



déontologie

Charte de qualité
de la vente à distance



Charte de qualité de la vente à distance

Préambule

La vente à distance a changé. Elle bénéficie des moyens modernes de communication et de diffusion : Téléphone, Minitel, Audiotel, Internet, réseaux hertziens et câblés...

L'utilisation de ces moyens et le souhait de renforcer l'efficacité du dialogue avec le client, dans l'optique toujours de mieux le satisfaire, ont amené les entreprises adhérentes de la Fédération des Entreprises de Vente à Distance à s'engager sur 35 points formant la Charte Qualité de la profession.

1 - Engagement de la vente à distance

Satisfait ou Remboursé

Principe intangible de la vente par correspondance et à distance. Dans le cadre réglementaire défini, les entreprises adhérentes s'engagent à accepter tout produit retourné dans son emballage d'origine dans les 7 jours suivant sa réception par le client.

Cette disposition ne s'applique pas pour les produits immédiatement reproductibles descellés ou nettement personnalisés ainsi que pour les services dont l'exécution a commencé avant la période de 7 jours.

Si le client a déjà payé tout ou partie du produit ou du service, le remboursement sera effectué.

1. Le délai de remboursement ne dépassera pas 15 jours après le retour réceptionné du produit dans l'entreprise.
2. Le principe est le remboursement du client. Lorsqu'un avoir est proposé au client, cette proposition devra être assortie d'une information claire sur sa possibilité d'obtenir, sur demande, un remboursement.
3. En cas de proposition d'un article de substitution, dont les caractéristiques et le prix seront au minimum équivalents à ceux du produit commandé, le client sera informé de la possibilité de se faire rembourser son article initial, frais de retour éventuels inclus.
Ces articles ne pourront être adressés que si une information de cette possibilité a été mentionnée dans l'offre initiale ou préalablement à leur envoi.
4. Lorsqu'un client retourne un article qu'il a payé et en demande le remboursement les modalités suivantes seront applicables :
 - ▶ Colis retourné sans avoir été ouvert : remboursement du colis et des frais d'envoi éventuels.
 - ▶ produit retourné de la volonté du client : remboursement du produit, frais de retour à sa charge.
 - ▶ produit retourné du fait de la responsabilité de l'entreprise : remboursement du produit, des frais d'envoi et de retours éventuels.

Information sur les délais et la disponibilité

5. Chaque entreprise indiquera au client, dans son offre initiale, un délai moyen de livraison, selon des modalités adaptées à chaque type de produit ou service, définies dans le référentiel détaillé par type de produit ou de service, élaboré au niveau professionnel.
6. En tout état de cause, le client utilisant une technologie de communication interactive : Téléphone, Minitel, etc. pour passer commande sera clairement informé sur la disponibilité et le délai de livraison du produit ou service commandé.
7. Les entreprises livreront les produits commandés dans un délai maximum de 30 jours, à moins d'une information différente au moment de la prise de commande ou dans les conditions générales de vente.

8. Dès lors qu'il apparaît que le délai initial annoncé sera dépassé, une offre claire d'un nouveau délai avec proposition d'annulation et/ou de remboursement sera faite au client.

Cette proposition sera communiquée au client avant la fin du délai initial annoncé.

Information sur les produits et les services offerts

9. Les entreprises veilleront à assurer une cohérence entre l'offre et le produit ou service proposé, afin de renseigner au mieux le client sur leurs caractéristiques et leur qualité.
10. Elles veilleront à prévoir l'existence, dans l'offre, dans un élément pouvant être conservé par le client, ou au plus tard à la livraison, des modalités essentielles de la commande.
11. Toute entreprise disposera de conditions générales de vente mentionnées soit dans l'offre soit accompagnant la livraison du produit ou du service.
12. Elles donneront les coordonnées téléphoniques, fax et géographiques du service client dans l'offre.
13. Elles offriront, sauf justification :
- ▶ au moins un mode de commande interactif (Téléphone, Minitel, etc.)
 - ▶ plus d'une modalité de paiement.
 - ▶ la livraison à domicile dans le choix des lieux de livraison.

Mise en œuvre de la garantie et du service après vente

14. Tout produit technique offert bénéficiera d'une garantie contractuelle sous la responsabilité de l'entreprise, qui assurera sa mise en œuvre si le Service Après Vente est assuré par un tiers.
15. Cette garantie contractuelle précisera :
- ▶ la durée
 - ▶ l'objet
 - ▶ les conditions
 - ▶ l'étendue territoriale
 - ▶ les modalités de solution (réparation ou échange).

Règlement des litiges

16. Chaque entreprise met à la disposition des clients un "service client".
17. Ce service client sera accessible, pendant les heures ouvrables, par téléphone, par fax ou autre moyen de communication interactive.
18. Une réponse sera donnée à toute demande d'information quelles qu'en soient les modalités : lettre, télématique ou appel téléphonique.
19. Il sera indiqué dans toute réponse l'identification de la personne ayant assuré le traitement de la réclamation ou du litige.
20. Les entreprises s'engagent à rappeler ou à écrire au client même s'il n'y a pas de solution immédiate à la réclamation émise.
21. Le traitement des réclamations sera effectué dans les 10 jours à partir du jour de leur réception dans l'entreprise. Si une solution n'est pas possible dans ce délai, un accusé de réception sera adressé au client avec une indication sur le délai de traitement.

2 - Engagement en matière de protection des données

Engagements relatifs à la protection des données à caractère personnel (Extraits du Code de Déontologie des Professionnels du Marketing Direct vis à vis de la Protection des Données à Caractère Personnel)

22. La collecte de données à partir de sources publiques ou publiées doit se faire en conformité avec la réglementation en vigueur et avec les licences d'exploitation des dites données et fera l'objet d'une information des personnes concernées, qui est à mettre en œuvre à la première utilisation de ces données.
23. Dans le cas de la collecte de données directement auprès des clients et prospects il leur sera clairement indiqué par une phrase dans l'offre de vente :

- ▶ qu'ils bénéficient d'un droit d'accès et de rectification aux données personnelles les concernant.
 - ▶ qu'ils peuvent s'opposer à ce que leurs nom et adresse soient cédés à des tiers et ce préalablement à la première cession
24. Les entreprises s'engagent à n'utiliser que des bases de données ou fichiers extérieurs conformes aux dispositions réglementaires et régulièrement déclarés à la CNIL, en demandant copie du récépissé que l'entreprise a reçue de la CNIL.
 25. Les entreprises veilleront à demander communication des documents de prospection préalablement à toute cession de données, qu'il s'agisse d'opérateurs français ou étrangers.
 26. Elles veilleront à refuser toutes mises à disposition d'adresses à des offres non conformes à la déontologie ou de nature à nuire à l'image de leur entreprise et/ou de la profession.
 27. Elles veilleront à attribuer la responsabilité des questions concernant la protection des données à caractère personnel à une personne nommément désignée.
 27. Les entreprises s'engagent à n'utiliser que des listes extérieures préalablement "expurgées" de la liste d'opposition dite " Liste Robinson - Stop Publicité".
Les entreprises prospectant par e-mailing s'engagent à utiliser la Liste E-Robinson.
 29. Les entreprises mettront en oeuvre des moyens nécessaires pour prendre en compte la volonté des personnes de ne pas être prospectées, que ces personnes en aient fait directement (à l'entreprise ou à l'association) ou indirectement (via la Liste Robinson/Stop Publicité) la demande.
 30. Les entreprises veilleront à ne mettre d'adresses à la disposition de tiers que sur la base d'un contrat écrit, mentionnant bien la finalité et les conditions d'utilisation , après que les clients aient été clairement informés du principe et aient pu éventuellement s'y opposer.

3 - Autres engagements spécifiques

31. Contrefaçon : Les entreprises veilleront à s'assurer, auprès de leurs fournisseurs, que tous les produits proposés sont en conformité avec les dispositions légales sur la contrefaçon.
32. Clause sociale : Les entreprises veilleront à s'assurer, auprès de leurs fournisseurs, que les produits proposés ont été fabriqués par une main d'œuvre travaillant dans des conditions conformes aux législations sur le travail des pays concernés.
33. Sécurité du fait du produit : Les entreprises veilleront à:
 - ▶ s'assurer, auprès de leurs fournisseurs, que tous les produits proposés sont conformes aux normes et règlements en vigueur en matière de sécurité,
 - ▶ informer clairement les utilisateurs.
34. Protection de l'Environnement : Les entreprises adhérentes s'engagent à analyser l'impact de leur exploitation sur l'environnement : consommations intermédiaires, éléments recyclables, énergie...
35. Vente sur Internet - L@belsite : Les entreprises adhérentes vendant à distance via internet, veilleront à respecter les engagements contenus dans les Règles d'Habilitation pour l'obtention du sceau L@belsite.

Référentiel

L'ensemble des engagements développés ci-dessus fait l'objet d'un référentiel détaillé, interne aux entreprises, qui adapte ces principes à chaque forme de vente à distance, ainsi que leur mise en oeuvre.

Mise en application

Les entreprises vendant à distance via Internet, auront un an à compter du 7 juin 2000 pour se mettre en conformité avec la règle 35 sur L@belsite.

