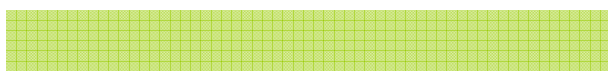




CHARTE
DÉONTOLOGIQUE

Marque Benelux « eTIC »

VERSION N°5, adoptée par le Conseil de surveillance en date du 12/4/2011





Préambule

Le secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (T.I.C.) est souvent mal connu par les entreprises et les organisations susceptibles de les utiliser. Cette méconnaissance concerne non seulement les matières traitées mais aussi la manière de travailler de ces spécialistes. De plus, un grand nombre de prestataires sont apparus sur le marché ces dernières années, augmentant d'autant la confusion des utilisateurs potentiels. Cette situation engendre une certaine méfiance envers l'ensemble du secteur qui rejailit individuellement sur chacun des prestataires, fréquemment sans lien direct avec la qualité du service qu'ils proposent effectivement ou avec leurs capacités techniques réelles.

L'objectif de cette Charte Déontologique est de fournir aux prestataires comme à leurs clients potentiels **une base d'échange** explicite qui décrit de manière précise les règles de conduite que les fournisseurs signataires s'engagent volontairement à respecter dans le cadre d'une relation commerciale. Cet engagement est matérialisé par le droit d'utiliser la marque déposée collective « eTIC » par les signataires de la Charte (fournisseurs du secteur des T.I.C.). Il vise à établir une relation client-fournisseur de qualité dans des conditions décrites clairement.. La Charte vise également à donner aux fournisseurs signataires, par leur adoption de la Charte, un atout commercial et un avantage concurrentiel par cet engagement déontologique au niveau de la qualité de l'approche du client, du traitement et la satisfaction de son besoin, de la gestion et du règlement des problèmes.



La portée de la Charte

La marque « eTIC » couvre l'ensemble du Benelux, mais la zone de couverture opérationnelle est actuellement la Belgique et le Grand Duché du Luxembourg.

La Charte Déontologique porte sur l'ensemble des relations commerciales et contractuelles négociées entre un client et un fournisseur du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication.

Elle ne peut par contre s'appliquer si la procédure d'attribution du marché choisie par le client ne permet pas de négociation bilatérale ou ne tient pas compte d'un critère du type «engagements de qualité de relation contractuelle» (ex : adjudication ou appels d'offres ne prenant pas en considération un tel critère).

On entend par **relations commerciales et contractuelles** tout échange entre le fournisseur et son client : conseils, documentations, courriers, offres, contrats.

Les clients concernés sont toutes les PME, les indépendants, associations sans but lucratif et les organismes publics utilisant les T.I.C. et qui ont leur siège social (ou un siège d'exploitation) situé dans la zone de compétence territoriale opérationnelle de la Charte. Les consommateurs (utilisateurs non professionnels) ainsi que les grandes entreprises (effectifs > à 250) et sociétés multinationales ne sont pas concernés par cette Charte.

Les fournisseurs concernés par cette Charte sont les personnes morales et physiques qui, quelle que soit leur taille, sont actifs commercialement dans le secteur des T.I.C. dans la zone de compétence territoriale opérationnelle de la Charte.

Par secteur des T.I.C., on entend toute fourniture matérielle ou immatérielle ainsi que les prestations de services. Il pourra s'agir, sans souci d'exhaustivité, d'activités liées à la réalisation ou à l'hébergement de site Internet, de la fourniture de contenu, de la réalisation ou de la gestion d'un réseau informatique, de la vente, de l'entretien ou de la réparation de matériel informatique («hardware»), de la réalisation ou de l'amélioration de logiciel informatique («software»), de conseils,...



Les clauses de la Charte Déontologique

La Charte se veut être un code de bonne conduite professionnalisant la gestion de la relation client dans le domaine des T.I.C. Les fournisseurs signataires volontaires sont liés par les clauses suivantes et ont déclaré s'engager à les respecter au bénéfice de leur clientèle. Ils se référeront autant à l'esprit qu'à la lettre de ces clauses. En cas de problème ou de litige sur l'exécution du contrat, ils auront une attitude conciliante. Ils privilégieront la satisfaction du client et la bonne fin du contrat dans des délais qui ne risquent pas de compromettre le projet souhaité par le client. Si un litige apparaît, ils privilégieront le recours à la médiation avant d'intenter des actions en justice.

1 • Adéquation du service par rapport au client

Le fournisseur a la responsabilité de proposer et de fournir les biens ou services en adéquation avec les besoins du client, besoins que ce dernier se doit d'exprimer clairement (besoins actuels et évolutions prévisibles).

Si les besoins exprimés par le client ne sont pas clairs, suffisamment complets ou directement exploitables, il appartient au fournisseur d'aider le client, par les moyens les plus adéquats et suivant des conditions à convenir, à exprimer les besoins ainsi que leur évolution prévisible.

En cours d'élaboration du projet, le fournisseur s'assurera auprès de son client et à intervalles réguliers de la continuité de l'adéquation entre les produits/services fournis et les besoins exprimés.

2 • Ampleur du projet

L'ampleur du projet est clairement définie, les limites et les exclusions sont précisées.

L'offre ou le contrat préciseront explicitement le contenu du projet en termes de fournitures et de livrables. Les exclusions et options apparaîtront clairement.

Les mises à disposition ou fournitures à charge du client devront être listées avec indication de la date ou du moment de mise à disposition.



Si une fourniture ou une mise à disposition du client est critique par rapport au délai, l'offre ou le contrat mentionnera cette criticité.

3 • Maîtrise des coûts et des délais

Le client doit pouvoir connaître le budget global et le délai qui sont nécessaires pour couvrir ses besoins exprimés. Les prix sont exposés clairement et sans ambiguïté.

Le fournisseur fera clairement apparaître les coûts non récurrents ainsi que les coûts récurrents, de même que leur durée.

Le fournisseur prend en charge les éventuels coûts récurrents de sa fourniture si ceux-ci n'ont pas été signalés dans l'offre ou dans le contrat.

Toute évolution du prix, en cours d'exécution du contrat, est précisée ainsi que la formule de cette évolution.

Si en cours de projet, des accords de la part du client sont requis, ceux-ci sont précisés et un délai de réponse est indiqué.

4 • Responsabilités

Le fournisseur est responsable de la bonne exécution du contrat par son personnel ou par ses éventuels sous-traitants. Il doit veiller, régulièrement, à faire valider ses livrables intermédiaires par le client.

Le client est quant à lui responsable de définir ses besoins actuels et leur évolution prévisible. Il est responsable de communiquer à son fournisseur toute évolution de ces besoins en cours de contrat. Il est, enfin, responsable de respecter ses obligations contractuelles.

5 • Ressources disponibles

Le fournisseur annoncera à son client les ressources et les qualifications dont lui et ses sous-traitants éventuels disposent pour réaliser le projet.



Le fournisseur informera clairement le client de la part de marché qui sera sous-traitée.
Le fournisseur (Prime contractor) garde la responsabilité entière du projet, même de ce qui est sous-traité

6 • Pérennité ou portabilité de la solution ou du service

Le fournisseur indiquera au client les mesures qu'il met en oeuvre pour protéger celui-ci contre la disparition du fournisseur ou d'un des sous-traitants ou le non suivi de la solution vendue.

Dans le cadre d'un travail intellectuel, le fournisseur s'engagera à fournir le travail réalisé à chaque avancement significatif du projet, sauf si cette mesure s'oppose à la sauvegarde de ses droits de propriété intellectuelle. Il remettra soit au client lui-même, soit à un tiers de confiance (tel qu'un notaire), les codes sources du projet en cours.

7 • Les droits de propriété intellectuelle

Dans le cadre de la présente charte, le fournisseur s'engagera, dès la remise de l'offre, à fournir une information transparente et explicite au client sur les droits de propriété intellectuelle et sur ceux relatifs à la protection des données, notamment en lui précisant quels seront les droits intellectuels qui lui seront cédés et ceux qui ne lui seront pas cédés, en distinguant des autres fournitures, les livrables réalisés sur mesure ou ceux ayant fait l'objet d'une adaptation pour le client, de manière à ce que celui-ci puisse clairement savoir de quoi il sera propriétaire. Les éventuelles modalités et limites de la cession seront constatées par écrit dans le contrat principal ou dans une convention « propriété intellectuelle » qui sera annexée au contrat principal.

En complément, des engagements déontologiques « eTIC - métiers » peuvent être pris volontairement par les fournisseurs. Ils sont considérés comme complétant les engagements ci-dessus pour ceux qui les ont signés. Ils sont régis par le même dispositif, sauf mention contraire.



Les engagements déontologiques complémentaires pour les missions de « référencement naturel »

Un de ces engagements complémentaires, celui relatif aux missions de « référencement naturel », a maintenant été généralisé par décision du Conseil de surveillance de la Charte (avec consultation des signataires de la Charte), après 24 mois de lancement sur base d'adhésion volontaire (plus de 30 signataires).

Depuis le 1/7/2010, ces engagements déontologiques complémentaires sont rendus obligatoires pour tous les signataires de la Charte eTIC qui proposent dans leurs offres des missions de référencement naturel vers la clientèle concernée par la Charte eTIC (même s'il s'agit d'une mission non effectuée régulièrement ou accessoire dans le contrat, et même dans le cas où la mission est sous-traitée).

Ces engagements avaient été établis à partir d'un double constat :

1. Les PME clientes manquent d'informations pertinentes sur le fonctionnement du référencement naturel, ainsi que sur les risques de "booster" improprement le positionnement;
2. Persistance, heureusement de façon marginale, de mauvaises pratiques professionnelles dans le domaine du SEO, susceptibles de discréditer ce métier. L'objectif de la Charte eTIC est de bannir déontologiquement ces mauvaises pratiques.



1 • Renforcement des engagements de bonne communication avec le prospect

1. Le fournisseur s'engage, avant la conclusion du contrat à expliquer :

- les conditions nécessaires pour qu'une page Internet puisse être référencée sur le ou les moteurs de recherche ciblés,
- quels sont les principaux éléments influençant le positionnement dans le ou les moteurs de recherche ciblés,
- les risques de pratiques visant à induire en erreur ces moteurs de recherches (spamdexing) pour obtenir artificiellement un meilleur positionnement.

Il remettra au prospect un document synthétisant ses explications et reprenant aussi la liste des mauvaises pratiques ci-dessous.

2. Le fournisseur s'engage à fixer, de concert avec son prospect, une obligation de moyens pour parvenir aux meilleures positions, tenant compte du site considéré, de la notoriété et des ambitions du client.

Il avertira d'emblée le prospect si, pour des raisons techniques ou compte tenu du contexte concurrentiel du secteur, un positionnement correct est irréaliste, ou bien si une intervention complémentaire n'apporterait pas de retombées significatives par rapport au positionnement actuel du site.

3. Le fournisseur s'engage à proposer dans son offre un service d'analyse des origines précises et de la nature du trafic avant et après son intervention, selon une fréquence et des modalités à convenir dans le contrat, dans l'optique que le client puisse disposer d'un outil de mesure de l'impact à cours du temps du service fourni et puisse optimiser / adapter des interventions ultérieures. A défaut de remise d'offre, il signalera l'existence de cette option avant le début de la mission.

4. Avant le début de la mission, le fournisseur remettra au client (ou signalera par écrit au client qu'il peut obtenir sur simple demande) un document



présentant, de façon claire et précise, sa méthodologie de travail : technologies mises en œuvre, méthodes d'optimisation, procédures de référencement, etc.

Le fournisseur est libre de la méthodologie mise en place pour référencer les sites de ses clients, du moment que celle-ci respecte le présent document.

- 5. S'il apparaissait que le fournisseur a entrepris des pratiques bannies déontologiquement, il est tenu au remboursement intégral de l'ensemble de ses prestations de référencement.**

De plus, si ces prestations ont conduit au blacklistage des pages Internet du client, à moins qu'il puisse démontrer que des interventions étrangères postérieures sur ces pages y sont à l'origine, le fournisseur s'engage à entreprendre, avec diligence et à ses frais, les démarches nécessaires pour que le site soit effectivement réindexé par ce moteur.

- 6. Si les règles ou pratiques du moteur de recherche changent dans les 6 mois qui suivent l'intervention et risquent d'entraîner un blacklistage, le fournisseur est tenu d'en avertir son client afin que celui-ci puisse prendre une décision à temps.**

- 7. Lors de l'établissement du contrat, le fournisseur confirmera par écrit au client qu'il cédera à celui-ci les droits de propriété intellectuelle relatifs aux prestations de référencement réalisées** (telles que les analyses des mots-clés, le copywriting, ...) et remettra tous les éléments relatifs aux travaux réalisés dans le cadre de la prestation de référencement de façon à permettre à ses clients de changer de prestataire s'ils n'étaient pas satisfaits de la prestation effectuée. Ces transferts s'opèreront automatiquement dès règlement par le client des prestations, sauf convention contraire explicitement convenue entre les 2 parties.



2 • le bannissement de pratiques considérées déontologiquement comme mauvaises

Déontologiquement, le fournisseur s'interdit :

1. d'employer des pratiques portant atteinte aux droits de la personne ou de la propriété intellectuelle, ou nuisant au référencement de concurrents ;
2. de promettre (garantir) des résultats de positionnement limités à une requête et un moteur, et plus généralement de promettre des résultats qui ne pourront être tenus ou vérifiés par le client. Il s'engagera à mettre en œuvre une obligation de moyens ;
3. tout écart par rapport aux conditions générales d'utilisation des moteurs de recherche ciblés. Il s'interdira entre autres d'effectuer des soumissions automatiques de pages ainsi que toutes les pratiques décriées comme « spamdexing » par les moteurs de recherche (voir par exemple <http://www.google.com/webmasters/guidelines.html>) ;
4. d'afficher un contenu qui ne soit pas exactement identique pour le robot ET pour le surfeur (celui-ci ne peut être trompé sur la pertinence des résultats de recherche obtenus) ;
5. de polluer indûment la base de données des moteurs (par exemple : via des pages doublons, des pages affichant un contenu différent aux surfeurs ou le redirigeant vers une autre page, des pages créées à la volée sans intelligence, etc.) ;
6. d'optimiser un site sur un nom de domaine qui n'appartient pas au client (à moins que celui-ci le lui demande expressément) ;
7. de mettre en place des liens vers son site depuis le site du client, de façon visible ou invisible (sauf si cela est stipulé clairement dans le contrat signé entre les deux parties) ;
8. de placer de la publicité contextuelle en faisant croire que l'affichage de celle-ci est le résultat de ses prestations de référencement naturel ;
9. de ne pas céder à ses clients les droits de propriété intellectuelle relatifs aux prestations de référencement ;
10. de s'exonérer de sa responsabilité envers le client au motif d'un recours éventuel à la sous-traitance.



Processus d'enregistrement et publicité

L'octroi du droit pour les fournisseurs d'utiliser la marque collective « eTIC » déposée au Benelux est conditionné par l'acceptation par écrit et sans réserve des clauses de cette Charte Déontologique, l'acceptation de la publicité sur tout document commercial nouvellement établi et la reconnaissance de l'autorité du Comité « eTIC » et du Conseil de surveillance de la marque pour arbitrer les litiges ainsi que pour adapter la Charte (voir Règlements et procédures).

Un logo graphique spécifique a été établi pour signaler qu'un fournisseur est signataire de cette Charte. Ce logo ne peut être utilisé qu'à cette fin.

Les fournisseurs veilleront à éviter toute confusion notamment par rapport à une certification de qualité (notamment des prestations), à une certification d'un site Internet par rapport à une réglementation ou norme, ou à un agrément professionnel du fournisseur décerné par une autorité publique.

La liste des fournisseurs enregistrés sera accessible sur Internet à tout moment, sur le site <http://www.charte-etic.be>

Le retrait du droit d'utiliser la marque « eTIC » se fait, soit sur base volontaire du fournisseur, soit par constat du non-respect de la Charte par le Comité eTIC.

Le fournisseur signataire s'engage à mentionner sur tout nouveau document commercial (documentation commerciale, offres et contrats) utilisé dans le cadre des missions T.I.C. prises en considération par cette Charte, que « le fournisseur a signé la charte déontologique « eTIC » consultable à l'adresse <http://www.charte-etic.be>. Les éventuels manquements à cette charte peuvent être signalés à l'adresse plainte@charte-etic.be».

Il doit joindre, dans les offres sous format papier, un folder « eTIC » qui présente la charte, et communiquer dans les offres électroniques l'hyperlien vers la version électronique du folder

Le fournisseur doit mentionner ces mêmes informations sur son site Internet, avec affichage du logo visuel et hyperlien actif vers le site www.charte-etic.be. Cet hyperlien sera remplacé par l'affichage sur le site Internet du sceau numérique personnalisé lorsque celui-ci aura été fourni.



Cette obligation de publicité ne s'applique pas aux missions non prises en considération par la charte :

1. prospects qui ont ni leur siège social ni un siège d'exploitation situé dans la zone de compétence territoriale opérationnelle de la Charte (Belgique ou Grand Duché de Luxembourg);
2. prospects du secteur privé qui ne sont ni PME, ni des indépendants;
3. marché public attribué par adjudication (système du moins-disant) ;

Les fournisseurs qui n'ont pas signé cette Charte ou qui ont été sanctionnés d'une suspension ou d'un retrait n'ont aucun droit d'utilisation de la marque collective « eTIC » déposée au Benelux, ainsi que du logo correspondant. Ils cesseront immédiatement de communiquer sur cette marque.

Les fournisseurs sont susceptibles d'être poursuivis, notamment pour contrefaçon de marque déposée.

Gestion des plaintes

Une commission spéciale d'évaluation des plaintes (Comité eTIC) est mise en place pour étudier les infractions présumées à cette Charte. Le Comité n'a pas pour rôle de porter un jugement sur l'éventuel litige commercial, mais de prendre position par rapport au respect de la Charte Déontologique.

La composition exacte du Comité (et de ses éventuelles Chambres), les procédures d'élection et de remplacement de ses membres, la durée de mandat des membres, la fréquence et des réunions et autres aspects sont exposés dans un document séparé «Règlements et procédures».

Les procédures d'introduction, de recevabilité et d'examen des plaintes, la langue et la durée applicables aux procédures et les possibilités d'appel sont également spécifiées dans le document «Règlements et procédures».

En cas de violation de la Charte, le Comité (ou la Chambre du Comité qui a examiné la plainte) peut prendre l'une des décisions suivantes en fonction de la nature, la gravité et du caractère éventuellement répétitif de l'infraction :

- > un classement sans suite



- > un avertissement au fournisseur (avec suspension ou non, du droit d'utiliser la marque « eTIC », pendant une période définie de minimum 2 mois et maximum 12)
- > un retrait motivé du droit d'utiliser la marque « eTIC »
- > prendre acte des actions effectuées ou décidées par le fournisseur pour corriger le problème , et de se réserver la possibilité de prononcer un avertissement, ou une suspension, si le fournisseur n'est pas en mesure de montrer l'efficacité de ces actions dans un délai de 6 mois.

Révision de la Charte

La Charte, ainsi que le règlement et les procédures, peut être revue par le Conseil de surveillance de la marque Benelux « eTIC » , soit d'initiative, soit à la demande du Comité eTIC (ou d'une de ses chambres), soit lorsque au moins 20 % des fournisseurs enregistrés informent le secrétariat de leur souhait d'amender la Charte.

La procédure détaillée est exposée dans un document séparé «Règlements et procédures».

Recours du signataire

Le fournisseur signataire est informé et accepte expressément que les décisions issues de la procédure de médiation, celles qui sont prononcées par le Comité et/ou ses éventuels manquements aux obligations prévues dans la présente Charte puissent lui porter préjudice en termes d'image et de développement économique et ne pourront faire l'objet d'aucune indemnité.

Il appartient aux signataires de se tenir informés des éventuelles adaptations du texte de la Charte qui auront été décidées par le Comité. La dernière version valable est en permanence consultable sur le site Internet