

Code de conduite de vente directe en face à face

1. Introduction

En concertation avec le ministre en charge de la consommation, l'asbl BDSO (Belgian Direct Sales Organisation) a rédigé le présent code de conduite visant à mettre en place une relation durable entre les Direct sales-Partners, leurs vendeurs, leurs commanditaires et les clients. Le Code de conduite contribue à cette relation durable par le biais de plusieurs règles de conduite qui, en complément de la législation, en particulier les dispositions légales consignées dans les livres VI et XIV du Code de droit économique, garantissent un traitement approprié des clients.

De par leur affiliation, les membres de la BDSO s'engagent à respecter scrupuleusement les présentes règles de conduite, que la vente directe soit organisée par leurs propres travailleurs ou sous-agents, ou pour un commanditaire.

Au niveau de la vente directe au consommateur, ces règles constituent un code de conduite tel que défini dans le Code de droit économique. Le non-respect de ce code constitue une pratique commerciale déloyale à l'égard du consommateur, conformément à l'article VI.98 du Code de droit économique, pouvant être passible de poursuites pénales.

Concernant la vente directe aux entreprises, les infractions à ce code de conduite peuvent être considérées comme actes contraires aux pratiques loyales du marché comme prévu par l'article VI.104 du Code de droit économique.

2. Définitions

Les définitions suivantes s'appliquent au code de conduite :

- a) vente directe : l'offre de vente directe et la vente directe de produits aux clients, qui ne sont pas des ventes à distance et qui n'ont pas lieu dans un établissement de l'entreprise dont les produits sont proposés ou vendus ;

pour que le présent code de conduite s'applique, sont notamment qualifiées de ventes directes, l'offre et la vente de produits :

- à l'adresse du client,
- à l'adresse d'un autre client,
- sur le lieu de travail du client,
- sur la voie publique,
- dans l'établissement d'une autre entreprise que celle dont les produits sont proposés ou vendus,
- à tout autre endroit qui n'est pas un établissement fixe, tel que défini dans le Code de droit économique.

b) Direct sales-Partner : l'entreprise se présente chez un client en vue d'une vente directe, que cette vente concerne ses propres produits ou les produits d'un autre commanditaire ;

vendeur : le collaborateur, contractant indépendant ou sous-agent du Direct sales-Partner, se présente chez le client en vue d'une vente directe ;

c) produit : chaque bien et chaque service tel que défini dans le Code de droit économique ;

d) client : chaque personne à qui s'adresse la vente directe, qu'il s'agisse d'une personne physique ou morale, un consommateur tel que défini dans le Code de droit économique ;

e) commanditaire : toute entreprise et organisation qui fait appel à un Direct sales-Partner en vue de la vente directe de ses produits.

3. Contact avec le client

Le Direct sales-Partner et le vendeur ne s'adressent pas au client en dehors des heures légalement fixées, et en aucun cas avant 9 h et après 20 h. Lorsqu'une heure a été convenue avec le client pour la discussion de vente, l'heure convenue est scrupuleusement respectée ; dès que le vendeur se rend compte qu'il ne peut pas respecter l'heure de rendez-vous fixée, il en avise le client.

Le Direct sales-Partner, son contractant indépendant ou son sous-agent qui convient des rendez-vous par téléphone pour les discussions de vente, consulte au préalable la liste de personnes ne souhaitant plus être contactées (Do Not Call Me) par l'ASBL et ne compose aucun des numéros figurant sur cette liste. Lorsque pendant l'entretien téléphonique, le client indique qu'il ne souhaite pas recevoir de visite ou qu'il a déjà exprimé son avis à ce sujet par un autre biais, le Direct sales-Partner respecte son souhait.

Si le vendeur constate que le client ne souhaite pas de visite en vue d'une vente directe, il s'abstient de toute discussion de vente avec ce client et n'effectue aucune tentative pour engager une telle conversation. Aucune visite ne sera donc réalisée au domicile, au logement ou à la propriété d'un client, lorsqu'il a clairement été indiqué que les visites en vue d'une vente directe ne sont pas souhaitables¹.

Dès que le client montre qu'il souhaite mettre fin au contact ou qu'il vous fait sentir que la présence du vendeur est dérangeante, indésirable ou inappropriée, ce dernier met fin à la discussion de vente et quitte immédiatement la propriété du client.

Lorsque le client n'est manifestement pas capable de comprendre la portée du contact ou de la discussion de vente, le vendeur y met immédiatement fin et quitte la propriété. Ce cas se présente notamment lorsque le client ne maîtrise pas la langue ou lorsqu'il présente des déficiences (visuelles, auditives, etc.). Le vendeur n'abuse pas de la faiblesse du client et fait tout particulièrement preuve de réserve à l'égard des moins valides, des personnes âgées, défavorisées et illettrées. En cas de doute

¹ notamment un autocollant apposé visiblement « Stop – pas de vente à domicile »

sur la majorité du client, le vendeur se renseigne sur son âge. Lorsque le client a moins de 18 ans, le vendeur met fin au contact et quitte la propriété.

Le Direct sales-Partner, son contractant indépendant ou son sous-agent aborde le client dans l'une des trois langues nationales et parle la langue choisie par le client lors de la discussion de vente. Lorsque le client ne comprend pas suffisamment bien la langue employée par le vendeur, le contact est interrompu et le vendeur quitte la propriété.

4. Discussion de vente

Le vendeur entame la discussion de vente en mentionnant les informations suivantes :

- a) son prénom et son nom ;
- b) le nom du Direct sales-Partner dont il est le collaborateur, le contractant indépendant ou le sous-agent ;
- c) le cas échéant, le nom du commanditaire ;
- d) l'objet de la discussion de vente ;
- e) le produit faisant l'objet de la discussion.

À ce moment, il fournit au client un document qui, en plus des renseignements énumérés sous a), b) et c), reprend également l'adresse du Direct sales-Partner et du commanditaire et leurs numéros de téléphone ou le numéro de téléphone du service à la clientèle, le cas échéant. Sous réserve d'acceptation du client, ce document peut également être fourni par le biais d'un autre support durable.

Le vendeur fournit au client un récapitulatif des informations prescrites par la législation, en particulier celles prévues par le livre VI du Code de droit économique. Tout au long de la discussion de vente, il s'exprime de façon claire et évite que les informations soient mal comprises ou que le client fasse des suppositions erronées, surtout concernant des avantages ou économies potentielles par rapport à un contrat existant qui lie le client ou à l'égard d'offres de la concurrence. Lorsqu'un devis est établi au cours de la discussion de vente, le client reçoit un document reprenant le prix total, le détail du calcul ainsi que tous les paramètres entrant en ligne de compte pour effectuer ce calcul. Sur ce document doit être mentionné le nom du vendeur, la date ainsi que la signature du vendeur.

Sous réserve d'un accord préalable du client ou lorsque les moyens utilisés pour effectuer le calcul ne permettent pas de remettre ce document sur place, ces informations peuvent être communiquées via un autre support durable, à condition de le faire dans les plus brefs délais.

Pour fournir des informations sur les produits et leur prix et pour établir un devis, le vendeur se réfère aux données les plus récentes du Direct sales-Partner ou de son commanditaire.

Lorsque le contrat proposé entraîne un engagement à plus long terme (à durée déterminée ou indéterminée) pour le client, le vendeur se renseigne sur l'existence d'un contrat éventuellement en cours. Quel que soit le cas, il indique au client que si un contrat concernant un produit totalement ou partiellement identique ou similaire est déjà en cours, la résiliation de ce contrat en vigueur risque d'entraîner des coûts ou des conséquences préjudiciables pour le client.

Lorsque le contrat proposé entraîne un engagement à plus long terme (à durée déterminée ou indéterminée) pour le client, le vendeur l'informe expressément et sans ambiguïté de cette durée ou de la durée minimale à laquelle il s'engage.

Avant que le client ne s'engage, le vendeur l'informe expressément de son éventuel droit de rétractation. Dans l'affirmative, il lui indique précisément la date de début du délai de rétractation en fonction du produit faisant l'objet du contrat. Il mentionne également la manière dont le droit de rétractation peut être exercé.

5. Conclusion du contrat

Avant la conclusion du contrat avec le client, ce dernier doit avoir été informé qu'en le signant, il passe un accord contraignant avec le Direct sales-Partner ou son commanditaire, sous réserve de l'exercice éventuel du droit de rétractation.

Le contrat ou le bon de commande établi, lorsque le client confirme sa décision d'achat, est rédigé dans la même langue que celle employée lors de la discussion de vente, pour autant qu'il s'agisse d'une des langues nationales.

Lorsque le Direct sales-Partner travaille pour un commanditaire, son contractant indépendant, son sous-agent ou lui-même, il utilise les documents contractuels prévus par le commanditaire.

Le contrat ou le bon de commande est complété de manière lisible et mentionne le nom et le prénom des signataires du document. L'exemplaire destiné au client ainsi que celui destiné au vendeur doit être clairement lisible. Il est remis au client sur place, à moins que le client accepte de le recevoir par le biais d'un autre support durable, auquel cas, cela devra se faire dans les plus brefs délais.

Le document de vente mentionne expressément si le client dispose ou non d'un droit de rétractation. Dans l'affirmative, la date de début du délai de rétractation est clairement indiquée en fonction du produit faisant l'objet du contrat.

Lorsque par la suite, le commanditaire doit lui-même confirmer le contrat par écrit, par le biais d'un courrier personnellement adressé au client (courrier ou tout autre support durable), le vendeur en informe le client.

Le vendeur veille à ce que le client ait bien compris :

- a) qu'il a signé un contrat et qu'il s'est dès lors engagé à effectuer un paiement ;
- b) avec quel Direct sales-Partner ou commanditaire il a conclu le contrat ;
- c) la date prévue d'entrée en vigueur ou d'exécution du contrat conclu ;
- d) s'il dispose ou non d'un droit de rétractation, et dans l'affirmative, la précision du délai de rétractation exact, la date d'entrée en vigueur et la procédure à suivre pour permettre au client de renoncer à son contrat ;
- e) que le Direct sales-Partner ou son commanditaire auprès duquel le contrat a été conclu, se charge de l'annulation du contrat en cours, ou selon le cas, que le client doit lui-même se charger de résilier son contrat en cours.

6. Fin de la discussion de vente

Au terme de la discussion de vente, même en l'absence d'accord d'achat, le vendeur remet au client un document reprenant les différentes étapes abordées au cours de l'entretien. Le cas échéant, ce document mentionne la relation existant entre lui et son commanditaire.

Le document reprend les coordonnées auxquelles le client peut s'adresser en cas de questions, remarques ou plaintes au sujet de la discussion de vente.

Ce document stipule explicitement que le Direct sales-Partner a signé le code de conduite de « vente directe en face à face » et la façon dont le client peut en prendre connaissance. Si le client le souhaite, il en reçoit un exemplaire écrit ou sur tout autre support durable de son choix.

7. Vie privée

Lorsque le Direct sales-Partner ou son commanditaire souhaite utiliser les données personnelles du client à d'autres fins que l'exécution du contrat passé, le vendeur explique au client à quelles fins et lui indique ses droits légaux concernant la protection de sa vie privée.

8. Publication de l'adhésion au code de conduite

Le Direct sales-Partner qui adhère au présent code de conduite le signale sur son site Web de manière bien visible et facilement accessible. Dans ce cadre, il reprend le texte du présent code de conduite ou y fait référence par le biais d'un lien vers la page Web correspondante de l'asbl BDSO.

9. Respect du code de conduite

Lorsque le Direct sales-Partner fait appel à des contractants indépendants ou des sous-agents, il veille à ce que ces derniers respectent aussi strictement les règles de conduite suivantes. Pour ce faire, il prévoit les dispositions nécessaires dans ses contrats avec ses contractants indépendants ou sous-agents.

Le Direct sales-Partner qui s'engage à respecter le présent code de conduite en informe chaque commanditaire (potentiel) et lui indique les engagements pris. Il veille à ce que son contrat avec un commanditaire ne contienne aucune disposition contraire au présent code de conduite.

Les Direct sales-Partners veillent, éventuellement avec leurs commanditaires, à ce que leurs vendeurs reçoivent une formation permanente suffisante au sujet du présent code de conduite, au sujet des dispositions légales en matière de vente en dehors des établissements et concernant les produits qu'ils vendent.

Les Direct sales-Partners contactent aléatoirement les clients approchés pour une vente directe, en vue de déterminer si les vendeurs agissent bien conformément au code de conduite et interviennent rapidement en cas d'éventuels problèmes.

Les Direct sales-Partners qui s'engagent à respecter le présent code de conduite, acceptent que l'asbl BDSO puisse surveiller son respect et éventuellement sanctionner ses membres. Pour ce faire, ils acceptent de centraliser toutes les plaintes reçues concernant leurs ventes directes. Ils transmettent ces données à l'asbl BDSO. Ils traitent les plaintes dans un délai de 14 jours civils et remettent à l'asbl BDSO une copie de leur réponse à la plainte. Ils tiennent toutes les informations supplémentaires à la disposition de l'asbl BDSO afin qu'elle puisse surveiller le respect du code de conduite.

L'Inspection économique peut, sur la base du Code de droit économique, surveiller le respect des dispositions du présent code de conduite par les signataires.

10. Évaluation

Chaque année, le présent code de conduite est évalué, de même que son application. Lors de cette évaluation, le SPF Économie et les représentants des organisations de consommateurs sont également impliqués.