



Rapport d'activité

2022

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



www.fevad.com

Sommaire

Rapport d'activité 2022



02 **Fédérer**
les acteurs du e-commerce
et de la vente à distance



10 **Représenter**
les professionnels du e-commerce



22 **Réguler**
la profession et renforcer la confiance
des consommateurs



28 **Communiquer**
et informer

Interview de Sophie Primas, Présidente de la commission Affaires économiques du Sénat

Interview d'Aude Bourgeois, Directrice grains et capsules, responsable e-commerce Café Joyeux

Interview de Jesse Créange, CEO, co-fondateur d'Unifai

42 **Structure et organisation**

Interview de Serge Babary, Sénateur d'Indre-et-Loire, membre de la commission des affaires économiques du Sénat



48 **Liste des adhérents**



Ensemble

pour un e-commerce français
performant, solidaire
et responsable



FRANÇOIS MOMBOISSE,
PRÉSIDENT DE LA FEVAD



MARC LOLIVIER,
DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DE LA FEVAD

Au cours de ces deux dernières années, le e-commerce a franchi une nouvelle étape, tout en jouant un rôle à part dans la vie des Français. Il a permis à des millions de Français de continuer à consommer et pour beaucoup d'entreprises de continuer à fonctionner. Nous sommes désormais plus de 42 millions à commander régulièrement sur Internet les produits et services les plus divers. Pas moins de deux milliards de commandes ont été enregistrées l'an dernier, pour un montant total de 129 milliards d'euros !

Cette progression des ventes sur Internet est aussi le reflet d'une formidable accélération, ces derniers mois, de la transition numérique de notre économie. De nombreuses entreprises, des TPE/PME, des artisans, des commerçants, des producteurs, ont développé leur offre sur Internet pour satisfaire leur clientèle et en conquérir de nouvelles.

Cette dynamique s'appuie depuis maintenant près de 20 ans sur un vrai savoir-faire français en matière de e-commerce. Ce dernier s'est développé au fil des ans, permettant à nos e-commerçants nationaux de continuer à prospérer et à rayonner par-delà nos frontières et à nos distributeurs classiques de moderniser leur offre pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, en combinant magasin et Internet et d'améliorer ainsi l'expérience client.

Le e-commerce est un secteur où les acteurs français ont su se démarquer. Le marché français de la vente en ligne est à la fois plus concurrentiel et plus spécifique que dans d'autres pays. Les grands e-commerçants français ont montré la voie avant d'être rejoints sur Internet par les grandes enseignes du commerce physique. Tous ont pu bénéficier de l'apport exceptionnel de notre French Tech,

reconnue comme un des écosystèmes parmi les plus performants et innovants au monde, notamment dans le secteur de la retail tech, domaine dans lequel la France compte le plus grand nombre de licornes.

Le succès du e-commerce français repose aussi sur sa capacité d'adaptation face aux évolutions des habitudes de consommation et à l'émergence de nouvelles attentes, notamment en matière de pratiques écoresponsables.

Nos entreprises en sont conscientes et travaillent sans relâche en vue d'améliorer leurs pratiques et de réduire leur impact environnemental. Accompagnées par la Fevad, elles ont pleinement conscience de leur rôle pour contribuer à la transition écologique et souhaitent y prendre toute leur part, comme en témoigne la « Charte d'engagements pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne » signée l'été dernier. Ce chantier crucial ne fait que commencer. Sa réalisation devra reposer à la fois sur une mobilisation de tous les acteurs de la chaîne de valeur et sur une coordination efficace de tous les efforts entrepris.

Poursuivre l'accompagnement numérique des acteurs ; approfondir les échanges et promouvoir les rencontres ; partager et transmettre des valeurs de confiance, de respect des consommateurs et de transparence ; s'engager pour la compétitivité des entreprises dans le cadre d'un développement plus durable : ces missions constituent la raison d'être de la Fevad, fédération de professionnels responsables et engagés. Elle accompagne au quotidien ses adhérents, et la profession dans son ensemble, pour que la transformation numérique du commerce continue d'être une opportunité pour tous, citoyens comme entreprises, État comme collectivités. ■

794*
adhérents,
dont 667 sociétés marchandes
et 127 membres
associés

* Au 31 mars 2022.



Fédérer

les acteurs du e-commerce et de la vente à distance

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 six 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.

82

nouveaux adhérents
ont rejoint la Fevad
sur les 9 derniers
mois

Temps forts 2021-2022



06/07 : Atelier Juridique – Panorama complet sur l'évolution de la réglementation européenne avec E-commerce Europe

Juillet 2021

06/07

Atelier Juridique : Panorama complet sur l'évolution de la réglementation européenne avec E-commerce Europe

07/07

Atelier Logistique : Point sur le P.J.L Climat et intervention de Sightness, comment calculer vos émissions GES transport ?

27/07

Réunion à l'Élysée : Suivi TVA et redevance copie privée

28/07

Signature de la Charte d'engagements pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne, avec la ministre de la Transition écologique.

Septembre 2021

07/09

Intervention de la Fevad sur le Forum international de la Cybersécurité : *La lutte contre la fraude au paiement, l'autre menace qui vise le e-consommateur*

08/09

- Atelier Paiement : Point d'actualité sur la migration DSP2, les incidents, la résilience des infrastructures
- Réunion avec la ministre de l'Industrie sur le mouvement « Fabriqué en France »
- Réunion avec la DGFiP et la DGDDI sur la mise en œuvre du paquet TVA e-commerce

09/09

Challenge Start Me Up 2021: réunion de l'Advisory Board 1

09/09 : Challenge Start Me Up 2021: Réunion de l'Advisory Board 1

13/09

- Réunion avec l'ADEME sur la mise en œuvre de la loi AGECE s'agissant de la disposition sur l'identifiant unique pour les *marketplaces*
- Groupe de travail DSA
- Réunion avec le cabinet du ministre chargé des PME, sur les Assises du Commerce

14/09

Atelier Juridique : Signaler un problème à l'entreprise en toute transparence avec la répression des fraudes ! avec l'intervention de membres de la plateforme Signal Conso

16/09

- Participation de la Fevad à une table ronde à l'Assemblée nationale sur le rôle et l'avenir des commerces de proximité dans l'animation et l'aménagement des territoires
- Intervention de la Fevad *E-commerce et logistique : enjeux liés à la décarbonation et la transition énergétique*, table ronde organisée par l'AUTF lors du salon Produirable

21/09

Atelier RSE : *Qu'est-ce que l'illelectronisme ?* avec l'intervention d'Olivier Sauvage et Meet My Mama

22/09

Atelier Paiement : *Réduire la fraude et optimiser les taux de succès* avec Oneytrust et Sopra Steria



PARIS RETAIL WEEK

28.29.30 SEPT. 2021

PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES
PAVILLON 7.2

Le rendez-vous des professionnels
du e-commerce et du commerce connecté

DEMANDEZ VOTRE BADGE

28/09 : La médiation de la consommation et le e-commerce, conférence organisée dans le cadre du salon Paris Retail Week

23/09

- Assemblée Générale de la Fevad
- 5^e édition du challenge Start Me Up en partenariat avec KPMG

27/09

Rendez-vous avec le cabinet du Secrétaire d'État au Numérique, sur le DSA

28/09

- Conférence de presse – Bilan du e-commerce au 1^{er} semestre 2021
- *La médiation de la consommation et le e-commerce*, conférence organisée dans le cadre du salon Paris Retail Week

29/09

- Conférence sur la migration DSP2 : *Comment concilier conformité et fluidité des parcours de paiement ?* lors du salon Paris Retail Week (PRW)
- Participation de la Fevad à une réunion de l'ADEME sur le dispositif Numérique Responsable

30/09

Conférence : Présentation de l'étude Fevad/KPMG, *Commerce unifié : les ressources humaines au cœur de la transformation digitale*, organisée lors de l'édition 2021 de la PRW

Octobre 2021

06/10

Entretien Fevad avec la mission de France Stratégie sur l'avenir des villes moyennes et leur rôle dans l'aménagement du territoire

12/10

Réunion Fevad-cabinet de la ministre à la Transition écologique-DGPR Éco-organismes sur un modèle de conformité simplifié en matière d'éco-contribution

14/10

Atelier Paiement : *Le paiement digital dans tous ses états ! innovations, ruptures, intermédiations... jusqu'où ira-t-on ?* en partenariat avec Syrtals

18/10

Participation de la Fevad à l'événement pour les 3 ans de France Num

19/10

- Atelier Logistique : La fraude à la livraison et aux retours avec Shoprunback et Oneytrust
- Présentation de la start-up Welco, finaliste 2021 du challenge Start Me Up

20/10

Partenariat Fevad de l'événement sur l'identité numérique et sa sécurisation organisé par LexisNexis

22/10

27^e édition des Enjeux e-tourisme : *La cybersécurité pour les entreprises du voyage* avec l'intervention de Cybermalveillance.gouv.fr et de E.Voyageurs SNCF

25/10

Échange de la délégation Fevad avec le cabinet du Secrétaire d'État au Numérique, la DGE et la DGCCRF, sur les propositions françaises relatives aux *marketplaces* dans le DSA

26-28/10

Partenariat Fevad du Salon One to One retail e-commerce

27/10

Participation de la Fevad à la 1^{re} édition du Lab One to One *Comment anticiper les évolutions des comportements d'achat de la génération Z ?*

28/10

Atelier Fevad/Cybermalveillance.gouv.fr

03/03 : intervention de Bruno Le Maire – Conférence de presse Fevad Bilan du e-commerce 2021



29/11 : Signature Fevad de l'édition 2021 de la Charte pour une représentation mixte des jouets



15/12 : Étude ACI-OpinionWay Les Français et le paiement – Point sur la lutte contre la fraude

Novembre 2021

03/11

Échange avec le cabinet du ministre délégué aux PME, sur l'ordonnance de transposition de la directive Omnibus sur les annonces de réduction de prix

15/11

- Atelier Juridique : *Session spéciale associations de consommateurs* avec l'intervention de l'AFOC
- Intervention de la Fevad, lors de l'événement e-commerce Live organisé par *Ecommerce Mag* sur l'écosystème start-up pour le retail et présentation de Start Me Up

18/11

Atelier : *Le commerce face au désir de transparence des consommateurs* avec GS1 et Avery Dennison

24/11

Atelier : *Dématérialisation – factures, tickets de caisse, où en est-on ? Comment se préparer ?*

25/11

Conférence de presse : Bilan du e-commerce au 3^e trimestre 2021 – *Intentions d'achats sur Internet pour les fêtes de fin d'année* (Médiamétrie) – *Le marché e-commerce des biens d'équipement de la maison et des biens culturels* (GfK)

29/11

Signature Fevad de l'édition 2021 de la Charte pour une représentation mixte des jouets

30/11

- Commission Logistique, présentation de DS Smith et témoignage de Cdiscount sur le programme Fret21
- Atelier Paiement : *Comment exploiter l'initiation de Paiement et l'accès aux comptes pour augmenter les taux d'acceptation ?* avec Fnac/Darty, Orchestra et Score and Secure Payment

ASSISES DU COMMERCE

En décembre 2021 se sont tenues les Assises du commerce, exercice inédit rassemblant l'ensemble des parties prenantes et ministères concernés, avec pour objectif de définir collectivement une vision stratégique pour le commerce de demain. Les discussions ont porté sur quatre axes prioritaires :

- Comment adapter le commerce aux nouveaux modes de consommation ?
- Comment préserver et développer le commerce dans les territoires ?
- Comment renforcer l'équité entre les acteurs et leur compétitivité ?
- Comment favoriser l'emploi dans le commerce ?



Acteur des débats sur l'avenir du commerce face à la double transition numérique et environnementale, la Fevad a rappelé les enjeux et apports majeurs de la vente en ligne au commerce dans son ensemble. Elle a aussi soutenu les propositions en faveur de l'investissement consacré à la digitalisation des commerces, à une logistique plus responsable et à une plus grande coordination des politiques publiques à l'échelle nationale comme locale.

17/02 : 28^e édition
des Enjeux e-tourisme
– Les réseaux sociaux
et les influenceurs dans
le voyage avec Bruno
Maltor, fondateur du blog
« Votre tour du monde »



Décembre 2021

07/12

Atelier Solution : *Automatiser le traitement de vos données produits ou de celles de vos fournisseurs* avec Unifai, lauréat de l'édition 2021 de Start Me Up et témoignage d'InterSport et Warmango

09/12

Réunion des fédérations du commerce avec la DGPR sur la mise en œuvre de la reprise 1 pour 1 par les distributeurs issue de la loi AGEC

15/12

Commission Paiement : Étude ACI/OpinionWay sur *Les Français et le paiement* et point sur la lutte contre la fraude

16/12

- Participation de la Fevad à une réunion avec la ministre de la Transition écologique et le CGDD sur la mise en œuvre des dispositions de la loi climat sur la publicité
- Participation de la Fevad au lancement du groupe de travail transversal sur l'indice durabilité piloté par le CGDD et l'ADEME

Janvier 2022

05/01

Participation de la Fevad à une table ronde au Sénat sur le développement de la logistique urbaine

11/01

Réunion du Grand Jury du Grand Prix Favor'i du e-commerce 2022

20/01

- Commission Paiement : *Point d'actualité sur la DSP2 et zoom sur le livre blanc de la CNIL sur les données de paiement*
- Échange avec le cabinet de la ministre de la Transition écologique sur la mise en œuvre de la loi AGEC

25/01

Participation au comité de pilotage de la Charte pour un e-commerce responsable

27/01

Commission Logistique : Point actualité et table ronde avec cinq transporteurs sur le bilan des livraisons en 2021 et les perspectives 2022 (Colissimo, DPD, Colis Privé, FedEx, Relais Colis)

Février 2022

01/02

Audition de la Fevad au Sénat sur la politique d'aménagement du territoire et de cohésion territoriale, sur le volet *Favoriser l'attractivité commerciale en zones rurales*

03/02

- Conférence de presse avec intervention de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance : Bilan du e-commerce français en 2021 – Étude sur les nouvelles habitudes de consommation des cyberacheteurs réalisée par Médiamétrie
- Atelier Solution : *Développez vos ventes omnicanales sur les marketplaces et fiabilisez votre activité avec un ERP SaaS de dernière génération* avec Market Invaders (finaliste Start Me Up 2021) et témoignage de Cegid
- Participation d'une délégation Fevad à une réunion de la DGPR avec les éco-organismes sur les obligations des places de marché dans le contexte de la réforme de la REP

03/02 : Atelier Solution – *Développez vos ventes omnicanales sur les marketplaces et fiabilisez votre activité avec un ERP SaaS de dernière génération* avec Market Invaders (finaliste Start Me Up 2021) et le témoignage de Cegid



10/02 : 15^e édition du Grand Prix Favor'i du e-commerce diffusée sur BFM Business avec la participation de la secrétaire d'État aux personnes handicapées pour le Prix Éco-responsable



10/02

- 15^e édition du Grand Prix Favor'i du e-commerce diffusée sur BFM Business avec la participation de la secrétaire d'État aux personnes handicapées pour le Prix Éco-responsable
- Réunion de la commission Inter-Filières REP : *Discussion sur les critères de reprise en cas de vente avec livraison*
- Participation de la Fevad à un panel sur la responsabilité des places de marché en ligne dans le cadre du Sommet européen des consommateurs

14/02

Échange sur la transposition de la directive Omnibus avec le cabinet du ministre délégué au Commerce

15/02

Présentation des résultats de la 2^e édition de l'étude Fevad/Médiamétrie : *Évolution des pratiques d'achat en BtoB et des attentes vis-à-vis des fournisseurs*

17/02

28^e édition des Enjeux e-tourisme : *Les réseaux sociaux et les influenceurs dans le voyage* avec l'intervention de Bruno Maltor, fondateur du blog « Votre Tour du Monde »

24/02

Publication du Manifeste de la Fevad en vue de l'élection présidentielle : *Pour un commerce digitalisé, performant et plus responsable au service de l'économie, de l'emploi et des Français*

Mars 2022

09/03

Événement *Convergences numériques 2022* avec les candidats à l'élection présidentielle, co-organisé par la Fevad

10/03

Atelier Solution : *Améliorez votre expérience de vente en ligne et boostez votre taux de conversion grâce à la personnalisation de l'UX sans cookies, avec Potions (finaliste 2021 Start Me Up) et témoignage de Direct Optic*

11/03

Entretien de la Fevad avec le cabinet du ministre délégué au Commerce

15/03

Atelier Paiement consacré au livre blanc de la Cnil : *Quand la confiance paie, les moyens de paiement d'aujourd'hui et de demain au défi de la protection des données*, organisé avec le CCC de CB

16/03

- Atelier Cybersécurité : *Le point sur les risques, les mesures de protection, la réglementation*
- Présentation au Salon One to One à Monaco de l'enquête Fevad-OpinionWay sur le moral des e-commerçants français en 2022

24/03

- Participation d'une délégation Fevad à une réunion de la DGPR avec les éco-organismes sur les obligations REP des places de marché issues de la loi AGEC
- Commissions RSE & Logistique : *Ce que propose Urby pour la livraison urbaine*
- Atelier Paiement : *Zoom sur le projet B. Connect, l'identité numérique bancaire pour les services en ligne*

29/03

Échange Fevad et Ecommerce Europe avec la Commission européenne sur la mise en œuvre de la directive Omnibus

30/03

Échange lors du Conseil d'Administration de la Fevad avec l'équipe de campagne d'Emmanuel Macron

31/03

Atelier Paiement : *Abonnements, click to pay... Comment sécuriser et fluidifier le renouvellement des cartes enregistrées qui arrivent à échéance avec la tokenisation ?* en partenariat avec Mercatel et Netcetera



19/05 : Conférence de presse – Bilan du e-commerce au 1^{er} trimestre 2022

Juin 2022

02/06

29^e édition des Enjeux e-tourisme : *Les tendances du digital dans le voyage* avec l'intervention de Google France et de Médiamétrie

07/06

Start Me Up Challenge : réunion de l'Advisory Board et sélection des finalistes 2022

09/06

Partenariat Fevad de l'événement digital Next Tourisme 2022 : *Marketing & Commercialisation – Les nouvelles voies de l'e-tourisme*

21/06

Commissions Logistique & RSE : *Partage d'informations sur les initiatives du Groupe La Poste en matière de RSE (mesure de l'impact carbone de la logistique, emballages réutilisables...)*

22/06

Atelier Marketing *Live shopping* : *quel avenir en France ?* en partenariat avec Innovation is Everywhere et la participation de Monoprix et Skeepers

23/06

Partenariat Fevad de l'événement InBanque : *L'innovation numérique dans les services financiers*

30/06

- Webinaire Fevad/Visa : *Comment optimiser les paiements frictionless avec la TRA acquéreur* (Transaction Risk Analysis) ?
- Assemblée Générale 2022
- 6^e édition Start Me Up Challenge en partenariat avec KPMG

Avril 2022

04/04

Participation de la Fevad au Comité de suivi sur la Charte P2B

05/04

- Atelier Paiement : *Les plateformes d'orchestration comme levier d'optimisation du parcours d'achat ?* avec Galitt et Norbr
- Réunion annuelle d'information sur *la médiation du e-commerce*

07/04

- Participation de la Fevad à une réunion organisée par le cabinet de la ministre de la Transition écologique avec les éco-organismes, la DGPR et l'ADEME sur la mise en œuvre de l'obligation sur l'éco-contribution pour les plateformes
- 6^e édition des Enjeux Innovation BtoB – *Les nouvelles conditions de la performance*
- Table ronde Logistique : *L'économie circulaire au service de la croissance du retail* avec Sendcloud, Origami, Chronopost et Opopop

14/04

Présentation des résultats complets de l'enquête Fevad/LSA/OpinionWay sur le moral des e-commerçants et les perspectives e-commerce pour 2022 avec l'intervention d'OpinionWay

19/04

Atelier Solution : *Acquisition de trafic et conversion – Comment mieux exploiter l'e-mail marketing ?* avec Validity et le témoignage de ChefClub

Mai 2022

10/05

Atelier Juridique : *Soldes, promotions, réductions, ventes flash, Black Friday... Quelles sont les nouvelles règles applicables à compter du 28 mai prochain ?*

19/05

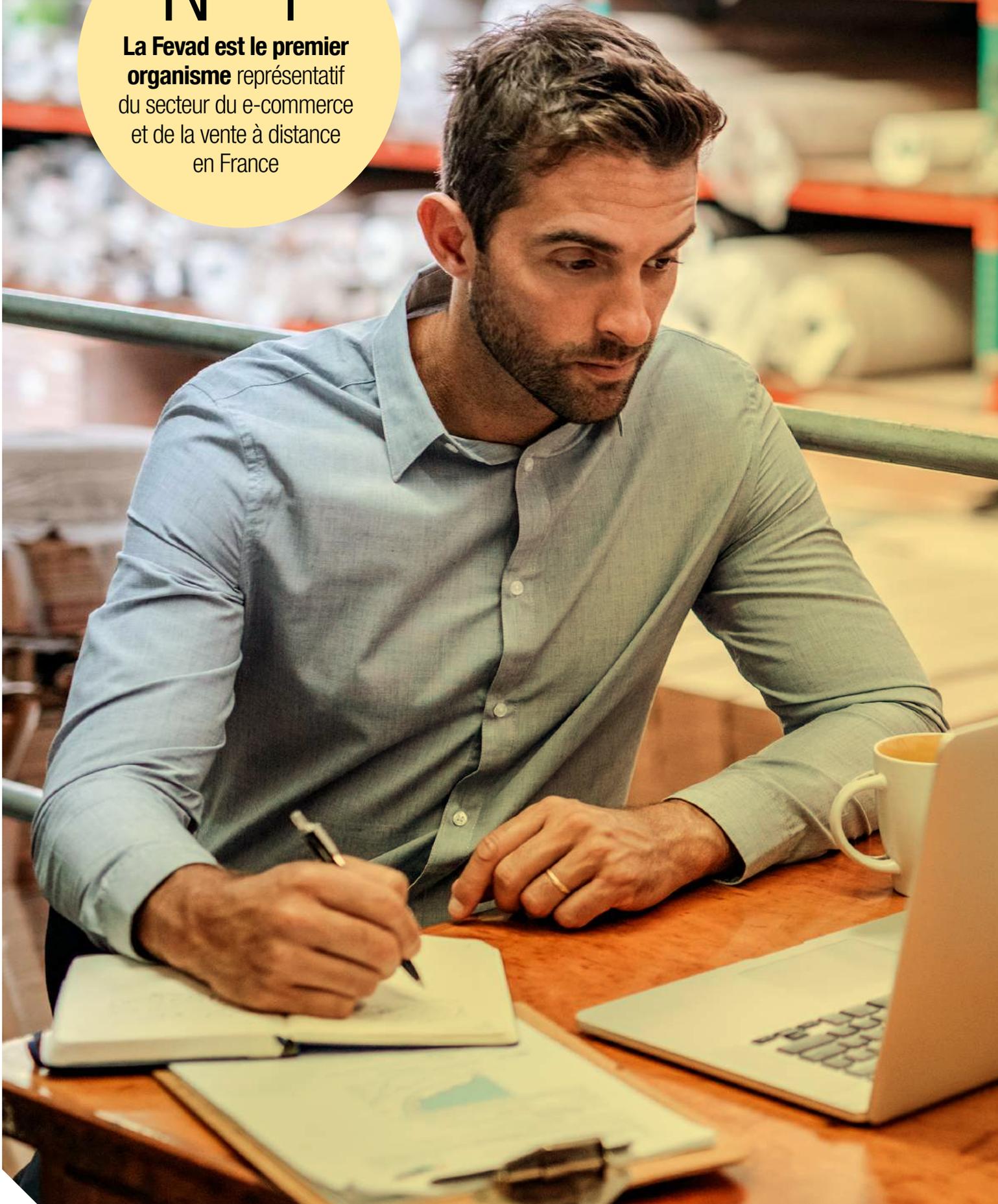
Conférence de presse : Bilan du e-commerce au 1^{er} trimestre 2022 – Le e-commerce alimentaire (NielsenIQ) – Les comportements des cyberacheteurs pour leurs achats de produits alimentaires (Médiamétrie)

23/09 : 5^e édition Start Me Up Challenge en partenariat avec KPMG



N° 1

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





Représenter les professionnels 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.

La Fevad 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 sociétale.

Intervenir auprès des autorités françaises et européennes

Les commissions permanentes de la Fevad assurent le suivi des actions et des projets de la profession dans de nombreux domaines : logistique et transports, sécurité et paiements, environnement, évolutions législatives et réglementaires, fiscalité, 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.

La Fevad est par ailleurs partenaire de la première Chaire en droit de la consommation de l'université de Cergy-Pontoise et du diplôme universitaire de droit et distribution de l'université Paris XII, où elle participe activement à des conférences et colloques.

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)



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

PRÉSIDENTIELLE 2022 : LES PROPOSITIONS DE LA FEVAD

En vue de l'élection présidentielle 2022, la Fevad a œuvré à peser davantage sur le débat public, en faisant entendre sa propre voix et celle des acteurs du secteur. Après un travail de fond mené par un groupe de travail réunissant des entreprises adhérentes, la Fevad a publié son Manifeste en février, détaillant 15 propositions pour un commerce digitalisé, performant et plus responsable au service de l'économie, de l'emploi et des Français. Ces 15 propositions s'articulaient autour de cinq thématiques clés.

- **ÉQUITÉ** - Contribuer à un cadre réglementaire adapté pour accompagner le développement de l'activité en France
- **COMPÉTITIVITÉ** - Maintenir et développer la compétitivité de notre écosystème
- **RSE** - Accompagner et soutenir les entreprises pour un e-commerce durable et responsable
- **EMPLOI** - Accompagner la transformation des compétences, favoriser l'emploi dans nos territoires
- **DIGITALISATION DU COMMERCE** - Agir en faveur de la digitalisation de tous les acteurs du commerce français, en premier lieu les commerces de proximité, les TPE-PME



La Fevad a mené une action auprès des différentes équipes de campagne pour présenter son Manifeste et échanger sur la vision des candidats relative aux enjeux du e-commerce. Après l'équipe de campagne de Valérie Pécresse, puis de Yannick Jadot, la Fevad a rencontré les représentants d'Emmanuel Macron. Le 30 mars dernier, le Conseil d'administration de la Fevad a pu échanger avec Laurence Paganini, Directrice générale de Kaporal et relais du commerce et de l'artisanat au sein de l'équipe de campagne du Président sortant, et Roland Lescure, Président de la commission des Affaires économiques de l'Assemblée nationale et relais de la société civile et co-référent « économie » pour la campagne. Ces rendez-vous ont permis d'échanger sur les thèmes à forts enjeux pour la profession, en particulier la compétitivité, l'emploi, la RSE et l'innovation.

En parallèle, la Fevad s'est associée à dix autres organisations pour contribuer au débat sur le thème du numérique en vue de l'échéance présidentielle. Dans le cadre de ce collectif intitulé « Convergences Numériques », la Fevad a co-organisé en mars 2022 un événement au cours duquel les candidats sont venus à la rencontre de l'écosystème tech, numérique et e-commerce pour s'exprimer sur autant de sujets majeurs que la transformation de l'économie, l'inclusion numérique, l'autonomie stratégique, la transition écologique, la sécurité numérique, l'éducation et la formation. ■

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. ■

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 2021/2022

La Fevad est intervenue de manière active sur les dossiers suivants

- **Information** du consommateur en matière environnementale
- **Économie** circulaire
- **Protection** du consommateur en matière de vente à distance en France et en Europe
- **Fiscalité** du e-commerce
- **Régulation** des plateformes en ligne
- **Médiation** de la consommation
- **Paiements** : mise en œuvre et suivi de la conformité à la DSP2 relative à l'authentification forte des paiements en ligne
- **Consentement** aux cookies et autres traceurs
- **Participation** à la définition du programme 2019-2024 du Comité national des paiements scripturaux (CNPS)

PLUS DE 4 CYBERACHETEURS SUR 5 CONSIDÈRENT QUE LA SÉCURITÉ SUR LES SITES E-COMMERCE EST UN AXE PRIORITAIRE POUR 2022

Question : Parmi les services et engagements des sites e-commerce suivants, lesquels vous semblent prioritaires pour 2022 ?

Base : cyberacheteurs 15 ans et plus

| | | |
|---|------|----------|
| La sécurité des transactions | 63 % | + 5 pts |
| La clarté et la transparence de l'offre | 54 % | + 11 pts |
| La gratuité de la livraison | 54 % | - 5 pts |
| La protection des données personnelles | 53 % | + 5 pts |
| La qualité du service client | 52 % | |
| Le respect des délais de livraison | 52 % | - 8 pts |
| Les engagements en faveur de l'environnement et la responsabilité sociale des entreprises | 31 % | + 4 pts |
| La mise en place de protocoles sanitaires adaptés | 15 % | - 13 pts |

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

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

Dans le cadre de l'application des nouvelles lignes directrices et recommandations de la CNIL (Commission nationale informatique et libertés) sur les cookies et autres traceurs, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2021, la Fevad a organisé des échanges avec le régulateur pour accompagner les entreprises dans la mise en œuvre de ces nouvelles modalités opérationnelles de recueil du consentement pour le dépôt de cookies.

La Fevad a également participé à une coalition d'éditeurs et industriels de la publicité en ligne pour interpeller le Comité européen de protection des données (EDPB) et demander des règles harmonisées sur les cookies. L'interprofession réclame en effet une intervention du régulateur européen pour faire cesser les divergences nationales d'interprétation sur le consentement aux cookies. En ce sens, l'EDPB a créé, en septembre 2021, une *taskforce* sur les bannières de cookies, pour s'assurer de l'alignement des autorités nationales dans le cadre du RGPD. ■

Mise en œuvre du droit à la portabilité par l'intermédiaire d'un mandataire

La Fevad a suivi de près la publication, en juin 2021, de la recommandation de la CNIL assortie d'une FAQ sur l'exercice des droits des personnes prévus par le RGPD par l'intermédiaire d'un mandataire. La Fevad avait alerté le régulateur en amont sur les conditions dans lesquelles une société peut être mandatée pour exercer les droits des personnes et, d'autre part, sur la question de l'éventuelle réutilisation des données ainsi obtenues.

La recommandation de la CNIL vient clarifier les conditions de validité du mandat et préciser notamment qu'il appartient aux mandataires de s'assurer du respect des autres réglementations applicables, comme le droit de la concurrence, le droit des producteurs de bases de données ou encore la théorie civile de l'abus de droit. ■

Référentiel sur la gestion des activités commerciales et prospection commerciale

La CNIL a publié un référentiel ayant vocation à remplacer la norme simplifiée n° NS-048 sur les fichiers clients et prospects de la vente en ligne. La CNIL avait organisé une consultation fin 2018 sur ce référentiel, à laquelle la Fevad avait contribué. En cas de transmission des données personnelles à des partenaires commerciaux à des fins de prospection, le consentement préalable est requis pour la transmission des données. Conformément à nos vœux, la notion de catégorie de destinataires est réintroduite dans le cas où l'entreprise ne recueille pas le consentement pour les opérations de prospection de ses partenaires, elle doit alors informer les personnes de l'objectif de la transmission des données et des catégories de destinataires. ■



Participer à l'évolution du droit de la consommation

La Fevad a poursuivi ses réflexions et travaux au sein du groupe de travail dédié à la transposition de la directive Omnibus et à sa disposition spécifique sur les annonces de réduction de prix.

La disposition relative aux annonces de réduction de prix issue de la directive Omnibus du 27 novembre 2019 a continué de mobiliser 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. L'ordonnance de transposition de cette directive en droit français a été publiée le 22 décembre

2021, créant notamment un nouvel article L.112-1-1 du code de la consommation applicable à partir du 28 mai 2022.

L'enjeu pour la Fevad consiste à assurer l'interprétation homogène de cette nouvelle disposition, à la lumière des lignes directrices établies par la Commission européenne

publiées en décembre 2021. Aux côtés des fédérations du commerce mobilisées dans le cadre du Medef, et en lien avec Bercy, la Fevad a contribué à la rédaction d'une note d'interprétation sous la forme d'une FAQ destinée à faciliter l'interprétation de ces nouvelles règles. ■



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 (DSP2 et RTS).

La Fevad, aux côtés d'autres associations du commerce, a poursuivi les échanges intenses avec l'écosystème dans le cadre de l'OSMP (Observatoire

de la sécurité des moyens de paiement), mais aussi du CCC CB (Comité consultatif commerce CB), en vue de la montée en charge de la conformité complète à la DSP2 en juin 2021.

Elle participe, en outre, au Comité national des paiements scripturaux (CNPS), qui poursuit une feuille de route établie 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.

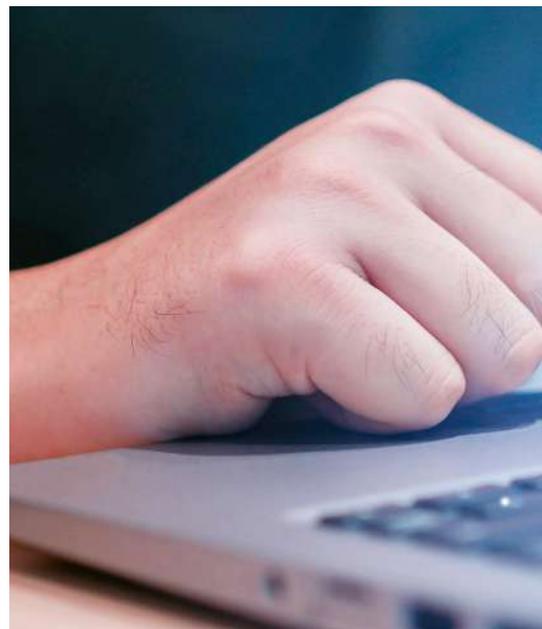
Paiement en ligne : la conformité DSP2 en bonne voie

En matière de paiement, 2021 et 2022 ont été des années particulièrement riches avec de nombreux sujets prospectifs et techniques mais aussi une activité réglementaire foisonnante.

Directive sur les services de paiement 2

Ce sujet a franchi une étape décisive le 15 juin 2021, marquant la fin du calendrier de migration réglementaire aux obligations en matière d'authentification forte des paiements en ligne. L'ensemble des transactions doit désormais, en dehors des cas d'exemption prévus par les normes techniques réglementaires (RTS), être soumis à une authentification forte des porteurs, faute de quoi elles seront systématiquement refusées par les émetteurs.

La Fevad se félicite de la fructueuse coopération entre l'ensemble des acteurs au sein des instances de place, notamment avec l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement (OSMP), pour parvenir à un haut niveau de conformité en France. Les travaux de cette année ont largement porté sur l'optimisation des outils 3DS V2, tant chez les marchands que chez les autres acteurs de la chaîne de paiement (réseaux de paiement Visa, MasterCard, Carte Bancaire... émetteurs, acquéreurs, prestataires techniques). De premiers résultats positifs sont à signaler en matière de réduction du niveau de fraude sur les paiements à distance.



Data et paiement, la délicate équation pour les entreprises

La publication par la CNIL d'un livre blanc intitulé *Quand la confiance paie : les moyens de paiement d'aujourd'hui et de demain au défi de la protection des données* a permis de revenir sur le sujet de la protection et de l'utilisation des données de paiement. Cet ouvrage dresse un panorama complet des évolutions en matière de paiement ainsi que des enjeux qui y sont associés comme la souveraineté et la maîtrise des évolutions technologiques. Cette publication a fait l'objet d'une consultation, donnant à la Fevad l'occasion d'exprimer un certain nombre d'inquiétudes portant notamment sur la définition des données de paiement ou encore sur de possibles contradictions entre RGPD, DSP2 et lutte contre la fraude.



Le virement instantané comme nouvelle norme

Défini dans la stratégie européenne des paiements comme la nouvelle norme, l'usage du virement instantané progresse fortement tout en restant relativement marginal en volume avec un volume annuel en deçà de 100 millions d'opérations en 2021. Malgré de nombreux cas d'usage identifiés, les obstacles à son utilisation restent nombreux avec, en premier lieu, un déficit de notoriété ainsi qu'un modèle économique qui reste à définir.

EPI (European Payments Initiative) : des ambitions revues à la baisse

Le projet porté par les grandes banques européennes, et encouragé par la Commission, visant à développer une solution souveraine européenne, avec carte et wallet, basée sur l'infrastructure du paiement instantané, n'a pas su convaincre les acteurs bancaires européens.

Obligations en matière de facturation électronique pour le BtoB et le e-reporting

L'article 153 de la loi de finances 2020 prévoit la généralisation de la facturation électronique ainsi que la transmission de données de factures à l'Administration (e-invoicing), s'accompagnant d'un projet de transmission de données complémentaires (e-reporting) visant « les opérations ne donnant pas lieu à facturation et/ou qui ne sont pas réalisées entre assujettis ». Un calendrier particulièrement serré a été déterminé (voir ici <https://www.fevad.com/paiements-nouvelles-solutions-nouveaux-parcours-nouvelles-contraintes-point-detape/>). Ces dispositions nécessitent notamment des développements informatiques conséquents concernant les systèmes comptables et d'encaissement, pas seulement pour les magasins. La Fevad et ses partenaires vont poursuivre leurs travaux visant à aborder les impacts opérationnels de ces évolutions. ■

PLUS D'INFOS SUR...

- le dossier des articles sur le sujet sur fevad.com : <https://www.fevad.com/regul/paiements/>
- les notes de l'OSMP précisant les différents cas d'usage : <https://www.banque-france.fr/stabilite-financiere/observatoire-de-la-securite-des-moyens-de-paiement/informations-utiles>

Faire évoluer 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.

Préserver une équité de traitement

Comme chaque année, la Fevad a suivi avec la plus grande attention les propositions formulées sur l'équité fiscale entre les différentes formes de commerce, dans le cadre du projet de loi de finances pour 2022. Si le projet initial de loi de finances ne visait pas de modification de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) ni de réforme de la fiscalité du commerce, des propositions visant l'instauration d'une taxe sur les entrepôts du e-commerce et d'une taxe sur les livraisons issues du e-commerce ont émergé par voie d'amendements mais n'ont pas abouti.

La Fevad, qui a engagé une réflexion avec ses adhérents sur l'adaptation de la fiscalité du commerce face au développement de l'économie numérique, a pu rappeler son opposition à une taxe spécifique au e-commerce, du fait des enjeux de compétitivité du secteur et de modernisation de l'ensemble du commerce. Il convient plutôt d'accompagner la digitalisation du commerce et de ne pas pénaliser les 42 millions de consommateurs qui font des achats en ligne.

Optimiser la perception de la TVA

À la suite de l'entrée en vigueur au 1^{er} juillet 2021 de la directive TVA e-commerce, la Fevad a continué d'œuvrer à l'interprétation de ces nouvelles dispositions structurantes pour le secteur e-commerce, en collaboration avec les autorités fiscales et douanières. Il s'est agi notamment d'identifier les pratiques et difficultés rencontrées par les entreprises, en particulier par les places de marché e-commerce, en ce qui concerne la redevabilité de la TVA à l'importation sur les ventes de biens importés depuis des territoires hors UE à destination de la France et dont la valeur excède 150 euros, dès lors qu'il s'agit d'une spécificité française. ■



Améliorer la sécurité et la durabilité

La Fevad veille au renforcement de la sécurité et de la durabilité du commerce en ligne, en améliorant notamment l'information des consommateurs.

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 aux 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 leur système.
- 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.

Cette année, la Fevad s'est associée à plusieurs initiatives de formation des TPE-PME en partenariat avec Google et cybermalveillance.gouv.fr. Une série de webinaires a également été initiée avec cybermalveillance.gouv.fr pour ce qui est de la sensibilisation, mais aussi avec des cabinets d'avocats spécialisés (Frey et Pinsent Masons, notamment) pour informer sur les opportunités assurantielles ou encore les modalités pratiques en cas d'attaques (démarches, poursuites...). ■

Mettre en œuvre l'économie circulaire et améliorer l'empreinte environnementale du e-commerce

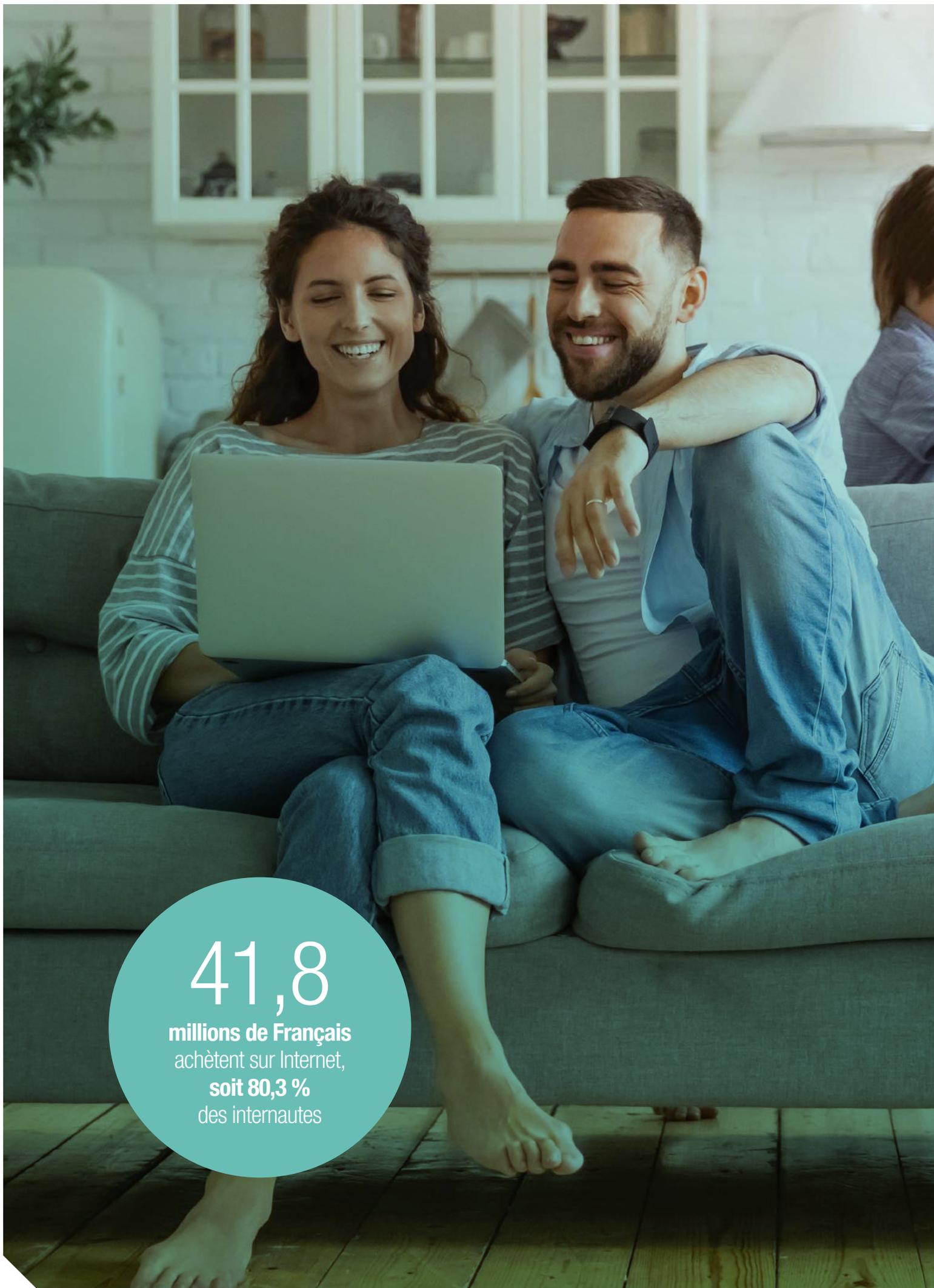
La Fevad s'est concentrée sur la mise en œuvre de deux dispositions clés pour les entreprises de e-commerce, issues de la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, qui sont entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2022. Il s'agit de l'obligation pour les distributeurs de reprendre les produits usagés soumis à la responsabilité élargie du producteur à la suite d'une vente avec livraison, et de l'obligation incombant aux places de marché de déclarer et

payer l'éco-contribution pour le compte de leurs vendeurs tiers non conformes. Un groupe de travail dédié a été mis en place et a multiplié les échanges avec le Gouvernement et son Administration, les éco-organismes et autres parties prenantes.

La Fevad s'est également penchée sur la loi climat et résilience, adoptée en juillet 2021, en particulier l'application de certaines dispositions visant à améliorer l'information à destination du consommateur sur l'impact environnemental des biens et services proposés.

La Fevad participe aussi au comité consultatif établi dans le cadre de l'étude menée par l'ADEME sur le e-commerce visant à établir un outil d'évaluation des performances environnementales du secteur. ■





41,8

millions de Français
achètent sur Internet,
soit 80,3 %
des internautes

A young boy and girl are playing in a kitchen. The boy is on the left, sitting on a grey sofa, and the girl is on the right, jumping or dancing. The kitchen has white brick walls, a white countertop with various items, and a white cabinet. The lighting is warm and natural.

Réguler

la profession et renforcer la confiance des consommateurs

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 consommateurs, les représentants des consommateurs, les professionnels et les autorités de contrôle.

Contribuer à la régulation des places de marché e-commerce

Au cours de l'exercice 2021-2022, la Fevad a examiné plusieurs propositions intégrées dans le cadre réglementaire européen et ayant un impact sur la question de la responsabilité des places de marché en ligne.



Faire évoluer les règles et obligations

La proposition de règlement européen sur les services numériques (DSA) et celle sur les marchés numériques (DMA), présentées en décembre 2020 par la Commission européenne, constituent une étape importante dans l'ambition de l'Union européenne de réguler plus étroitement l'économie numérique. Le DSA vise à faire évoluer les règles issues de la directive e-commerce datant de 2000 s'agissant des places de marché, avec comme objectif de responsabiliser davantage les intermédiaires en ligne, en particulier les plus grandes plateformes. Le DMA œuvre quant à lui à améliorer les conditions de concurrence dans le numérique, par une meilleure régulation des contrôleurs d'accès, dont l'enjeu de définition est ainsi majeur.

La Fevad s'est positionnée sur le DSA et a multiplié les échanges avec le Gouvernement et l'administration, en amont de la présidence française de l'Union européenne, en particulier sur les obligations spécifiques aux places de marché envisagées par la France. Aux côtés de la fédération européenne Ecommerce Europe, la Fevad s'est mobilisée sur les dispositions à forts enjeux pour le e-commerce, notamment la définition de bénéficiaires actifs (dont le dépassement de seuil conditionne le statut de très grande plateforme avec des obligations spécifiques attendues), les systèmes de recommandation, la traçabilité des vendeurs tiers, les *dark patterns*, le maintien du principe de responsabilité limitée.

Garantir une meilleure sécurité des produits

La Fevad a également suivi les travaux européens relatifs au projet de règlement sur la sécurité générale des produits, révisant la directive de 2001, en vue de s'assurer d'une approche équilibrée notamment s'agissant de la répartition des responsabilités de chaque type d'acteur en fonction de son rôle dans la chaîne d'approvisionnement.

Consciente des enjeux de concurrence en particulier liés à la dimension transfrontière du e-commerce, la Fevad souligne l'importance de disposer dans ce domaine de règles claires, adaptées et équilibrées, pour faire évoluer la législation afférente aux plateformes sans pour autant impliquer un transfert de responsabilité du vendeur vers la plateforme. ■

Charte d'engagements

pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne



Dans le prolongement du rapport de France Stratégie en faveur du développement plus durable du e-commerce, remis au Gouvernement en mars 2021, les ministères de la Transition écologique et de l'Économie, des Finances et de la Relance ont confié à France Logistique et France Stratégie une mission intitulée « Développement de filières de e-commerce et de logistique responsables » dont l'un des objectifs était de faire émerger des engagements volontaires des entreprises en matière d'environnement.

Plusieurs semaines d'intenses échanges se sont déroulées entre la mission et un groupe d'experts, composé de représentants d'entreprises e-commerce. Tout au long de ces échanges, la Fevad s'est efforcée d'assurer un rôle de suivi, de coordination et de cohésion d'ensemble, tout en veillant à la prise en compte de l'intérêt de l'ensemble du secteur du e-commerce.

Cette concertation a abouti en juillet 2021 à l'élaboration d'une Charte d'engagements pour une logistique e-commerce responsable visant à réduire l'impact environnemental du secteur et à encourager des comportements de consommation plus responsables.

Les dix engagements concrets de la Charte sont organisés autour de trois axes majeurs, visant à réduire l'impact environnemental depuis l'acte d'achat en ligne jusqu'à la livraison du colis.

- En amont, les entreprises s'engagent à sensibiliser et à informer le consommateur de l'impact environnemental de la livraison de son achat, en lui proposant par exemple plusieurs modalités de livraison (à partir du 1^{er} janvier 2023) en précisant le choix qui a le plus faible impact environnemental, ou encore en l'aidant à favoriser les bons gestes de commande, pour limiter les retours.
- Lors de la préparation de l'expédition des colis, les entreprises signataires sont invitées à réduire les emballages et à en favoriser le réemploi, en supprimant par exemple le suremballage et en utilisant des emballages adaptés à la taille du produit, mais aussi

94 %

des consommateurs estiment que les sites de e-commerce ont amélioré la gestion des emballages (réduction des quantités et utilisation d'emballages réutilisables)

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

en privilégiant des emballages en matières recyclées, recyclables ou réutilisables.

- Lors de l'entreposage des colis et de la livraison, les entreprises s'engagent à s'appuyer sur une logistique respectueuse de l'environnement, en regroupant par exemple l'expédition des produits commandés en même temps par un même consommateur et en favorisant le développement de modes de livraison décarbonés.

Cette Charte, dont la Fevad assure la promotion, compte à ce jour 32 entreprises signataires, ce qui témoigne de la mobilisation des acteurs pour un e-commerce plus durable et responsable. Nous invitons tous les acteurs à s'engager dans cette voie d'avenir !

BRUNO LE MAIRE REMERCIÉ LA FEVAD

À l'occasion de la présentation du bilan annuel du e-commerce, le ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance Bruno Le Maire a tenu à remercier la Fevad et ses adhérents de leur engagement exceptionnel dans les réflexions et les travaux des Assises du commerce. Il a également souligné la nécessité pour le commerce de s'adapter à la transition numérique afin de rester compétitif.

Garantir la déontologie et la médiation

La Fevad fait régulièrement évoluer ses règles professionnelles, regroupées dans un code de déontologie, et favorise la résolution amiable des litiges de consommation en matière de vente à distance, *via* le Médiateur du e-commerce Fevad.

Faire évoluer la charte qualité et le code déontologique

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 :

1. Être identifiable
2. Être loyal
3. Sécuriser le paiement
4. Disposer d'un service client accessible
5. 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

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

Le service du Médiateur du e-commerce de la Fevad s'est doté d'un formulaire en ligne de saisine des demandes de médiation. À cela s'ajoute une plateforme en ligne de gestion des dites demandes de médiation prises en charge par le service. Le Médiateur, le consommateur et l'entreprise peuvent ainsi échanger à distance *via* cette plateforme pour parvenir ensemble à la résolution du litige de consommation. ■

LA MÉDIATION EN CHIFFRES

11 360 demandes de médiation reçues en 2021
dont 10 720 demandes recevables/prises en charge

Délai de prise en charge : 10,74 jours

Délai moyen de traitement : 32 jours

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

PAROLE DE MÉDIATEUR

BERNARD SIOUFFI

MÉDIATEUR DU E-COMMERCE DE LA FEVAD

Quelles sont les valeurs de la médiation de la Fevad ?

Bernard Siouffi : Conformément aux textes en vigueur, la médiation intervient en droit et en équité, en toute impartialité et indépendance. Avec la considération, l'écoute et la bienveillance, ce sont les valeurs qui sous-tendent l'action quotidienne du service de la Médiation e-commerce placée sous ma responsabilité. Dès la saisine de médiation, nous analysons la recevabilité, la pertinence et la justification de la demande pour tenter d'aboutir, dans les délais légaux prévus, à une solution ou à une proposition raisonnable entre le consommateur et l'entreprise adhérente de la Fevad pouvant être acceptée par les parties.

Chaque dossier est unique et laisse un large champ d'appréciation aux circonstances d'espèce, au droit à l'erreur, au rééquilibrage de la partie faible. Le Médiateur n'est ni juge ni défenseur d'une partie en présence, il agit dans l'écoute et le respect de chacun avec le souci de l'efficacité de la résolution de chaque litige, avec en filigrane le souhait de renforcer la confiance dans l'achat à distance, valorisant « l'esprit de médiation ».

Quel bilan tirez-vous de cette année 2021 pour la médiation de la Fevad ?

B. S. : L'année 2021 a été une année de rattrapage de la situation créée par la crise sanitaire : grâce à l'implication

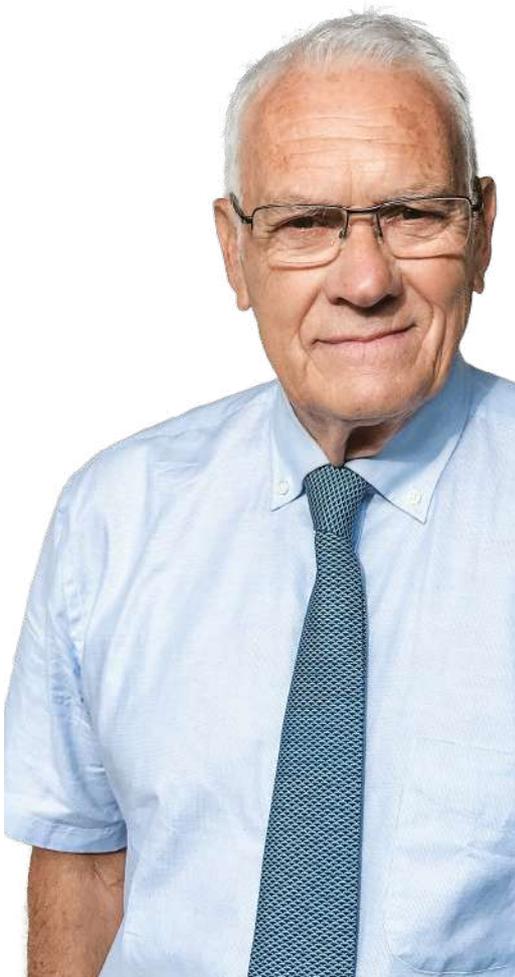
du service, ce rattrapage a été terminé courant juillet dernier. À noter, pour l'année 2021, un nombre équivalent de dossiers par rapport à 2020 qui s'établit ainsi à environ 11 000, nécessitant des moyens et des effectifs adaptés.

Nous nous félicitons, par ailleurs, du nombre croissant d'adhérents qui nous rejoignent, restant attentifs à l'évolution des marchés, des sujets et des formes de vente, générant à leur tour de nouvelles réflexions et recommandations. J'attire, en outre, l'attention des adhérents sur l'accessibilité de leurs services clients et sur les procédures à renforcer sur les délais de remboursement, toutes de nature à renforcer la confiance qui est notre intérêt partagé.

Et quel bilan global dressez-vous du service de médiation ?

B. S. : Gratuit pour le consommateur, avec un coût raisonnable pour les entreprises, ce dispositif répond, dans les délais convenus, aux attentes des consommateurs qui ont commandé sur Internet et qui se trouvent parfois désemparés vis-à-vis de leur vendeur. La plateforme en ligne de gestion et de suivi des cas de médiation est un outil précieux et utile car il permet un traitement dématérialisé, toujours sous contrôle humain, accessible par le consommateur et l'entreprise, informés en temps réel

des avancées sur leur dossier, en gardant trace de tous les échanges. Eu égard aux résultats constatés (93 % des dossiers considérés comme recevables et près de 71 % de réponses favorables) la médiation e-commerce Fevad démontre au quotidien sa valeur ajoutée et son efficacité. ■



« Le Médiateur n'est ni juge ni défenseur d'une partie en présence, il agit dans l'écoute et le respect de chacun avec le souci de l'efficacité de la résolution de chaque litige. »



2^e

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

Communiquer et informer nos adhérents

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, véritables spécialistes du e-commerce et de la vente à distance.

Au niveau national et international, la Fevad 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 les « 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 de 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 des marchés, des acheteurs, des comportements d'achat, du positionnement des acteurs... ■

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.fevad.com/etudes

Suivre l'évolution de l'activité

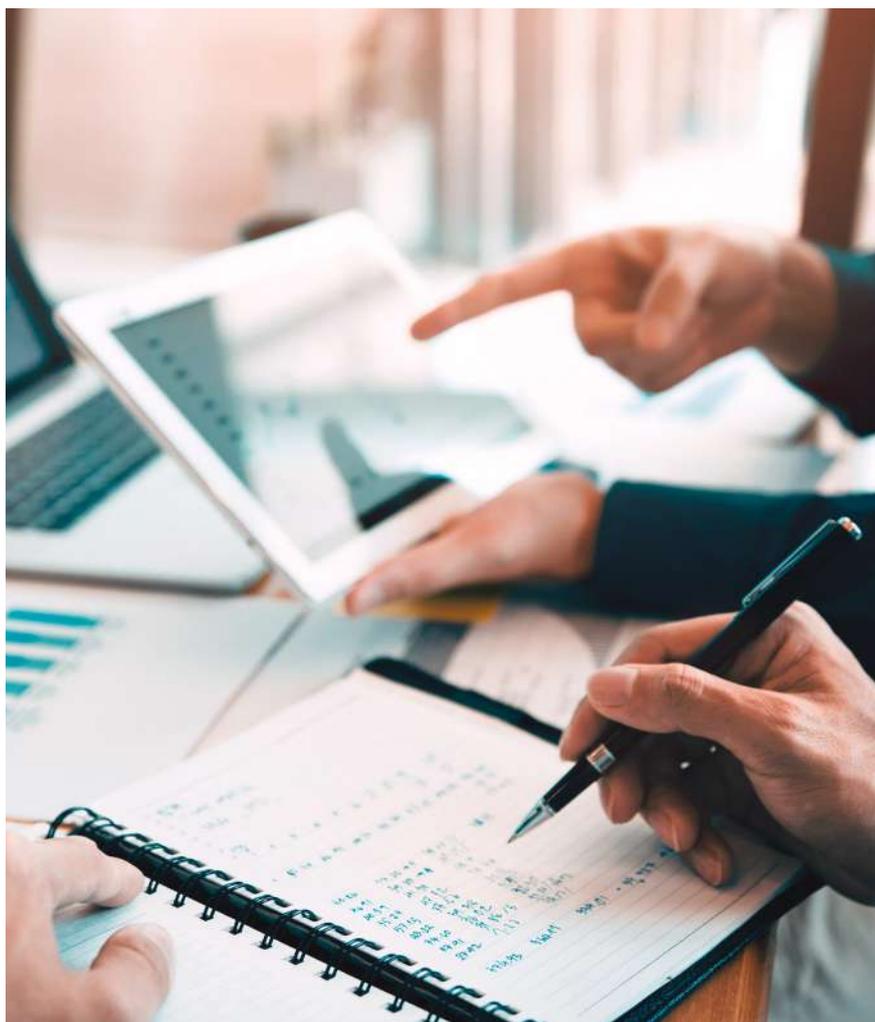
ACTIVITÉ DES VENTES AU GLOBAL : L'INDICE ICE

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 près de 200 000 sites marchands actifs.

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





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.

ACTIVITÉ SELON LES SECTEURS : L'INDICE iCE 100

Le panel iCE 100 permet un suivi mensuel des tendances des ventes Internet/ventes à distance par catégorie de produits/services. Environ 115 enseignes BtoC et 20 enseignes BtoB y participent. Les résultats BtoC 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.

INDICE SOLDES, BLACK FRIDAY

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, deux bilans sont réalisés : 1^{re} semaine et bilan sur quatre semaines. Les résultats sont réservés aux participants à ces panels.

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. ■

Communiquer



SUIVRE LES ACTEURS DU E-COMMERCE

AUDIENCE DES SITES LEADERS

Médiamétrie/NetRatings et la Fevad publient chaque trimestre le classement d'audience des 20 premiers sites d'e-commerce tous secteurs confondus. Il s'agit d'un classement « Internet global », c'est-à-dire un classement de l'audience Internet des sites sur les trois écrans : ordinateur, mobile et tablette.

Ce classement s'est imposé, au fil des ans, comme la référence du marché en matière de mesure de l'audience des sites de e-commerce en France.

CLASSEMENT DES SITES LEADERS EN NOMBRE DE CLIENTS

Médiamétrie et la Fevad ont mené une enquête en 2021 (3^e édition) sur la pénétration des sites marchands : 3 000 internautes ont déclaré leurs sites d'achat sur les 12 derniers mois pour 12 catégories de produits. Pour chacun des marchés analysés, l'étude a permis de dresser le Top 10 des sites avec, pour chacun d'eux, le pourcentage des e-acheteurs de la catégorie ayant déclaré avoir commandé au cours des 12 derniers mois.

MORAL DES E-COMMERÇANTS FRANÇAIS & CONJONCTURE 2022

LE BAROMÈTRE FEVAD/LSA/OPINIONWAY

Chaque année, la Fevad et LSA interrogent les dirigeants des principaux sites de e-commerce sur leur moral et leurs perspectives de développement. L'édition 2022 (11^e édition) a été réalisée en partenariat avec OpinionWay.

L'étude réalisée en début d'année « prend la température » des e-marchands : 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 leurs projets d'innovation. L'édition 2022 les a interrogés sur la pandémie et ses conséquences pour leur activité et leur entreprise, les motifs encourageants pour l'avenir, l'élection présidentielle et la place du numérique... ■

SUIVRE LES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS

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

PÉRIODES CLÉS : BLACK FRIDAY ET NOËL

Chaque année, la Fevad mène, en partenariat avec Médiamétrie (14^e édition en 2021), une enquête, auprès des internautes, destinée à évaluer leurs intentions d'achat pour Noël. L'édition 2021 s'est également intéressée aux modes de livraison favoris des e-acheteurs et aux déplacements en voiture qui se trouvent alors économisés.

BILAN E-COMMERCE DE L'ANNÉE 2021

Le baromètre annuel Fevad/Médiamétrie interroge en début d'année les internautes sur leurs pratiques de consommation en

ligne de l'année écoulée et les perspectives à venir. L'enquête 2022 a permis d'observer le bilan des effets des deux années de crise sanitaire sur les comportements d'achat, et d'analyser précisément les tendances montantes d'achat et vente de produits de seconde main.

E-ACHETEURS ET ACHATS ALIMENTAIRES

La Fevad et Médiamétrie ont mené en mai 2022 une enquête auprès des internautes destinée à dresser le panorama de l'ensemble des acteurs de l'alimentaire sur Internet – grande distribution, pure-players, spécialistes bio, quick commerce, commerces de proximité indépendants, circuits courts, livraison de repas à domicile – et notamment les motivations d'achat auprès de chacun.

E-ACHETEURS ET MODES DE PAIEMENT

La Fevad et Médiamétrie ont interrogé, en septembre 2021, les internautes sur le paiement afin d'analyser, selon les catégories de produits achetés sur Internet, les montants dépensés, les profils des acheteurs, les moyens de paiement utilisés et où en sont les internautes dans leur adoption des nouvelles mesures d'authentification des paiements.

ACHETEURS BTOB & E-COMMERCE

La Fevad, en partenariat avec Médiamétrie, a renouvelé, en décembre 2021, son enquête auprès des acheteurs BtoB. Une première édition, réalisée un an plus tôt par Next Content/Médiamétrie pour la Fevad, a permis de mesurer les évolutions et d'observer les effets des deux années de crise sanitaire sur l'organisation du travail, les pratiques d'achat des entreprises, les attentes des clients et les critères de choix des fournisseurs. ■

PAROLE D'ÉLUE

SOPHIE PRIMAS

PRÉSIDENTE DE LA COMMISSION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES DU SÉNAT

Comment voyez-vous évoluer le commerce et la consommation en France ?

Sophie Primas : Le commerce connaît régulièrement de profonds changements qui répondent aux aspirations nouvelles des consommateurs. Ce fut le cas dans les années 1970 et 1980, avec l'explosion de la grande distribution. Dans les années 1990 et 2000, nous avons vu à la fois une spécialisation de la distribution avec le développement des chaînes et des franchises et l'essor du *hard discount*, qui ont chamboulé les équilibres du commerce alimentaire. Depuis quelques années, nous assistons à une rupture technologique avec le e-commerce, d'abord sur le non-alimentaire, puis dans la grande distribution avec le *drive*, et désormais avec le commerce de proximité et le *click & collect*. Chaque transition a nourri des réticences de la part des consommateurs et commerçants en place, mais a fini par se généraliser.

Quel regard portez-vous sur le e-commerce et ses enjeux ?

S.P. : L'essor du e-commerce a bouleversé nos habitudes de consommation, avec la possibilité d'acheter n'importe quoi, n'importe où, n'importe quand pour se faire livrer dans des délais de plus en plus courts. Ce nouveau modèle nécessite une nouvelle organisation et surtout de nouvelles compétences, pour créer

et optimiser un site e-commerce efficient, maîtriser les stocks et les livraisons. À mon sens, cette dernière question de la logistique urbaine est fondamentale pour le e-commerce. L'enjeu est de garantir la logistique du dernier kilomètre, intégrée à la politique de rénovation des villes et aux documents d'urbanisme, avec des entrepôts multi-opérateurs et des solutions de mobilité douce. Un autre enjeu porte sur l'usage de la data, au cœur de la relation client.

Selon vous, comment la profession et les pouvoirs publics peuvent-ils accompagner les commerçants dans cette évolution ?

S.P. : Le rôle de l'État n'est pas de réguler le commerce à la place des commerçants, mais de les accompagner dans la transition digitale avec des formations, et de les aider à se développer, parfois avec des incitations fiscales, de réfléchir l'urbanisme au regard des enjeux de logistique... Il est aussi d'assurer la protection des consommateurs au niveau des paiements, des données personnelles et de la conformité des produits, mais aussi d'instaurer une équité de traitement entre le commerce physique et le e-commerce. Il est, enfin, de veiller à la responsabilité des plateformes et places de marché en ligne. Sur tous ces sujets, les pouvoirs publics français et européens se sont bien mobilisés avec la Fevad ces dernières années.

Vous arrive-t-il de commander sur Internet, et, si oui, quels sont vos critères les plus importants dans le choix des sites ?

S.P. : J'achète surtout des vêtements auprès d'enseignes connues qui ont des magasins dans lesquels je peux me rendre en *click & collect*. J'ai besoin de cette réassurance sur l'identité de la marque et la qualité du vendeur. Il m'arrive aussi d'acheter des produits que je ne peux pas trouver près de chez moi pour me les faire livrer à domicile, comme certains produits régionaux. Mais je privilégie le commerce de proximité et les marchés ! ■



« Le rôle de l'État n'est pas de réguler le commerce à la place des commerçants, mais de les accompagner dans la transition digitale et de les aider à se développer. »

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. Comme l'édition 2021, l'édition 2022 a été réalisée par Amsterdam University of Applied Sciences 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

L'Institut français de la mode (IFM) publie chaque année avec la Fevad 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. Le bilan publié en septembre 2021 a permis d'observer l'impact de la crise du Covid-19 sur la progression des achats en ligne d'habillement et la dynamique sur 2021.

PARTENARIAT FEVAD/KANTAR WORLDSPANEL

Fevad et Kantar Worldpanel s'associent annuellement (4^e édition en 2021) pour publier un bilan de la mode digitale et des comportements d'achat. L'édition 2022 a analysé l'accélération liée à la crise sanitaire dans les différents pays d'Europe, la montée du modèle omnicanal, la redistribution des cartes au sein des acteurs e-commerce et les perspectives à venir.



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... L'édition 2021 a montré la poursuite de la dynamique des ventes Internet sur ces marchés après l'accélération sans précédent lors de la crise sanitaire débutée en 2020.

GRANDE CONSOMMATION ET E-COMMERCE

PARTENARIAT FEVAD/NIELSEN IQ

NielsenIQ, en partenariat avec la Fevad, présente annuellement le bilan de l'achat de produits alimentaires et de grande consommation sur Internet.

L'édition 2022 a observé le bilan des impacts des deux années de pandémie sur les ventes en France, en Europe et aux États-Unis, mais également le développement du quick commerce, les ventes de produits bio, etc. ■



Échanger sur les enjeux et les tendances

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 : Cybermalveillance.gouv.fr, E. Voyageurs SNCF, Google, Groupe Accor, Médiamétrie, MisterFly...

LES ENJEUX E-TOURISME

- Avec Lloyd Mullender de Médiamétrie et Charles-Antoine Duron de Google France en mars 2021
- Avec l'anthropologue Saskia Cousin en juin 2021
- Avec Francis Bergey de E. Voyageurs SNCF et Laurent Verdier de Cybermalveillance.gouv.fr en octobre 2021
- Avec Bruno Maltor du blog Votre Tour du Monde en février 2022 ■

Ateliers innovation & solutions

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 au marketing et à l'environnement.

- Comment calculer vos émissions GES transports avec Sighthness
- Qu'est-ce que l'illectronisme avec un *UX Evangelist* et entrepreneur ainsi que Meet My Mama
- Réduire la fraude avec Oneytrust et Sopra Steria
- La fraude à la livraison avec Shoprunback, Oneytrust et présentation de la solution de livraison Welco
- L'automatisation du traitement des données produits avec Unifai
- Développer ses ventes omnicanales sur les *marketplaces* avec Market Invaders
- Améliorer l'expérience de vente en ligne et booster le taux de conversion grâce à la personnalisation de l'UX sans cookies avec Potions
- Acquisition de trafic et conversion : comment mieux exploiter l'e-mail marketing avec Validity et le témoignage de ChefClub

LES ENJEUX INNOVATION BTOB

sont un rendez-vous annuel consacré au e-commerce BtoB, organisés en partenariat avec NextContent. L'édition 2021 a été reportée au début de l'année 2022 afin qu'ils aient lieu en présentiel. Le thème central de la conférence était : Les nouvelles conditions de la performance. ■

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 2021-2022 a encore été perturbé par les mesures sanitaires prises pour lutter contre la pandémie de Covid-19. Le format de certains événements a dû être repensé. De nombreux webinaires et rendez-vous « virtuels » sur des sujets d'actualité ont été proposés aux adhérents (voir faits marquants). ■

Étude Fevad/KPMG

En 2021, l'étude *Commerce unifié : les ressources humaines au cœur de la transformation digitale*, réalisée en partenariat avec KPMG, a été dévoilée lors de l'édition 2021 de la Paris Retail Week. Cette étude s'appuie sur des enquêtes réalisées auprès des acteurs du marché et sur les témoignages d'acteurs clés du e-commerce en France (pure-players, marques engagées, e-retailers). La présentation a été suivie d'une table ronde avec des experts en ressources humaines et de la transformation digitale qui ont pu réagir et apporter leur éclairage. ■

Le Grand Prix Favor'i e-commerce

Chaque année, le Grand Prix Favor'i du e-commerce est le rendez-vous incontournable de tous les professionnels du e-commerce.

La cérémonie, co-produite en partenariat avec BFM Business et diffusée dans les conditions d'un direct sur les antennes de BFM Business le 10 février 2022, a été suivie par plus de 44 000 téléspectateurs (88 000 avec les rediffusions du week-end) et 23 000 auditeurs (42 000 au cumul des 3 jours).

Malgré un contexte toujours particulier lié à la crise sanitaire, elle a permis, une nouvelle fois, de fédérer la communauté e-commerce autour de cet événement qui se veut le reflet d'un secteur en mouvement, au service des Français.

Cet événement est aussi l'occasion de rappeler l'attachement de la Fevad et de ses membres à promouvoir un e-commerce à la fois performant, mais aussi responsable et solidaire. Des valeurs dont le palmarès s'est fait l'écho notamment à travers le Prix RSE remis par Sophie Cluzel, secrétaire d'État chargée des Personnes handicapées, ou encore, à l'occasion du Prix spécial remis par la Fevad et le Jury, présidé cette année par Philippe de Chanville, co-fondateur de ManoMano.

Ce prix est aussi l'occasion pour les internautes de faire entendre leur voix et d'élire leurs sites préférés au travers du Prix des Internaute, à partir d'une étude réalisée par Médiamétrie. ■

MILLÉSIMÉ 2022

Plus d'infos : favori.fevad.com

MEILLEUR SITE E-COMMERCE DE L'ANNÉE

Yves Rocher

FAVOR'I DES INTERNAUTES

Meilleur site mode : Bon Prix

Meilleur site produits techniques & électroménager : Amazon

Meilleur site hypermarchés –

supermarchés & drive : E.Leclerc

Meilleur site meubles et décoration : Ikea

Meilleur site articles de loisirs (jeux,

jouets, produits culturels) : Fnac

Meilleur site produits de beauté &

santé : Yves Rocher

Meilleur site BtoB : Maxi Buro

Meilleure banque en ligne : Boursorama

Banque

PRIX DU MEILLEUR ESPOIR

Or : Pharmazon (*marketplace* dans l'univers de la pharmacie)

Argent : Mobee Travel (spécialiste des séjours pour personnes à mobilité réduite)

Bronze : Il était plusieurs fois (plateforme de vêtements de seconde main pour enfants)

PRIX ÉCORESPONSABLE

Café Joyeux est une société de cafés-restaurants qui a la particularité d'employer et de former des personnes en situation de handicap mental ou cognitif. Le premier Café Joyeux a ouvert ses portes en décembre 2017 à Rennes et depuis, cinq autres ont ouvert à Paris, Bordeaux et Lisbonne. En quatre ans d'existence, Café Joyeux a reçu 800 demandes d'ouverture ! Afin de financer l'ouverture



des cafés, une marque de café a été lancée à destination des particuliers et des entreprises. Ces ventes se font sur le site Internet de la société qui est à la fois le site institutionnel du projet et le site e-commerce (lire interview page 38).

PRIX INNOVATION

Decathlon et Lizee : louer au lieu d'acheter !

Decathlon a lancé un nouveau service en partenariat avec la start-up Lizee, lauréate du concours de la Fevad Start Me Up de l'an dernier, qui offre une meilleure accessibilité à ses produits de camping tout en garantissant leur durabilité. La société a remarqué que le marché du camping est en pleine expansion : elle produit et vend toujours plus de tentes. En revanche, ces tentes sont seulement utilisées une dizaine de jours par an, d'où l'intérêt de les louer en utilisant le service de la société Lizee.

PRIX SPÉCIAL DU JURY

Un Prix Spécial, de reconnaissance envers les livreurs, a été décerné au tiktokeur **Sidou**.

Ce nouveau Prix Spécial met à l'honneur les hommes et les femmes qui sont en première ligne du e-commerce. La Fevad a souhaité, via ce prix, remercier toutes les personnes sur le terrain qui sont indispensables au e-commerce, et qui ont été particulièrement sollicitées pendant la crise sanitaire. Pour incarner ces hommes et ces femmes, le lauréat du prix est un livreur nommé Sidou qui filme et poste des vidéos courtes sur le réseau social TikTok. Ses vidéos, où il raconte ses aventures journalières en tant que livreur, génèrent des milliers de vues. ■



1. **Audrey Lecoq**, fondatrice de Pharmazon (Meilleur Espoir e-commerce Or) 2. **Yann Bucaille-Lanrezac**, fondateur de Café Joyeux (Prix Éco-responsable) 3. **Yannick Rivera**, Directeur des ventes du marketing de Lizee (Prix Innovation) 4. **Aude Viaud**, co-fondatrice et CEO d'Il était plusieurs fois (Meilleur Espoir Argent) 5. **Sidou Stand Up** (Prix Spécial du Jury) 6. **Sophie Cluzel**, secrétaire d'État chargée des personnes handicapées, **Yann Bucaille-Lanrezac**, fondateur de Café Joyeux, et **Jean-Yves Gras**, Directeur Général Colissimo Groupe La Poste (Prix Éco-responsable) – 7. **Bris Rocher**, CEO du Groupe Rocher, et **Marc Lolivier**, Délégué Général de la Fevad (Grand Prix e-commerce 2022) – 8. **Sidou Stand Up** et **Yann Bucaille-Lanrezac**, Café Joyeux

PAROLE DE LAURÉAT

AUDREY LECOQ, FONDATRICE DE PHARMAZON

« À sa création en 2015, Pharmazon était une centrale d'achats pour les pharmaciens disposant d'un stock de plus de 15 000 références en médicaments non remboursés et en produits bien-être et beauté. Pharmazon s'est alors imposée sur le marché avec un site Internet BtoB proche d'un e-commerce pour particuliers.

En 2021, nous avons lancé Pharmazon.fr, un site grand public de produits parapharmaceutiques, suivant un modèle phygital unique. Lorsque le consommateur valide sa commande, il choisit la pharmacie à laquelle il souhaite reverser le montant de son achat. Pharmazon prépare la commande pour le compte de la pharmacie et l'expédie au domicile du client ou en *click & collect* à la pharmacie. Pharmazon met ainsi son stock de milliers de références et sa chaîne logistique au service du consommateur tout en intégrant la pharmacie, point de santé de proximité essentiel, au cœur de son modèle.

Au-delà du trophée et de la fierté pour mes équipes que représente le Prix du Meilleur Espoir, ce fut l'occasion de rencontrer des spécialistes du e-commerce. Pouvoir présenter notre modèle de e-commerce BtoC à des références du secteur fut à la fois rassurant et enrichissant.

La reconnaissance par nos pairs est motivante et permet une belle mise en lumière médiatique. » ■



« *Le e-commerce n'est pas seulement une plateforme d'achat, c'est un moyen de participer financièrement à notre développement et d'inciter nos acheteurs en ligne à venir rencontrer nos équipiers dans nos cafés-restaurants. »*



PAROLE DE LAURÉAT

AUDE BOURGEOIS, DIRECTRICE GRAINS ET CAPSULES, RESPONSABLE E-COMMERCE CAFÉ JOYEUX – PRIX ÉCO-RESPONSABLE DU GRAND PRIX FAVOR'I DU E-COMMERCE 2022

Pouvez-vous nous rappeler la mission, un peu particulière, de votre entreprise ?

Aude Bourgeois : Né en 2017 à Rennes, Café Joyeux est la première famille de cafés-restaurants qui emploie et forme des personnes en situation de handicap mental ou cognitif. Notre mission est de proposer du travail à ces personnes, souvent exclues, et de leur redonner confiance en remettant la différence au cœur des centres-villes et de nos vies. L'objectif de cette démarche, lancée par Yann Bucaille-Lanrezac, fondateur des Cafés Joyeux, est de rendre le handicap visible et de porter un regard positif sur la différence. Aujourd'hui, plus de 80 équipiers joyeux travaillent dans nos huit cafés-restaurants à Rennes, Paris, Bordeaux, Lyon et Lisbonne, en attendant l'ouverture de nouveaux points de vente dans les autres grandes villes de France.

En quoi votre activité de e-commerce est-elle écocitoyenne ?

A. B. : Face à l'enthousiasme suscité par notre démarche, beaucoup de consommateurs nous ont demandé comment soutenir notre projet. C'est ce qui nous a conduits à lancer notre propre marque de café, que nous vendons en ligne et que les adhérents de la Fevad peuvent acheter en se rendant sur notre site www.cafejoyeux.com. L'intégralité des bénéfices liés aux ventes est directement réinvestie dans l'ouverture de nouveaux cafés-restaurants. Notre activité de e-commerce est ainsi pleinement au service de notre mission solidaire et sociale. Pour notre café de spécialité, nous avons aussi fait appel à un torréfacteur artisanal, qui garantit un certain niveau de revenu aux producteurs de grains, et à une entreprise de logistique également engagée dans l'inclusion, avec des emballages 100 % recyclables pour les cafés moulus et en grains.

Que représente pour vous le Prix Éco-responsable Favor'i E-commerce ?

A. B. : Cette récompense est importante car elle prouve que l'on peut construire un modèle rentable en s'appuyant sur les différences et en développant l'inclusion. Pour nous, le digital est un moyen de poursuivre notre développement et, pour nos consommateurs, un moyen de soutenir notre initiative, y compris pour ceux qui ne disposent pas de Café Joyeux près de chez eux. C'est aussi la reconnaissance d'un modèle d'entrepreneuriat social qui permet à des personnes différentes d'apprendre un métier, de se former à travers notre propre CFA, de travailler en autonomie et de créer de la valeur.

Quel conseil donneriez-vous à des entreprises attirées par une mission écoresponsable ou citoyenne ?

A. B. : De plus en plus de consommateurs ont envie de soutenir des projets écoresponsables ou de consommer différemment, en réalisant un acte citoyen et solidaire via leurs achats. Pour une entreprise qui souhaite s'investir dans une telle mission, il est important de construire son projet autour et au service de cette mission pour que le bénéfice soit vraiment visible pour les consommateurs. Lorsque les clients entrent dans nos cafés-restaurants, ils sont immédiatement au contact de nos équipiers. La différence se voit et on n'hésite pas à l'afficher ! ■

Soutenir et récompenser l'innovation

Le 5^e édition du Challenge Start Me Up, co-organisée par la Fevad et KPMG, a eu lieu sous un format hybride, le 23 septembre 2021.

Comme en 2020, le challenge Start Me Up, traditionnellement organisé dans le cadre des Enjeux du e-commerce, a une nouvelle fois été proposé sous un format hybride pour répondre aux contraintes sanitaires. Les 5 finalistes ont pu venir pitcher et répondre aux questions de l'Advisory Board.

À l'issue des pitches, les internautes et le jury ont voté en direct pour départager les cinq candidats et élire la meilleure start-up e-commerce de l'année. La start-up Unifai (lire interview page suivante), qui propose une solution d'enrichissement et de normalisation des données produits,

a remporté le prix cette année. Les trois premiers finalistes ont également été invités lors de l'événement organisé par *E-commerceMag*, E-commerce Live, au mois de novembre 2021 pour présenter leur solution et échanger sur les relations avec les entreprises de e-commerce. ■



Publication de l'annuaire des start-up e-commerce 2021-2022

Cet annuaire, publié à l'issue du challenge, a pour objectif de présenter une liste de start-up particulièrement innovantes pour le e-commerce à destination des sites marchands. Il a également fait l'objet d'une publication sur le site d'*EcommerceMag*, renforçant ainsi la visibilité des start-up auprès des sites marchands. Depuis sa mise en ligne, il a été téléchargé plus de 100 fois chaque mois. ■

LE LAB FEVAD, UN OUTIL DÉDIÉ À LA PROSPECTIVE ET À 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)

- APIs et plateformes « No-Code » : la tech pour le e-commerce à la portée de tous
- « Re-commerce » : le e-commerce d'une économie circulaire
- Neutralité carbone : le nouveau moteur d'innovation dans le e-commerce
- À quand le paiement en cryptos sur les sites e-commerce ?
- Start Me Up : Unifai, élue start-up e-commerce 2021
- Cybercriminalité en hausse : quelles tendances pour 2022 ?
- La publicité digitale dans un monde post-cookies
- La nouvelle ère du social commerce est lancée
- Le *live shopping* : quel avenir en Europe pour ce phénomène venu de Chine ?

PAROLE DE LAURÉAT

JESSE CRÉANGE, CEO, CO-FONDATEUR D'UNIFAI, START-UP LAURÉATE DU CHALLENGE START ME UP 2021

« Avoir été élue start-up e-commerce 2021 par la Fevad a eu un vrai impact en termes de retombées et d'opportunités commerciales. »

Quel service propose votre société Unifai, pour quels bénéfices ?

Jesse Créange : Avec l'essor du digital et du e-commerce, le nombre d'articles proposés à la vente, de fournisseurs référencés et de données produits a explosé. À titre d'exemple, les sources de données ont été multipliées par 15 en cinq ans. Partant du constat qu'une part importante du temps des acheteurs et marketeurs est passée à traiter ces données, nous est venue l'idée d'une solution permettant de normaliser, d'enrichir et de catégoriser

automatiquement les catalogues des distributeurs, e-commerçants et *marketplaces*. Avec un triple objectif : fiabiliser les données produits le plus rapidement possible pour accélérer le *time-to-market*, gagner en productivité et augmenter son business.

En quoi consiste votre solution d'enrichissement des données et pourquoi répond-elle à une tendance forte ?

J. C. : Créée en 2019, notre solution SaaS utilise l'intelligence artificielle pour fiabiliser les données. Notre plateforme charge les différents



« La fiabilisation de la donnée produits est un enjeu clé pour performer en e-commerce. L'automatisation, grâce à l'intelligence artificielle, est une réelle opportunité d'accélérer l'intégration et la normalisation des catalogues fournisseurs. »

fichiers des fournisseurs et automatise le traitement des données avec des modèles autoapprenants. En clair, les algorithmes comprennent les informations pour catégoriser les produits, gérer les variants et les doublons, ou enrichir les attributs qui servent à filtrer ou à sélectionner les produits. Sachant que 85 % des paniers sont abandonnés quand les informations ne sont pas pertinentes, la fiabilisation de la donnée est essentielle. D'autant qu'entre les infos techniques, marketing, réglementaires et écoresponsables, il y en a toujours plus à gérer !

Comment évolue votre activité et quelles sont vos ambitions ?

J. C. : De deux commerçants à ses débuts, Unifai compte aujourd'hui une quinzaine de clients, parmi lesquels Intersport, la Fnac, Retif, Gedimat ou 58 Facettes. Tous les mois, de nouveaux distributeurs et e-commerçants font appel à nous pour fiabiliser leurs données produits, et nous allons poursuivre notre développement en France, en Europe et à l'international. Avec le développement de l'omnicanalité et des *marketplaces*, les acteurs du e-commerce ont toujours plus besoin de fiabilisation pour soulager leurs équipes et améliorer leurs performances.

Pourquoi avez-vous candidaté au concours Start Me Up, pour quel impact ?

J. C. : En tant que nouveau prestataire pour le e-commerce, notre volonté est d'accroître notre visibilité et de générer de nouveaux contacts. Aussi, lorsque nous avons eu connaissance de ce challenge, co-organisé par KPMG et la Fevad, nous avons sauté sur l'occasion ! Le fait qu'Unifai ait candidaté et ait été élue start-up e-commerce 2021 a eu un vrai impact en termes de retombées et d'opportunités commerciales. À cette occasion, nous avons aussi découvert l'importance de la Fevad, tant au niveau de sa mission de veille que de la richesse de ses études et baromètres. ■

Promouvoir et faire savoir

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 plusieurs grands rendez-vous professionnels, la Fevad assure la promotion de la profession, apporte son éclairage sur les enjeux du secteur et diffuse des informations qui émanent du marché ou l'impactent.

Salons et événements de grande envergure, conférences de presse, ateliers et rencontres thématiques, et interventions en plénière sont autant d'occasions pour les acteurs du secteur de se retrouver et d'échanger afin de 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, pour la première fois, un programme VIP a été proposé par les organisateurs de l'événement aux dirigeants des sites marchands membres de la Fevad : parcours guidé et rencontres avec les dirigeants de prestataires présents, échanges avec les start-up présentes, participation au Lab Retail One to One.

La Fevad a également présenté en avant-première, lors d'une conférence plénière, les résultats de l'étude Fevad/LSA/OpinionWay sur le moral des e-commerçants pour 2022.

PARIS RETAIL WEEK

La Fevad est partenaire du salon Paris Retail Week. Chaque année, elle y organise et anime plusieurs événements. Sa conférence de presse de rentrée sur les chiffres du 1^{er} semestre a également lieu en ouverture du salon.

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 2021, la Fevad a diffusé 25 communiqués de presse qui rendent compte de l'ensemble des travaux qu'elle mène, de ses analyses du marché et des données statistiques recueillies.

Les 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.

Conférences de presse de la Fevad

SEPTEMBRE 2021

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES VENTES EN LIGNE DU 1^{ER} SEMESTRE 2021

Zoom sur le marché de la mode et de l'habillement sur Internet, avec l'IFM et Kantar Worldpanel.

NOVEMBRE 2021

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES VENTES EN LIGNE DU 3^E TRIMESTRE 2021

Les intentions d'achat pour les fêtes de fin d'année sur Internet avec Médiamétrie – Étude GfK sur le marché e-commerce des biens d'équipement de la maison et des biens culturels.

FÉVRIER 2022

BILAN DU E-COMMERCE FRANÇAIS EN 2021

Étude sur les comportements des cyberacheteurs et leurs nouvelles habitudes de consommation réalisée par Médiamétrie.



BRUNO LE MAIRE,
MINISTRE DE
L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES ET
DE LA RELANCE

CONFÉRENCE DE PRESSE DE LA FEVAD,

3 février 2022, avec intervention de Bruno Le Maire : Bilan du e-commerce français en 2021 – Étude sur les nouvelles habitudes de consommation des cyberacheteurs réalisée par Médiamétrie.

MAI 2022

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES VENTES EN LIGNE DU 1^{ER} TRIMESTRE 2022

Zoom sur le marché de l'alimentaire sur Internet avec NielsenIQ. Les nouveaux comportements des cyberacheteurs pour leurs achats de produits alimentaires avec Médiamétrie.



52%

des e-commerçants
ont réduit en 2021 leurs achats à
fort impact environnemental

Source : Baromètre Fevad/LSA/OpinionWay, mars 2022.

Une organisation au service de la profession

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

Les administrateurs



Antoine COMPIN,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
MANUTAN

Les Vice-Présidents



Philippe BERLAN,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
LA REDOUTE



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



Marie EVEN,
DIRECTRICE GÉNÉRALE
ADJOINTE CDISCOUNT



Franck DURIEZ,
PRÉSIDENT BLANCHE
PORTE



Corinne HOCHART,
CEO ONEY FRANCE



Patrick SEGHIN,
CEO DAMARTEX



Olivier THEULLE,
CHIEF E-COMMERCE
& DIGITAL OFFICER



Patrick STASSI,
CEO KIABI



François DE CASTELNAU,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
SHOWROOMPRIVE.COM



Ludovic DEWAVRIN,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
WILLEMSE FRANCE



Jérôme DILLARD,
CEO TÉLÉSHOPPING



Brice KAPELUSZ,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
OPÉRATIONNEL RAJA FRANCE



Romain ROY,
GROUPE CARREFOUR,
CO-FONDATEUR
GREENWEEZ



Gilles SAURET,
PRÉSIDENT DU
DIRECTOIRE COFIDIS



Marie-Françoise KERUEL,
PRÉSIDENTE GROUPE ROSA
(FRANÇOISE SAGET, LINVOSGES
ET ENVIE DE FRAISE)



Benoît PONTE,
CUSTOMER EXPERIENCE
CHIEF OFFICER
GROUPE ROCHER



Anne PRUVOT,
DIRECTRICE GÉNÉRALE
DE SNCF CONNECT
& TECH

Vos contacts

AFFAIRES PUBLIQUES

Marie AUDREN

maudren@fevad.com

AFFAIRES JURIDIQUES

Laurine CARACCHIOLI

lcaracchioli@fevad.com

COMMUNICATION DIGITALE ET SYSTÈME D'INFORMATION

Geoffray BESNARD

gbesnard@fevad.com

Anne-Sophie FERNANDES

afernandes@fevad.com

RECHERCHE ET DOCUMENTATION

Christine CARETTE-DELALANDE

cdelalande@fevad.com

COMMUNICATION & MÉDIAS

Nathalie LAÏNÉ

nlaine@fevad.com

SERVICE COMPTABILITÉ

Lê-Hang LÊ

comptabilite@fevad.com

SERVICE ÉTUDES

Claire MAUFONT-VESQUE

cvesque@fevad.com

SERVICE ADHÉRENTS

Claire MORRE

clmorre@fevad.com

SERVICE MÉDIATION DU E-COMMERCE

Nadia WAGNER

nwagner@fevad.com

Zakarya BAKTHAR

zbakthar@fevad.com

Abderrahim BITTAME

mediateurducommerce@fevad.com

Andreas BOFONGE

mediateurducommerce@fevad.com

Shaymaa YOUSFI

mediateurducommerce@fevad.com

COMMISSIONS



COMMISSION JURIDIQUE

**PRÉSIDÉE PAR BÉATRICE DÉFOSSÉ,
DIRECTRICE JURIDIQUE DU GROUPE OFMS**

Cette commission réunit tous les deux mois près de 60 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

**PRÉSIDÉE PAR EMMANUELLE MERCIER,
RESPONSABLE RSE DE LA REDOUTE**

La commission RSE se réunit tous les deux mois en formation plénière. Elle 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 de représentants des éco-organismes sont régulièrement intégrées au programme des réunions.

Des groupes de travail sont régulièrement créés pour répondre à la forte actualité environnementale. Ainsi, en 2020, un groupe de travail consacré à la mise en œuvre de la loi « économie circulaire »

du 10 février 2020 a réuni mensuellement les adhérents. Parmi les thèmes abordés en 2020-2021 : l'économie circulaire, l'écoconception des emballages, l'illectronisme, etc. Cette commission travaille étroitement avec la commission transport/logistique en raison de la proximité des enjeux et des moyens pour y parvenir : véhicules propres, livraison urbaine, 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 s'est essentiellement penchée sur la mise en place opérationnelle de la DSP2 (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...) et s'est achevé le 15 juin dernier.

C'est pourquoi l'activité de la commission a très largement été consacrée à ce dossier :

- **Groupes de travail hebdomadaires** consacrés à la montée en charge de la conformité DSP2 du marché français dans le cadre de l'OSMP (Banque de France) et groupes de travail mensuels 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 DSP2
- **Commissions mensuelles sur la DSP2** (avec Mercatel, CB, Visa et Mastercard)

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

COMMISSION LOGISTIQUE/ TRANSPORT

**PRÉSIDÉE PAR OLIVIER THEULLE, DIRECTEUR
DES OPÉRATIONS DU 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, en propre ou en collaboration avec la commission RSE, a proposé cette année à ses membres des échanges sur plusieurs thématiques et études, notamment :

- **Logistique urbaine : un secteur en pleine évolution**
- **Table ronde avec les transporteurs du e-commerce**
- **Environnement et logistique : présentation du dispositif FRET21**
- **Études : participation à l'étude ADEME sur le bilan environnemental de la livraison e-commerce**
- **Fraudes à la livraison : les solutions à mettre en place**
- **Robotisation des entrepôts : témoignage et analyse avec FM Logistic**

PAROLE D'ÉLU

SERGE BABARY, SÉNATEUR D'INDRE-ET-LOIRE, MEMBRE DE LA COMMISSION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES DU SÉNAT

Quels sont les principaux enseignements de vos travaux sur les nouvelles formes de commerce, réflexions auxquelles la Fevad a contribué ?

Serge Babary : Nous avons tiré trois enseignements qui portent sur la quête de sens des consommateurs dans leur acte d'achat, leur besoin de proximité, et la révolution de l'omnicanalité dans le commerce. La quête de sens fait écho à la durabilité, au respect de l'environnement et à l'éthique, que l'on retrouve dans les politiques RSE des entreprises. Le besoin de proximité est à la fois géographique et temporel, avec la volonté de privilégier les commerces de centre-ville et de périphérie, mais aussi de bénéficier de l'immédiateté du commerce en ligne. L'omnicanalité, qui mêle proximité et numérique, répond aux attentes des consommateurs : rechercher sur Internet les disponibilités en magasins, avoir le choix de se rendre en magasin pour se faire conseiller ou se faire livrer en *click & collect*. Le commerce moderne doit s'appuyer sur ces deux dimensions, physique et numérique.



« L'avenir du commerce passe par l'omnicanalité, mêlant commerce physique et digital, et la transformation numérique à laquelle sont confrontés les commerces de proximité doit être accompagnée par l'État avec des dispositifs adaptés. »

En quoi la digitalisation du commerce est-elle stratégique aujourd'hui ?

S. B. : Le e-commerce, permettant une mondialisation de l'ensemble de l'offre, est stratégique pour toutes les formes de commerce. Pour les grandes enseignes, qui disposent des outils et compétences nécessaires, c'est un moyen de maintenir leurs parts de marché. Pour les places de marché, c'est un modèle économique qui leur permet de répondre aux attentes des consommateurs, tout en permettant l'accès des TPE/PME au commerce en ligne.

Quels sont, selon vous, les grands enjeux autour de l'évolution du commerce ?

S. B. : Avoir une vitrine numérique et un site de vente en ligne ne s'improvise pas. Cela implique des compétences en webmarketing, en gestion des stocks et des paiements, mais aussi en cybersécurité pour le personnel comme pour le chef d'entreprise, qui doit être convaincu de cette nécessaire transformation. En ce sens, la crise sanitaire a accéléré la prise de conscience que le physique et le digital ne sont pas opposés, mais complémentaires. Un autre enjeu majeur dans cette évolution est la prise en compte de la logistique par les villes et les collectivités locales,

42 %
des internautes ont utilisé
des services de livraison
de repas à domicile en ligne
au cours des 12 derniers mois

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie,
mai 2022.

avec la création d'unités de stockage intermédiaires facilitant la livraison du dernier kilomètre.

Quelles mesures préconisez-vous pour accélérer la contribution du numérique et du e-commerce dans tous les territoires ?

S. B. : Dans notre rapport, nous avons proposé trois mesures relatives à la digitalisation des commerces indépendants : la mise en place d'un dispositif de suramortissement des dépenses et investissements dans la transition numérique, d'un crédit d'impôt de 50 % des dépenses de formation en la matière, et le lancement d'un appel d'offres national pour la création de plateformes locales de commerce en ligne. Le commerce est un secteur stratégique, qui doit disposer d'une délégation interministérielle traitant des questions réglementaires, fiscales, financières, environnementales et digitales. Autant de propositions, faisant notamment écho aux travaux et recommandations de la Fevad, que nous allons renouveler auprès du nouveau Gouvernement, dans l'état d'esprit constructif qui régit le Sénat. ■

MODES DE LIVRAISON CHOISIS PAR LES E-ACHETEURS EN 2021

| | |
|---|------|
| Livraison à domicile | 79 % |
| Livraison en point relais | 59 % |
| Livraison en magasin (<i>click & collect</i>) | 23 % |
| Livraison en agence postale | 10 % |
| E-réservation | 6 % |
| Livraison sur le lieu de travail | 3 % |
| Livraison en consigne | 7 % |

En % des e-acheteurs
Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, novembre 2021



Des adhérents toujours plus nombreux

**Au 31 mars 2022, la Fevad comptait 794 adhérents,
dont 667 sociétés marchandes et 127 membres associés.**

Au cours de l'exercice 2021-2022, 82 nouveaux adhérents
ont rejoint la Fédération.

Bienvenue aux 82 nouveaux adhérents qui ont rejoint la Fédération cette année

1083 | 24SEVRES **A** ABITAREKDIS | ABIX | ABOUT YOU | ABRITEL | **ABTEY CHOCOLATERIE** | ACCORHOTELS.COM | ADAGIO | ADLPTELESURVEILLANCE | ADOPTE UN MEC | ADOUCISSEUR-EAU.COM | ADVANZIA BANK | ADYEN | AEROPORT NICE COTE D'AZUR | AFFLELOU.COM | AFIBEL | AGRIAL - LA MAISON.FR - AGRIHALLS | AGRIZONE | AGROBIOTHERS - GIBBON | AIGLE | AIR FRANCE SHOPPING | AIRSHOW.FR | ALEPIA | ALIBABA FRANCE | ALLBRAY - QOBUZ | ALLIANZ TRADE | ALLOTAPIS.COM | ALMA | ALTER SMOKE | **ALZA.FR** | AMAZON.FR | AMERICAN EXPRESS | AMIVAC | **AMORELIE** | ANDRÉ | ANDRÉAS STIHL SAS | ANTADIS | AOSOM | AQUA LUNG GROUP | AQUAPLANTE | **AQUARIUM SYSTEMS** | ARKEA | ARMAND THIERY | **ARVATO SUPPLY CHAIN SOLUTIONS** | ATELIER GOLDNER | ATLAS FOR MEN | ATRIUM CONCEPT | ATTELAGE-REMORQUE.COM | AUBERT | **AURLANE** | **AURORE MARKET** | AUTISME DIFFUSION | AUTO-IES.COM | AUTOUR DE BÉBÉ | AVALARA | **AVASK ACCOUNTING AND BUSINESS CONSULTANTS** | AVEM | **AVERON** | AVERY | AVIDSEN / VESTAPRO / COMPTOIR FRANCAIS DE L'INTERPHONE | AXESS-INDUSTRIES **B** BACK MARKET | BACSAC | **BANANAIR** | **BARBACADO** | BAX-SHOP.FR | BAYA | BAZARCHIC | BEAUTE PRIVEE | BÉBÉ 9 | BECQUET | BERCEAUMAGIQUE.COM | BERGERE DE FRANCE | BERNARD | BERNARDAUD | BESSON CHAUSSURES | BEST OF TV | BETAFENCE | **BEUCHAT INTERNATIONAL** | BIENMANGER.COM | BIGOUDI SHOP | BIO ENERGIES EUROPE | BIOCOOP | BIOCYTE | BIOLANE | BIZZBEE | BLANCHE BRESSON INSTITUT | BLANCHEPORTE | BLEDINA - GALLIA | BLEUFORÊT - OLYMPIA | BMC | BNP PARIBAS | BOBBIES | BOB-LEMENUISIER.FR | BOCAGE | BON PRIX | **BONOBO** | BOULANGER | BOURSORAMA BANQUE | BOUTIQUE DU BLEUET DE FRANCE | BOUTIQUE OFFICIEL FCSM | BOUTIQUE ROLAND-GARROS | BOUTIQUE-DU-COMBAT.COM | BOUTIQUEJEANCOCTEAU.COM | BOXTAL | BPOST | **BREAL** | BRED | BRETAGNE SERVICES LOGISTIQUES | **BRICO DEPOT** | BRICO-FENETRE.COM | BRINKS FRANCE | **BRIOMONDO** | BRUNEAU | BURTON | BUT | BUTTINETTE **C** C.2.M. | CA PAIEMENT | **CACHE-CACHE** | CAFE CARON | CAFE PRIVILEGE | CAFES MALONGO | CALIPAGE | CALZEDONIA - INTIMISSIMI - TEZENIS. | CANALSAT | CAPHARNAÛM | CAREA SANITAIRE | **CAROLL** | **CARRÉ BLANC** | CARREFOUR HYPERMARCHES SAS | CARRERA | CARTONSDEDEMEMAGEMENT.COM | **CASTORAMA** | CDISCOUNT | CELIO / CELIO CLUB | CENPAC | CENTIMETRE.COM | CENTRAKOR | CENTRE CLAUDEGER | CENTRE COMMERCIAL EUROPEEN | CETELEM | CHANEL | CHAPITRE.COM | CHARLES JOURDAN | **CHATEAU BERNE / CHATEAU DES BERTRANDS / CHATEAU SAINT ROUX / ULTIMATE PROVENCE** | CHECKOUT.COM | CHIC FACTORY | CHOREOGRAPHER | CHR SHOP | CHRISTINE LAURE | CHRONOPOST | CHUBB EUROPEAN GROUP | CINQ MONDES | **CLARINS** | CLAUDIE PIERLOT | CLEMENTINA FROG | CLEOR | CLUB MED | C-MONETIQUE.FR | COCOONCENTER | COFIDIS | COLINTER | COLIS PRIVÉ | COLISLAND | COLISSIMO | COLLECTOR SQUARE | COMEXPOSIUM - GRAND PUBLIC | COMPEX | COMPO PHONE | COMPTOIR DES LYS | **COMPTOIR DU TUNING** | COMPTOIRDUCABRIOLET.COM - COMPTOIRAUTO.COM - BACHE-PROTECTION-AUTO.COM | CONFITURERIE CHATELAIN | CONFORAMA | CONTENT SQUARE | CONVERTEO | COREME | **CORNILLEAU** | **COSMOPARIS** | COURIR | CREDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE | CRITEO | CRITERE DIRECT | CROQUETTELAND | CUBYN | CULTIV | CULTURA | CYBERSOURCE **D** DAFY@STORE | D-AIM | DALENYS | DAMART | DANONE PRODUITS FRAIS | DARTY | **DARYL** | DAVID YURMAN | DEAFI | DEGRENNE PARIS | DEGUISETOI.FR | DEIN DESIGN | DÉKULPE | DELIVERME.CITY | DELIVEROO | DELSEY | DESJARDINS.FR | DEUTSCHE POST GLOBAL MAIL | DEVRED 1902 | DIAPOSITIVE | DIFY MUSIC | DIGITICK.COM | DIM - WONDERBRA - PLAYTEX | DIRECT PLANTES | DISTRIMED | DMP - INITIATIVES | DOMADOO | DPD | DRESSCODE BOUTIQUE | DS SMITH PACKAGING **E** E.LECLERC | EASY CASH | **EASY MH** | EASYCOM | EASYPARAPHARMACIE | EASYVOYAGES | EBAY.FR | E-CINEMA.COM | **ECOLOMIC** | EDEN PARK | EDITION PRESSE MAGAZINE 2000 (EPM 2000) | EDITIONS HARLEQUIN | EDREAMS ODIGEO | EDUMOOV | ELECTISSIME | ELSEVIER MASSON | EMBRYOLISSE | EMINZA | **EMOI EMOI** | E-MOOV SERVICES | EMRYS LA CARTE | ENTELECHARGEMENT.COM | ENVIE DE FRAISES | ENVOI DU MASQUE | **EPICERY** | EQUILIBRE-ET-INSTINCT.COM | ÉRAM | ERIC BUR | E-ROAD | ESPACE EMERAUDE | ETAC | ETHOCA | ETOFFE.COM | EURO MOTORS | EUROPROGRES / GROUPE IDAIA | EVE SLEEP FRANCE | EZI.CLEAN - E.ZILIGHT **F** FACIL'ITI | FAGUO | FALCONERI | FAMILLE MARY - ABELLIE | FAMILYVI | FD ECLAIRAGE | FÉDÉRATION FRANÇAISE DE FOOTBALL | FEDEX | FEMPO | **FENETRE DE TOIT EN LIGNE - LUXTRA FENETRE DE TOIT** | FEU VERT | FIMALAC ENTERTAINMENT RESSOURCES | FIOULMARKET.FR | FLEURANCE NATURE | FLEURS DE DRAGEES | FLOA | FLORANJOU | FM LOGISTIC | FNAC.COM | FOREVER LIVING | FORTUNÉO | FOTELEC | **FRANCE ACCESSOIRES** | FRANCE BILLET | FRANCE MINERAUX | FRANCOISE SAGET | FRANFINANCE | FRANKEL | FRANSAT | FRETLY | **FROM FUTURE** | FRONT-COMMERCE **G** GALERIESLAFAYETTE.COM | GAMM VERT | GÉMO | GEODIS | GIANT | GIRLS IN PARIS | GLOBE | GOLDEN GOOSE | GOLIATH-FRANCE | GOOGLE | **GORILLAS** | **GREADEN** | GREENWEEZ.COM | GROUPE 3SI | GROUPE DRAGON | GROUPE ERAM | GROUPE LAFUMA | GROUPE MDA GPDIS | GROUPE ROCHER | GROUPE SEB | GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES « CB » | GROUPEM COMMERCE | Groupon | GT GROUP **H** HACHETTE COLLECTIONS | HAGEN GROTE | **HAJDU** | HAPPYCHIC | HAVAS EDITION | HEINEKEN | **HIASECURE** | HIPAY FULLSERVICE | HISTOIRE D'OR | HOME CINE SOLUTIONS | HUDSON REED | HUGO PLANET | HYDROZONE | HYPNIA | IADVIZE.COM | IDGARAGES | **IFEELGOODS** | IFIT HEALTH - NORDITRACK | IHEALTH | IKEA | IKKS | IN GROUPE | **INAPA FRANCE** | INCENZA | **INCOMED** | INFOMIL | INTERDIT AU PUBLIC | INTERMARCHÉ | INTERMEDES |

INTERSHOP | **I-PERLES** | ISKN - TORI | ITL | **IZAC** | IZBERG | MARKETPLACE.COM | **J** JANE DE BOY | **JARDILAND** | JARDIMAGINE.COM - SERRES-LAMS.COM | JARDIN DECO | **JARDIN EN SCENE** | JEFF DE BRUGES | JENNYFER | **JOOM LOGISTICS** | JOUECLUB EXPRESS | JPG.FR | JULES - BRICE | JURA FRANCE | **JUSTOVERTHETOP - JOTT** | **KADALYS** | **K** KADOLIS | KALIDEA CE - KALIDEA PULSE - KALIDEA PME - TRIBALISTA | KANATA | **KÄRCHER** | KELELEK | KIABI | KICKERS | KIDSAROUND.COM | KLEIRE | KOX | KPMG FRANCE | KRISTEL | KUBII | KUMULUS VAPE | KUSMI TEA - LOV ORGANIC | **L** L.METAIRIE | LA BOULE NOIRE - OKARO | LA BOUTIQUE DU BOIS | LA CLÔTURE FRANCAISE | LA FOIR' FOUILLE | LA FOLLE JOURNÉE | LA FOURCHE | LA FRANCAISE DES JEUX | LA GRANDE ÉPICERIE DE PARIS | **LA HALLE** | LA HULOTTE | LA MESANGE | LA MODEUSE | LA POSTE | LA REDOUTE | LA REPRÉSENTATION FISCALE | LA SAMARITAINE | LA SEINE MUSICALE | **LA SULTANE DE SBA** | LA TRINITAINE | LA VIE NATURELLE | LABEL EMMAÜS | LABEL HABITAT | LABONNEPOMPE.COM | LABORATOIRE DENSMORE | LABORATOIRE IMMERGENCE | LABORATOIRE NATUR'AVIGNON | LABORATOIRES ILAPHARM SA | LABORATOIRES OZALYS | LABORATOIRES RIVADIS | LABORATOIRES YBELA | LABORATOIRES YVES PONROY | LACOSTE | LAFUMA MOBILIER | LAMBÉY | LASHILE BEAUTY FULL | LASTMINUTE.COM | LAURA KENT / MONA | LAVINIA | LDLC.COM - TOP ACHAT | LE BHV MARAIS | LE BON COIN | LE COIN DES CREATEURS | LE COMPTOIR DE BEBE | **LE FURET DU NORD - DECITRE - UCULTURE** | LE PETIT VAPOTEUR | LE PHILTRE ORGANIC VODKA | LEBONCOIN.FR - VIDEDRESSING | **LEDGER** | LEGALLAIS | LEMAIRE | LENTILLE-OPTICIENS | LENTILLES MOINS CHERES | L'ÉPICERIE DU CHATEAU | L'ÉPICIER GRAND CRU STRASBOURG | LEROY MERLIN | LES AUTHENTIQUES | LES DELICES DE L'OULIBO | **LES DUCS DE GASCOGNE** | LES FRENCHIES | LES TERRASSES D'ARAGON | LES TROPEZIENNES PAR M.BELARBI | LESFURETS.COM | L'ESPRIT LOCAL | L'EXCEPTION | LEXISNEXIS RISK SOLUTIONS | LG ELECTRONICS FRANCE | LIBRAIRIE MOLLAT | LIDL-VINS.FR | LINVOSGES | LIVERAMP FRANCE | LIZEE | LOBERON | LOC AND ROLL | L'OCCITANE - ERBORIAN - MELVITA | LOGICOR | LOISIRS ENCHERES | LOKEO.FR | LONGCHAMP | LÔU.YETU | LOUIS PION | LPEV | LUDOCARE | LUMINAIRE.FR | LYF | LYRA | MA BOUTIQUE O NATUREL | **M** MA GARANTIE 5 ANS | MABEO INDUSTRIES | MA-CAVE-A-VIN.FR | MACIF - MUTAVIE | MACOLLECTION.FR | MADE IN BÉBÉ - ALLO BÉBÉ | MADE IN BIO | MADE IN DESIGN | MADE.COM | MADELEINE | MAETVA AGENCES | MAISON PIGANIOL | MAISONDUGARDE-CORPS.FR | MAISONS DU MONDE | MAJE | MAJOREL | MALTERIES FRANCO BELGES | MANGOPAY | MANO MANO | MANTION SMT. | MANUCURIST | MANUTAN | MANUTAN COLLECTIVITÉS | MAOREDISCOUNT | MARE DI LATTE | MARGARET HOWELL | MARIA GALLAND | MARIANNE MELODIE | MARIONNAUD PARFUMERIES | MARKET INVADERS | MARS CHOCOLAT FRANCE | MASTERCARD | MATELPRO.COM | MATERIEL CHR PRO | MATERIEL SERVICE MEDICAL | MATHON | MATY | MAXIBURO | **MAXICOFFEE** | MECATECHNIC | MEDIAMETRIE | MEETIC | MELLOW YELLOW | MELTONIC | MEMOIRES D'OCEANS | MERCATEO | MERIBEL TOURISME | MES-DEUX-CHAUSSETTES.COM | METAPACK | **MIIDEX LIGHTING** | MILIBOO | MILLET - EIDER - LAFUMA | MINELLI | MIRAKL | MISENCIL | MISTER AUTO | MISTER FLY | MOBILIER PRIVE | MOBILIS | **MON ABRI DE JARDIN** | **MON LIT CABANE** | MONCANAPÉ.COM | MONDIAL CLOP | MONDIAL RELAY | MONEXT | MONNAIE DE PARIS | **MONT BLANC SPAS** | MONTLIMART | MOONSHOT-INTERNET. | **MORGAN** | MOVITEX | MR SURICATE | MULTI-MOTEUR.COM | **N** NAF NAF | NAÏTUP | NARS COSMETIC - MYBOUTIQUE-EMEA - SHISEIDO-FRIENDSFAMILY | SHISEIDO-AIRFREE - ULE BEAUTY | NATIXIS PAYMENT SOLUTIONS | NATURA | NATURABUY | NATURALIA | NATURE & DECOUVERTES | NESPRESSO | NEW OXATIS | NEWELL BRANDS | **NEWELL** | NEXWAY | NG FRANCE | NOCIBE | **NOOTICA** | **NORDIQUE FRANCE** | NUNNINGER | NUTRI & CO | **O** ODIORA | OFASPORTS | OFFICE TONER | **OMIE & CIE** | ONEDIRECT | ONEY BANK | ONEYTRUST | OPISTO | OR DU MONDE | ORANGE | ORCAM | ORCHESTRA - PREMAMAN | ORECA | OSCARO POWER | OSCARO.COM | OTELO | OXBOWSHOP.COM | OXYO-PNEUS.FR | **P** **PAACK** | PAGÈS | PAPRIKA | PAPSTAR | PARABOOT | PARADE | PARCELLAB | PARROT | PARTYLITE | PATRICK ROGER | PAUL DEQUIDT TORREFACTEUR | PAYPAL | PAYPLUG | PEARL DIFFUSION | PECHEUR.COM | PERNOD - RICARD | PETER HAHN | PETIT BATEAU | PHARMA-GDD.COM | **PHARMAZON** | PHOTOBOX | PHYTALLIANCE | PIER IMPORT | PIERRE RICAUD - ID PARFUM - DANIEL JOUVANCE | PIERRON | PILES MINUTES | PIN UP SECRET | PIXARTPRINTING | PIXMANIA GROUP | PLACE DES TENDANCES | PLANFOR | PLIM | PNEUS-ONLINE | POILÂNE | POMPE-MOTEUR.FR | **POTIONS** | POWER SANTE | PREMIÈRE CLASSE - CAMPANILE - KYRIAD - TULIP INN - GOLDEN TULIP - ROYAL TULIP | PRESTASHOP | PRETAMEUBLER.COM | PRICEMOOV | PRO-DUO | PROMOVILLES.FR | PROXIMIS | PUBLICATIONS AGORA | PUBLICIS DRUGSTORE | PURALLY | PURE | PURESSENTIEL | PYRENEX | **Q** QUADIANT | QUADIANT SHIPPING | QUAI WEST COMPOSITE | QUIKSILVER, ROXY, DC SHOES | **R** RAJA | RAKUTEN | RAVENE | RAVENSBURGER | RECOMMERCE SOLUTIONS | REED MIDEM | **RÉFÉRENCE SANTÉ** | RELAIS COLIS | REPETTO.FR | RESONEO | REUTER | REVAMP PROFESSIONAL | REWORLD MEDIA FRANCE | RITZ PARIS | RIXOS HOSPITALITY B. V. | RMN - GRAND PALAIS | RODIER | ROLAND BERGER | ROTHELEC | ROYAL CANIN | RS COMPONENTS SAS | RUDY'S | RUGBY DIVISION | **S** SALESFORCE | SALTO | SAM INTERNATIONAL | SAMSONITE | **SAMSUNG** | SAN MARINA | SANDRO | SANITAIRE. FR - ORCA | SANS COMPLEXE | SARENZA / MONOPRIX.FR | SAUHTON | **SAVEUR BIÈRE** | SAWIDAY.FR | **SCOOT ARTH** | SEALED AIR | SED LOGISTIQUE | SEDAGYL | SELECTION DU READER'S DIGEST | SELENCY | SENDCLOUD | SENIOR ET CIE SAS | SEPHORA | SERGE LUTENS | SERGENT MAJOR | SERVISTORES | SETAM | SEVELLIA | **SHADOW** | SHOPIFY.COM | SHOPPINGNATURE.COM | SHOWROOMPRIVE.COM | **SIGHTNESS** | SLENDERTONE | SMALLABLE.COM | SMART HOME | SMCP | SNCF CONNECT & TECH | SNOWLEADER.COM | SOCIÉTÉ BIC | SOCIETE DES AVIS GARANTIS | SOCIETE GÉNÉRALE | SOMIFY | SOS ACCESSOIRES | SOURCE CLAIRE | SPARKOW.COM | SPARTOO | SPRING | SQUIZ | STIGA | STORE-EN-STOCK.COM | **STORK EXPRESS** | STRIPE | STUART | SUNWEB GROUP FRANCE | SYRTALS SI | **T** TA SURPRISE | TALISMAN BY SAS | TARGET2SELL | TBS | TECHNI-CONTACT | TEEKERS | TEESTER | TÉLÉSHOPPING - EUROSHPPING - M6BOUTIQUE | TEMPS L - CONFORT ET VIE | TEREVA, MABEO | TEVEA INTERNATIONAL | TFOUMAX | THE CONRAN SHOP | THE OZ | THEMA DECO | THERMOMIX - KOBOLD | TIKAMOON.COM | TISALIA | TOC.FR | TODD | TOOTILA | TRANSAX | TRANSPORT-ONLINE.FR | TRESOR DU PATRIMOINE | **TRIGANO STORE** | **TRUCK BUS SERVICES** | TRUFFAUT E-COMMERCE | TRUSTED SHOPS | TWICPICS | **U** UBALDI | UBISOFT | UGAP | **UNIFAI** | **UNILABS** | **UNI-PRESSE** | USHIP | **V** V AND B | **V33 - LIBERON** | VANESSA WU | VBS HOBBY SERVICE | VEEPEE | VEGA | VEJASTORE | VELOBECANE | VENTEALAPROPRIETE.COM | VERIFONE/POINT TRANSACTIONS SYSTEM | VERONIQUE VITTAL | VERTBAUDET | VESTIAIRE COLLECTIVE | VIATRIS MEDICAL | VICTORIA SECRET | VILLA NOAILLES CENTRE D'ART D'INTERET NATIONAL | VINTED | VISA | VITAMIN SYSTEM | VITRINE MAGIQUE | VIVARTE SERVICES | VOSHUILES.COM | VOUSSERT | VPK DISTRIBUTION | VULCANET | **W** WALT DISNEY | WANIMO | WATCO | WEBHELP | WEBLOYALTY | WEEKENDESK.FR | WEIGHT WATCHERS | **WELCO.IO** | WELCOME OFFICE | WELCOMETRACK | WESTWING SAS | **WETHENEW** | WIDE | WILLEMSE FRANCE | WITT - MODA VILONA - HELLINE | **WIX.COM** | WOMANCORNER | WOODBRASS | WOODEEZ | WOOTBOX - PRESCRIPTIONLAB - POURDEBON - STORE 750 - WEAREFANS | WORLDLINE | **Y** YESCAPA | YUBO | **Z** ZABARNO | 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 liés 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 la 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
Juin 2022

Création graphique et réalisation : We Factory & Co

Crédits photo : Adobe Stock, Fevad, DR.

