR BÉATRICE DEFOSSE,
DIRECTRICE JURIDIQUE DU GROUPE OFMS

Cette commission réunit tous les trois 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.

La commission juridique fait intervenir des experts sur des sujets d'intérêt pour les adhérents de la Fédération.

COMMISSION RSE

PRÉSIDIÉE PAR JEAN-PHILIPPE SLOVES,
DIRECTEUR RSE ET COMMUNICATION
CORPORATE, LA REDOUTE

La commission RSE, animée par Emmanuelle Mercier, Coordinatrice La Redoute, se réunit tous les trimestres en formation plénière.

Cette commission travaille sur l'application des obligations environnementales et sociétales 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.

Parmi les thèmes abordés en 2019-2020 : l'économie circulaire, l'accessibilité des sites internet, l'écoconception des emballages.

COMMISSION PAIEMENT

Cette commission 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. Elle s'est essentiellement penchée sur la mise en place opérationnelle de la DSP 2 (Directive services de paiement) et des RTS (Regulatory Technical Standards) qui lui sont associés. Un plan de migration a été l'objet de très nombreuses réunions de suivi avec tout l'écosystème (CCC CB, CNPS, OSMP...) (voir page 15). C'est pourquoi l'activité de la commission a très largement été consacrée à ce dossier :

- 10 groupes de travail consacrés à la conformité DSP 2 du marché français dans le cadre de l'OSMP (Banque de France)
- 10 groupes de travail dans le cadre du CCC CB (Conseil consultatif commerce CB) sur la mise en œuvre de Fast'R by CB, le dispositif proposé par CB pour la conformité DSP 2
- 6 ateliers sur la DSP 2 (avec Mercatel, CB, Visa, Mastercard)

La commission a également été associée à de nombreux échanges sur l'environnement des paiements :

- Livre blanc KPI paiement (avec Mercatel, Edgar Dunn, Cybersource)
- Atelier sur les solutions d'authentification forte et la biométrie (Gemalto/Thales)
- Atelier de présentation de Paylib
- CNPS : suivi des différents groupes

de travail relatifs à la stratégie nationale des paiements 2019-2024

- OSMP : suivi des groupes veille et stats
- Conférence avec Renaissance numérique sur l'inclusion et le paiement
- Souveraineté européenne (avec Ecommerce Europe et Partelya)

COMMISSION LOGISTIQUE/ TRANSPORT

PRÉSIDIÉE PAR OLIVIER THEULLE, DIRECTEUR
DES OPÉRATIONS GROUPE FNAC/DARTY

Cette commission 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 d'améliorer l'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 :

- Logistique urbaine : un secteur en pleine évolution
- Zoom sur le tracking des colis et l'information consommateurs, notamment dans un contexte multicanal web et magasin (avec Welcometrack et Wing.eu)
- Environnement et logistique : présentation du dispositif FRET21
- Études et marché : bilan Colissimo 2019 et perspectives 2020
- Présentation de la plateforme France Logistique inaugurée le 8 janvier dernier et à laquelle la Fevad participe
- Robotisation des entrepôts : témoignage et analyse avec FM Logistic

PAROLE D'ADHÉRENT :

MARIE EVEN, DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE DE CDISCOUNT

37 %
des e-acheteurs
ont un abonnement à
un service de livraison

Source :
Baromètre Fevad/Médiamétrie
Janvier 2020

MODES DE LIVRAISON CHOISIS PAR LES E-ACHETEURS EN 2019

Livraison à domicile	85 %
Livraison en point relais	68 %
Livraison en magasin (click & collect)	28 %
E-réservation	9 %
Livraison sur le lieu de travail	3 %
Livraison en consigne	3 %

En % des e-acheteurs
Source : Fevad/Médiamétrie – Janvier 2020

Cdiscount, une success story à la française ?

Marie Even : Cdiscount, c'est à l'origine une aventure familiale, celles de trois frères qui, en 1998, ont décidé de vendre des CD en ligne. Un pari audacieux à l'époque, car le e-commerce était encore à ses balbutiements. 22 ans plus tard, Cdiscount est le leader français du e-commerce, avec l'intégration de multiples univers (high-tech, maison, jardin, bricolage, sport, voyage...) et l'ouverture de notre marketplace en 2011. Nous proposons aujourd'hui plus de 70 millions de produits et comptons 21 millions de visiteurs uniques par mois.

Quels sont vos liens avec la Fevad ?

M. E. : Ils sont avant tout historiques, puisque nous avons rejoint la Fevad dès notre création. À l'époque, la vente à distance s'effectuait par catalogue. L'avènement du web a rebattu les cartes et accéléré la mutation vers le e-commerce. Consciente de ces enjeux, la Fevad a su s'adapter pour fédérer des acteurs de plus en plus diversifiés : pure players, sites internet, plateformes, click-and-mortars, start-up et grands acteurs. Nous sommes devenus actifs au sein de commissions de travail depuis une dizaine d'années. En tant que membre du Conseil d'administration, nous participons aux décisions et aux orientations stratégiques. Le e-commerce

est en pleine évolution, et il est important que ses acteurs soient partie prenante de cette transformation, que nous souhaitons durable.

Justement, comment relever ce défi ?

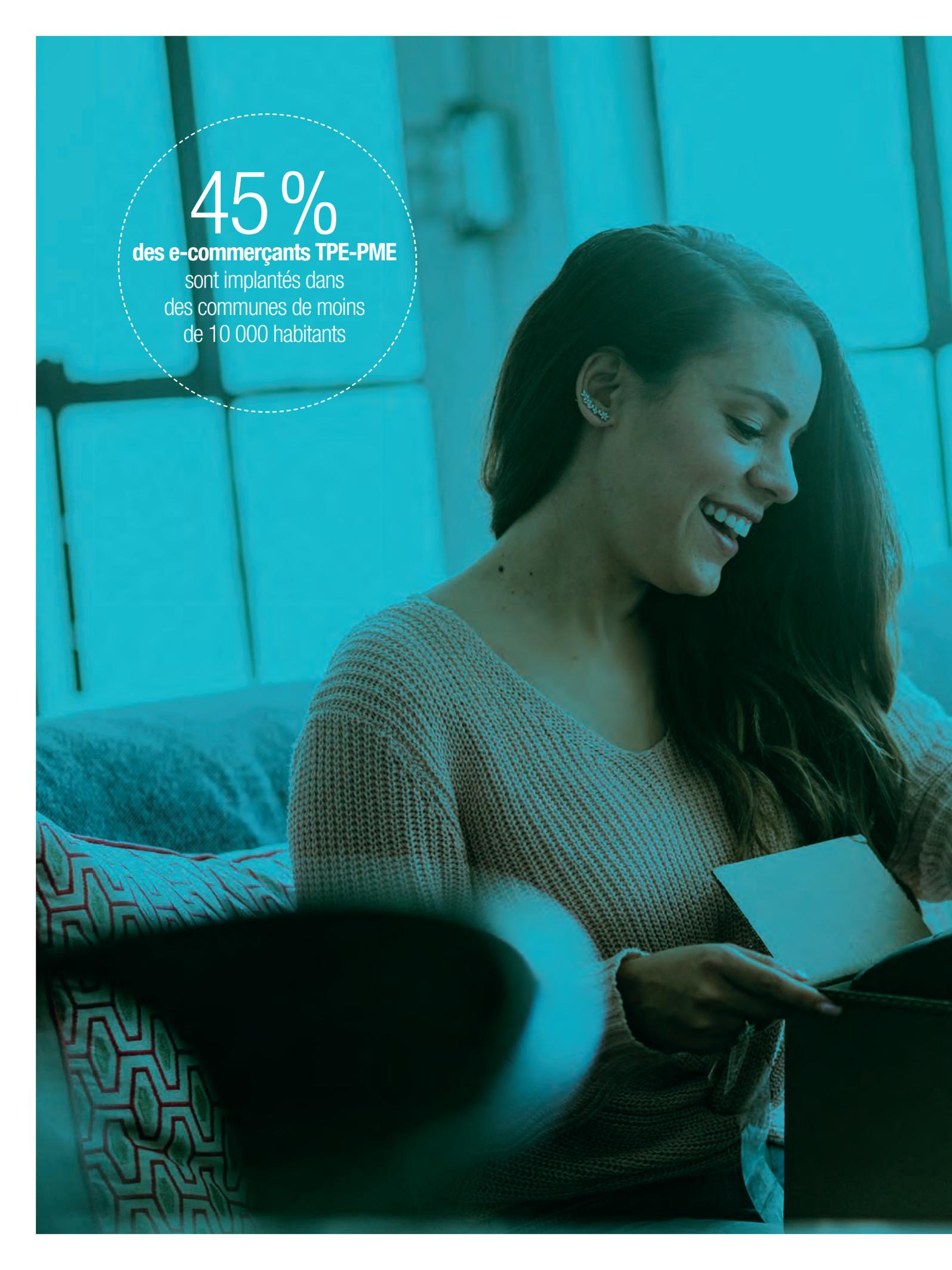
M. E. : Depuis 10 ans, nous menons une politique d'innovation pour réduire durablement notre empreinte carbone avec une priorité donnée à la supply chain et à la deuxième vie des produits. Aujourd'hui, nos entrepôts sont de véritables pôles technologiques au service d'une performance économique et environnementale. Grâce à des machines à emballages 3D, nous avons considérablement limité la taille de nos colis et réduit de 30 % le nombre de camions sur les routes.

Des projets pour 2021 ?

M. E. : Nous avons à cœur de continuer à accompagner la vie des Français dont le recours au e-commerce s'est accéléré avec la crise du coronavirus. Notre ambition reste de proposer l'offre la plus large possible, au meilleur prix et livrée rapidement à domicile, avec un mode de livraison plébiscité par nos clients dans le contexte actuel. La poursuite de notre développement en Europe et la monétisation de nos actifs technologiques. ■

« Aujourd'hui, nos entrepôts sont de véritables pôles technologiques au service d'une performance économique et environnementale. »





45%

des e-commerçants TPE-PME
sont implantés dans
des communes de moins
de 10 000 habitants

Adhérents

Aujourd'hui, la Fevad
compte 654 adhérents

dont 535 sociétés marchandes
et 119 membres associés

**Au cours de l'année 2019-2020, 132 nouveaux adhérents
ont rejoint la Fédération.**

Adhérents

Bienvenue aux 132 nouveaux adhérents qui ont rejoint la Fédération cette année

100% CONFORT | 1000MERCIS | 24SEVRES **A** AB PHARMA | ABIKIDO SA | ABIX | ABOUTBATTERIES.COM | ACCORHOTELS.COM | ACILYON | ADIDAS | ADLPARTNER | ADOUCISSEUR-EAU.COM | ADVANZIA BANK | ADVEO | ADX GROUPE | ADYEN | AEROPORT NICE COTE D'AZUR | AFIBEL | AGRIAL | AGRIZONE | AGROBIOTHERS LABORATOIRE | AIGLE | AIR FRANCE SHOPPING | ALIBABA FRANCE | ALLOTAPIS.COM | ALPHA DIRECT SERVICES | AMAZON FRANCE SERVICES | AMERICAN EXPRESS | AMIVAC | ANTADIS | AOSOM | APARTHOTELS ADAGIO | AQUAPLANTE | ARKEA | ARMAND THIERY | AROM'ESSENCE | ART GALLERY FRANCE | ATELIER COLOGNE | ATELIER GABRIELLE SEILLANCE | ATLANTIS TELEVISION | ATLAS FOR MEN | ATMOSPHERES INTERNATIONAL | AUBERT | AUTO-IES | AUTOUR DE BEBE | AVERY DENNISON RIS | AVIDSEN | AXESS-INDUSTRIES **B** BACK MARKET | BACSAC | BANQUE DU GROUPE CASINO | BARON PHILIPPE DE ROTHSCHILD SA. | BAX-SHOP.FR | BAZARCHIC | BECQUET | BERGERE DE FRANCE | BERNARD | BERNARDAUD | BESSON CHAUSSURES | BEST OF TV | BETAFENCE | BIENMANGER.COM | BIGOUDI SHOP | BIO ENERGIES EUROPE | BIOCOOP | BIZZBEE | BLANCHE BRESSON INSTITUT | BLANCHEPORTE | BLEDINA – GALLIA | BNP PARIBAS | BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE | BOCAGE | BOLZE & MOOGY | BON PRIX | BOULANGER | BOULANGER PRO | BOURSORAMA | BOUTIQUE OFFICIELLE FCSM | BOUTIQUE-DU-COMBAT.COM | BOXTAL | BPOST | BRANDALLEY | BRED BANQUE POPULAIRE | BRETAGNE SERVICES LOGISTIQUES | BRUNEAU | BURTON | BUT | BUTTINETTE **C** C.2.M. | CAFE PRIVILEGE | CAFES MALONGO | CALZEDONIA SPA | CAREA SANITAIRE | CAROLL | CARREFOUR HYPERMARCHES | CARTONSDEDEMEMAGEMENT.COM | CDISCOUNT | CELIO | CENTIMETRE.COM | CENTRAKOR | CENTRE CLAUDERER | CENTRE COMMERCIAL EUROPEEN | CERTEGY | CHANEL | CHAPITRE.COM | CHARLES JOURDAN | CHECKOUT.COM | CHEVIGNON | CHR-AVENUE.COM | CHRISTINE LAURE | CHRONOPOST | CHUBB EUROPEAN GROUP | CLARIOS | CLAUDIE PIERLOT | CLEMENTINA FROG | CLEOR | CLUB MEDITERRANNEE | C-MONETIQUETTE.FR | COCOONCENTER | COFIDIS | COLINTER | COLIS PRIVE | COMEXPOSIUM – SALON GRAND PUBLIC | COMPACTOR | COMPARIO SA | COMPLEX | COMPTOIR DES LYS | CONEXANCE MD | CONFITURERIE JEAN-MARC CHATELAIN | CONFORAMA | CONNOX | CONTENT SQUARE | CONVERTEO SARL | COREME | COSMOPARIS | COTE D'AZUR ROUTAGE | CREDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE | CREDIT AGRICOLE | PAIEMENT | CRITEO | CRITERE DIRECT | CULTURA | CYBERSOURCE | CYRILLUS **D** DAFY@STORE | D-AIM | DALENYS | DAMART | DARTY | DATA BASE FACTORY SAS | DATADOME | DEAFI | DEGUISETOI.FR | DEIN DESIGN | DELIVERME.CITY | DELSEY | DESJARDINS.FR | DEVRED 1902 | DHL PARCEL – DEUTSCHE POST | DIAPOSITIVE | DIFY MUSIC | DIGITICK.COM | D-IMPULSE | DIRECT EQUIPEMENT | DIRECT PLANTES | DISTRIMED | DMP – INITIATIVES | DOMADOO | DOMOTI | DPD | DRESSCODE BOUTIQUE | DU PAREIL... AU MEME **E** E.LECLERC | EASY CASH | EASYPARAPHARMACIE | EASYVOYAGE | EBAY | EDEN PARK | EDITIONS PASSERAGE | ELECTISSIME | ELSEVIER MASSON | EMBRYOLISSE | EMINZA | ENVIE DE FRAISES | EOL | EPICERY | EPTIMUM | EQUILIBRE-ET-INSTINCT.COM | ERAM | ESPACE EMERAUDE | ETAC | ETAT PUR | ETHOCA | ETOFFE.COM | EUROPROGRES / GROUPE IDAIA **F** FACIL'ITI | FAGUO | FALCONERI | FAMILLE MARY – ABELLIE | FAMILYVI | FDJ | FEDERATION FRANÇAISE DE FOOTBALL | FEDERATION FRANÇAISE DE TENNIS | FEED. | FEMPO | FEU VERT | FILTER QUEEN FRANCE | FIOULMARKET.FR | FLEUR D'ARMILLE | FLEURANCE NATURE | FLEXILIVRE | FLORANJOU | FM LOGISTIC | FNAC.COM | FOREVER LIVING | FORTUNEO | FOTELEC | FRANCE LOISIRS | FRANCE MATERNITE – BEBE 9 | FRANCE MINERAUX | FRANCOISE SAGET | FRANFINANCE | FRANKEL | FRANSAT SA | FRETLY | FROMAGES.COM **G** GALERIES LAFAYETTE | GAMM VERT | GEMO | GEODIS | GIANT | GLOBE EUROPE SAS | GMF VIE | GO VOYAGES | GOLDEN GOOSE | GOLIATH-FRANCE | GOOGLE | GROUPE AFFLELOU | GROUPE CANAL+ | GROUPE DRAGON | GROUPE ERAM | GROUPE SEB | GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES « CB » | GROUPEM COMMERCE | GROUPON | GT GROUP | GUY DEGRENNE **H** HACHETTE COLLECTIONS | HAGEN GROTE | HANES FRANCE | HAPPYBULLE.COM | HAPPYCHIC | HARPER COLLINS FRANCE | HAVAS EDITION | HEINEKEN | HEMA | HIPAY | HOME CINE SOLUTIONS | HOME SHOPPING

SERVICE | HOMEAWAY FRANCE | HOMESERVE | HORATIUS | HUGO PLANET **I** ICON HEALTH & FITNESS | IDGARAGES | IHEALTH | IKEA | IKKS | IN GROUPE | INCENZA | INFOMIL | INGENICO EPAYMENTS | INTERMARCHÉ / ECOMARCHÉ | INTERMEDES | INTERSHOP | ISKN | ITL

J JECHANGE.FR | JEFF DE BRUGES | JENNYFER | JOUECLUB EXPRESS | JOURS HEUREUX | JT INTERNATIONAL | JULES – BRICE

K KADOLIS | KALIDEA | KARDEX | KELELEK | KIABI | KICKERS | KIDSAROUND.COM | KORBEN | KOX | KPMG SA | KRISTEL | KUMULUS VAPE

L L.METAIRIE | L'EQUIPE 1083. | LA BOULE NOIRE – OKARO | LA BOUTIQUE DU BOIS | LA FOLLE JOURNEE | LA GRANDE EPICERIE DE PARIS | LA HALLE | LA MAISON D'ORIENT (ALEPIA) | LA MAISON DU JERSEY | LA POSTE | LA POSTE COLISSIMO | LA REDOUTE | LA REPRESENTATION FISCALE | LA SEINE MUSICALE | LA TRINITAINE | LAVIE NATURELLE | LABEL EMMAUS | LABEL HABITAT | LABONNEPOMPE.COM | LABORATOIRE IMMERGENCE | LABORATOIRE NATUR'AVIGNON | LABORATOIRES AUDEVARD | LABORATOIRES CINQ MONDES | LABORATOIRES ILAPHARM | LABORATOIRES OZALYS | LABORATOIRES RIVADIS | LABORATOIRES YSSENA | LABORATOIRES YVES PONROY | LACOSTE | LAFUMA MOBILIER | LAFUMA SA | LAMBÉY | LAVINIA | LBC FRANCE | LDLC.COM | LE BHV MARAIS | LE COMPTOIR NUMISMATIQUE | LE PETIT VAPOTEUR | LEGALLAIS | LEROY MERLIN | LES GRAPPES | LES SALONS DU PALAIS ROYAL | LES TERRASSES D'ARAGON | LES TROPEZIENNES PAR M.BELARBI | LESFURETS.COM | L'EXCEPTION | LIBRAIRIE MOLLAT | LIDL-VINS.FR | LIMITLESS DIGITAL GROUP | LINVOSGES | LIVERAMP | LMNEXT SASU | LOBERON | L'OCCITANE | LOGICOR | LOISIRS ENCHERES | LOKEO.FR | LONGCHAMP | LOUIS PION | LOUVRE HOTELS | LUDOCARE | LUMINAIRE.FR | LYF | LYRA NETWORK **M** MA BONNE ETOILE | MA BOUTIQUE O NATUREL | MA PETITE ENERGIE | MA PETITE JARDINERIE | MABEO INDUSTRIES | MACIF – MUTAVIE | MADE IN BEBE | MADE IN BIO | MADE IN DESIGN SAS | MADE.COM | MADELEINE | MAETVA | MAGIC EVENT | MAIL ORDER FINANCE GMBH | MAISON PIGANOL | MAISONDUGARDE-CORPS.FR | MAISONS DU MONDE | MAJE | MAJOREL | MANGOPAY | MANO MANO | MANTION SMT. | MANUTAN | MANUTAN COLLECTIVITES | MAOREDISCOUNT | MARGARET HOWELL | MARIA GALLAND | MARIONNAUD PARFUMERIES | MARKET INVADERS | MARS CHOCOLAT FRANCE | MASTERCARD | MATELPRO.COM | MATERIEL SERVICE MEDICAL | MATHON | MATY | MAXIBURO | MCDONALD'S | MECATECHNIC | MEDIAMETRIE | MEDIAPRISM GROUP | MEETIC | MEGARA / BERCEAUMAGIQUE.COM | MELISPORT | MELLOW YELLOW | MEMOIRES D'OCEANS | MERCATEO | MERIBEL TOURISME | MES FLEURS DE BACH | MES-DEUX-CHAUSSETTES.COM | METAPACK | MILIBOO | MILLET – EIDER – LAFUMA | MINELLI | MIRAKL | MISTER AUTO | MISTER FLY | MISTER SPEX FRANCE | MM BOUTIQUEJEANCOCTEAU.COM | MOBILIS | MONALBUMPHOTO | MONCANAPE.COM | MONDIAL CLOP | MONDIAL RELAY | MONEXT | MONNAIE DE PARIS | MONNIER FRERES | MONOPRIX | MONTLIMART | MOONSHOT INTERNET | MOVITEX | MR SURICATE | MULTIMOTEUR.COM | MYTF1VOD / TFOUMAX **N** NAF-NAF | NARS COSMETIC | NATIXIS PAYMENT SOLUTIONS | NATURA EUROPA | NATURALIA | NATURE & DECOUVERTES | NESPRESSO | NEW OXATIS | NEXWAY | NOCIBE | NOUVELLEVIEPRO.FR **O** OFASPORTS | OFFICE DEPOT | ONDULYS REFERENCE | ONEDIRECT | ONEY BANK | ONEYTRUST | OR DU MONDE | ORANGE | ORCHESTRA – PREMAMAN | ORDER TO CASH | OSCARO POWER | OSCARO.COM | OTELO | OUI.SNCF | OXBOW | OXYO-PNEUS.FR **P** PANDACRAFT | PAPRIKA | PAPSTAR | PARADE | PARCELLAB | PARROT DRONES | PARTYLITE | PAUL BOYE TECHNOLOGIES | PAUL DEQUIDT TORREFACTEUR | PAYPAL | PEARL DIFFUSION | PECHEUR.COM | PETER HAHN | PETIT BATEAU | PHARMA-GDD.COM | PHOTOBOX | PHYTALLIANCE | PICWICTOYS | PIERRE RICAUD – DANIEL JOUVANCE | PIERRON | PILES MINUTES | PIN UP SECRET | PIXARTPRINTING | PLACE DES TENDANCES | PLANFOR | PLIM | PNEUS-ONLINE | POMPE-MOTEUR.FR | POURMONBUREAU.COM | POWER SANTE | PRESTASHOP | PRETAMEUBLER.COM | PRISMA PRESSE | PRODEALCENTER | PRO-DUO | PROXIMIS | PSG MERCHANDISING | PUBLICATIONS AGORA | PUBLICIS DRUGSTORE | PUR FAN | PYRENEX **Q** QUADIENT | QUADIENT SHIPPING (NEOPOST) | QUAI WEST | QUIKSILVER, ROXY, DC SHOES **R** RAJA | RAKUTEN | RAKUTEN MARKETING | RECOMMERCE SOLUTIONS | REED MIDEM | REGICOM WEBFORMANCE | RELAIS COLIS | REPETTO | RESONEO | RETIF | REUTER | REWORLD MEDIA FRANCE | RICARD SAS | RINKA | RITZ PARIS | RIXOS HOSPITALITY | RMN – GRAND PALAIS | RODIER | ROLAND BERGER | ROTHELEC | RS COMPONENTS SAS | RUDY'S | RUE DU COMMERCE **S** SALESFORCE | SAM INTERNATIONAL | SAMSONITE | SAN MARINA | SANDRO | SANITAIRE.FR – ORCA | SANTE NATURA | SARENZA | SAUHTON | SAWIDAY | SCM LOCAL | SEALED AIR | SED LOGISTIQUE | SEDAGYL | SELENCY | SELLERMANIA | SENDCLOUD | SENDOBOX | SENIOR ET CIE | SAS | SENSEE | SEPHORA | SERGENT MAJOR | SETAM | SEVELLIA | SHOPIFY.COM | SHOWROOMPRIVE | SL WAYPOINT | SLENDERTONE | SMALLABLE.COM | SMART HOME | SMCP | SMURFIT KAPPA FRANCE | SNOWLEADER.COM | SOCIETE BIC | SOCIETE GENERALE | SOLUSQUARE | SOMFY | SOURCE CLAIRE | SPARTOO | SPRING | STAPLES.FR | STAR'S SERVICE | STE AEROSTATIQUE DU VAL DE SEINE | STIGA | STOCKBOOKING | STORE-EN-STOCK.COM | STRIPE | STUART | SUNWEB GROUP | SYRTALS SI **T** TARGET2SELL | TBS | TECHNI-CONTACT | TEEKERS | TEleshopping | TEREVA, MABEO | TF1 ENTERTAINMENT | THE OTHER STORE | THE WALT DISNEY COMPANY FRANCE | THOM EUROPE | TICKETBIS SL | TIKAMOON.COM | TISALIA | TOC.FR | TRANSPORT-ONLINE.FR | TRESOR DU PATRIMOINE | TRICOTAGE DES VOSGES | TRUFFAUT E-COMMERCE | TRUSTED SHOPS | TSI PAYMENT **U** UBALDI | UBISOFT | UGAP | UPLY | UPS | URBANHUB | USHIP **V** VALETTE / PIERRE CHAMPION | VBS HOBBY SERVICE GMBH | VEEPEE | VEGA | VEJASTORE | VELOBECANE | VENTEALAPROPRIETE.COM | VERIFONE/POINT | TRANSACTIONS SYSTEM | VERONIQUE VITAL | VERTBAUDET | VESTIAIRE COLLECTIVE | VIDEDRESSING | VILLATECH | VINTED | VIP CARE | VISA EUROPE | VITAMIN SYSTEM | VITRINE MAGIQUE | VIVARTE SERVICES | VORWERK FRANCE | VOSHUILES.COM | VOUSSERT | VULCANET **W** WALZ FRANCE | WANIMO.COM | WATCO | WAVESTONE | WEBEDIA | WEBHELP | WEBLOYALTY | WEEKENDESK.FR | WELCOME OFFICE | WELCOMETRACK | WESTWING | WIDE | WILLEMSE FRANCE | WINSTORE | WITT INTERNATIONAL – MODA VILONA | WOLF LINGERIE SAS | WORLDLINE | WW FRANCE SAS **X** XANDRIE SA | XPO LOGISTICS **Y** YUBO | YVES ROCHER **Z** ZABARNO | ZAION | ZALANDO | ZIPPO

Rejoignez

LE PLUS GRAND RÉSEAU
E-COMMERCE
DE FRANCE :

*adhérez
à la Fevad*

→ La Fevad est à la fois un syndicat professionnel et un lieu d'échange et d'observation privilégié sur les marchés, les pratiques et les techniques liées à la vente de biens et de services à distance et sur internet.

→ En tant que syndicat professionnel, la Fevad est l'organisation représentative des entreprises de commerce électronique, dont elle est le porte-parole. Toute entreprise ayant une activité de e-commerce a donc vocation à nous rejoindre afin de contribuer et de porter les positions défendues au nom de la profession.

→ En tant que lieu d'échange, d'information et de partage de l'expertise et de la connaissance sur les métiers du e-commerce, la Fevad accueille à la fois des entreprises de e-commerce (membres) et des prestataires de services pour le e-commerce (membres associés).

→ Rendez-vous sur le site www.fevad.com et retrouvez en un coup d'œil les principaux avantages d'une adhésion à la Fevad, en tant que membre ou membre associé, pour vous et votre entreprise.

SERVICE ADHÉRENTS
Claire MORRE
clmorre@fevad.com

Fevad

Fédération e-commerce et vente à distance

60 rue La Boétie – 75008 Paris – 01 42 56 38 86

www.fevad.com – contact@fevad.com – siret 784 854 994 00034

Septembre 2020

Création graphique et réalisation : We Factory & Co

Crédits photo : Yves Colas ; Getty Images ; iStock ; Adobe Stock ; Fevad



www.fevad.com

Fevad
Fédération e-commerce et vente à distance
60 rue La Boétie – 75008 Paris
01 42 56 38 86 – www.fevad.com – contact@fevad.com