

## CFHM : RESEAUX SOCIAUX

### Questionnaire

Un questionnaire portant sur un certain nombre d'actions collectives évoquées lors de la première réunion du groupe de travail CFHM "internet et réseaux sociaux », le 17 février dernier et visant à poursuivre le développement de la notoriété de l'horlogerie française, a été envoyé aux marques de montres. Nous invitons donc les marques concernées par ce document à nous transmettre leurs réponses le plus rapidement possible.

### Baselworld

A la demande de la CFHM, une équipe de la start up O'Lemon sera présente au salon mondial de l'horlogerie et de la bijouterie, Baselworld, du mercredi 16 (journée presse) au vendredi 18

mars, pour y réaliser une série de films et de photos qui seront diffusées durant toute sa durée sur la page facebook et le compte Instagram French Times In Paris. Quant à la page facebook CFHM, elle fera l'objet de reportages de la part de Mme Claudie Violette, également présente au salon du 16 au 18 mars.

### Promotion 2016

Enfin, nous tenons à rappeler aux marques horlogères qu'elles peuvent nous adresser un calendrier de leurs différentes opérations publicitaires, commerciales et de sponsoring programmées en 2016, avec photos et films, afin que nous puissions les mettre en ligne sur les réseaux sociaux French Times in Paris et CFHM.

### Pages Facebook :

- CFHM (institutionnelle) : <https://www.facebook.com/frenchtimesparis/?fref=tss>
- French Times in Paris (public moins de 30 ans) : <https://www.facebook.com/French-times-in-Paris-906729009379629/?fref=ts>

Compte Instagram : [https://www.instagram.com/french\\_times\\_paris/](https://www.instagram.com/french_times_paris/)

## EDI HORLOGERIE

Une réunion s'est tenue mardi 8 mars 2016, à Paris, afin d'examiner l'évolution du contrat avec la société prestataire SRCI qui a mis en œuvre l'échange de données informatisé (EDI) pour l'horlogerie. Un représentant des distributeurs de l'Union de la Bijouterie Horlogerie (UBH) y assistait.

Les participants ont notamment évoqué la décision du conseil d'administration de la CFHM du 3 juillet 2015 qui prévoit la répartition de 50% du budget au prorata des volumes échangés par les marques avec leurs distributeurs.

Une nouvelle réunion sera organisée début avril pour envisager un élargissement de l'EDI horlo-

gerie à un panel plus large de distributeurs. Celle-ci réunira :

- des représentants de l'UBH,
- des marques de la CFHM adhérentes à l'EDI horlogerie,
- la société SRCI et les principaux prestataires de logiciels pour les distributeurs.

L'objet de cette séance sera d'examiner les questions relatives aux codifications de la nomenclature horlogère et à l'élaboration de la fiche produits (informations et images à y faire figurer) ainsi que les obligations liées à la facturation numérique.

>>>

**E-COMMERCE : BILAN 2015**

64,9 milliards € : c'est le montant des dépenses effectuées par les Français sur internet en 2015 ; ce qui représente une hausse de 14,3% par rapport à 2014, selon les chiffres de l'année écoulée de la Fevad\* qui a également mis en évidence une augmentation de 19% du nombre de transactions passant ainsi de 700 millions à 835 millions.

L'étude rend également compte d'une forte progression des ventes sur les 9 premiers mois de l'année. Les seules ventes de produits et de services effectuées pour Noël (novembre et décembre) ont affiché une hausse de 12% (12,8 milliards €).

En 2015, le panier moyen a été de 78 €, ce qui constitue pour la Fevad le montant le plus bas jamais enregistré. Selon la fédération, « *cette baisse confirme la normalisation de l'achat en ligne qui se rapproche ainsi chaque année un peu plus du montant moyen des achats réalisés par les Français sur les autres circuits de commerce.* »

Si ce panier annuel a subi une baisse, il n'en est pas de même pour le nombre d'acheteurs (+2,3 millions sur un an). Ces derniers ont réalisé

en moyenne 23 achats en 2015, soit près de 2 achats par mois, pour une valeur de 1780 € en hausse de 8,5% par rapport à 2014. Sur les quatre dernières années, l'étude observe une augmentation de la fréquence d'achat (+68%), du montant moyen dépensé (+45%) et du nombre d'acheteurs (+20%).

Cette dynamique en a entraîné une autre, celle qui concerne la création des sites marchands : 25 000 sites supplémentaires ont vu le jour en 2015 (+16%). « Un record historique » selon la Fevad. Depuis 2010, le nombre de sites de vente actifs a bondi de 122% pour atteindre en 2015 182 000.

Les chiffres recueillis par la Fevad auprès des sites marchands et des plateformes de paiement sécurisées permettent d'observer notamment le fait que « *les ventes sur l'internet mobile (smartphones et tablettes, sites mobiles et applications hors téléchargements d'application et hors ventes sur les places de marchés) ont progressé de 39% en un an. Le marché peut être estimé à plus de 6 milliards d'euros soit 10% du marché e-commerce.* ».

\*Fédération du e-commerce et de la vente à distance - [www.fevad.com](http://www.fevad.com)  
Etude présentée le 28/01/2016 au ministère de l'économie et de l'industrie

**PARITE DE L'EURO**

avec le dollar US, le franc suisse, le yen, la livre sterling, le dollar de Hong Kong et le yuan chinois.

Devises	du 01/03/15 au 29/02/16		Cours moyen		Valeur en douane*
	Cours le plus haut	Cours le plus bas	Du 01/01/16 au 31/01/16	Du 01/02/16 au 29/02/16	du 01/03/16 au 31/03/16
1 USD	0,9477 (13.04.15)	0,8691 (25.08.15)	0,9208	0,9015	0,8980
1 CHF	0,9754 (21.04.15)	0,8953 (04.02.16)	0,9140	0,9076	0,9063
100 JPY	0,8139 (24.02.16)	0,7119 (04.06.15)	0,7793	0,7853	0,7868
1 GBP	1,4362 (05.08.15)	1,2669 (24.02.16)	1,3252	1,2893	1,2848
1 HKD	0,1223 (13.04.15)	0,1121 (25.08.15)	0,1183	0,1158	0,1153
1 CNY	0,1526 (13.04.15)	0,1341 (11.02.16)	0,1401	0,1376	0,1376

\* Valeur approximative calculée à partir du taux de change de l'Euro avec les autres devises. ■

Lus sur [www.lesechos.fr](http://www.lesechos.fr) (10/03/2016)

## Zara mise sur l'e-commerce et des magasins plus grands

[http://www.lesechos.fr/journal20160310/lec2\\_industrie\\_et\\_services/021754806021-zara-mise-sur-le-commerce-et-des-magasins-plus-grands-1205980.php](http://www.lesechos.fr/journal20160310/lec2_industrie_et_services/021754806021-zara-mise-sur-le-commerce-et-des-magasins-plus-grands-1205980.php)

Lu sur [www.lesechos.fr](http://www.lesechos.fr) (09/03/2016)

## La franchise, formule anticrise pour les franchisés comme les franchiseurs

[http://www.lesechos.fr/journal20160309/lec2\\_industrie\\_et\\_services/021751129234-la-franchise-formule-anticrise-pour-les-franchises-comme-les-franchiseurs-1205684.php](http://www.lesechos.fr/journal20160309/lec2_industrie_et_services/021751129234-la-franchise-formule-anticrise-pour-les-franchises-comme-les-franchiseurs-1205684.php)