



CHARTRE DÉONTOLOGIQUE

Engagement complémentaire pour les « Missions de conception de site de commerce électronique »

En abrégé « addendum eTIC⁺ ECOMMERCE »
Établi le 15 avril 2010 provisoirement sous la forme d'un
« engagement complémentaire volontaire »

Version 1 du 15/04/2010





Préambule

Dans le courant de l'année 2009, plusieurs entreprises signataires de la charte eTIC ont fait part au Secrétariat de l'intérêt de réfléchir collectivement à la définition de bonnes pratiques professionnelles en matière de conception de site de commerce électronique.

Un groupe de réflexion a été constitué, après appel à manifestation d'intérêt adressé en août 2009 à l'ensemble des entreprises signataires de la Charte eTIC et actives dans le développement de sites de commerce électronique. Outre de multiples échanges en ligne, ce groupe s'est réuni physiquement une première fois le lundi 24 août 2009, puis le jeudi 25 mars 2010.

Ce présent document a été établi à la suite de ces travaux, puis d'une consultation de l'ensemble des entreprises signataires de la Charte.

Il part du constat de plusieurs problèmes :

1. Les solutions proposées par les fournisseurs ne sont parfois pas adaptées aux besoins des clients,
2. Certains sites développés par les fournisseurs sont impossibles à bien référencer dans les moteurs de recherches car ils sont mal conçus,
3. Certaines solutions proposées sont trop rigides sur le plan technique et/ou juridique,
4. Certains fournisseurs proposent des offres insuffisamment détaillées, rendant impossible toute comparaison du client entre les offres,
5. La profession souffre d'une mauvaise image engendrée par les mauvaises expériences de clients, causées par l'amateurisme dont font part certains fournisseurs sur le plan technique et sur le plan de la gestion de projet.

Les sociétés réunies ont épinglé ces mauvaises pratiques et ont décidé de les bannir déontologiquement à l'avenir en proposant **une série d'engagements complémentaires portant sur une bonne communication avec le prospect, sur une transparence au niveau des coûts et des délais, et sur l'adoption de bonnes pratiques au niveau des choix de solutions.**



La portée

La Charte eTIC est complétée par des engagements complémentaires « missions », dont le présent addendum. **Celui-ci concerne les entreprises qui effectuent, même de façon accessoire, des missions de conception de site de commerce électronique pour la clientèle concernée par la Charte eTIC.**

Les engagements déontologiques complémentaires

Les engagements ci-dessous doivent être respectés dès la remise d'offre.

I • Renforcement des engagements de bonne communication avec le prospect

1. Des mentions contractuelles obligatoires

Le fournisseur s'engage à élaborer un contrat abordant les droits et les obligations juridiques du prestataire et du client. Le contrat mentionnera obligatoirement :

- L'obligation de résultat du fournisseur, à l'exception des objectifs de fréquentation du site et des missions de référencement, pour atteindre les objectifs fixés dans les délais déterminés d'un commun accord entre les parties ;
- Les aspects relatifs à la propriété intellectuelle de chaque livrable et les moyens techniques pour les récupérer, y compris en cas de défaillance du fournisseur (en ce qui concerne la base de données sur laquelle est construit le site, il doit obligatoirement être convenu explicitement que la propriété intellectuelle est transférée au client et que le client peut librement l'exporter) ;
- Les informations relatives au paiement de l'exécution du contrat ;
- Les conditions (notamment les éventuelles indemnités financières) en cas de rupture unilatérale par le fournisseur ou par le client ;
- Les conditions de validité de l'offre ;



- Sans oublier l'obligation de communication à propos de l'engagement à la Charte eTIC et au présent addendum (cf dernière page).

2. **Un chef de projet désigné comme point de contact**

Le fournisseur s'engage, à la signature du contrat, à désigner et à présenter au client, un chef de projet qui sera son interlocuteur principal. Les compétences du chef de projet doivent être communiquées au client.

Il veillera à ce que le client ait toujours un interlocuteur coordinateur, et donc, le cas échéant, à rapidement désigner un remplaçant.

3. **Un déroulement de la mission clairement défini**

Le fournisseur proposera une méthodologie de travail basée sur une organisation par phases (sauf demande contraire expresse du client), ainsi qu'un plan de travail collaboratif entre les différents acteurs du projet.

Le fournisseur décrira sa méthodologie, les phases prévues, et les livrables remis à chaque phase.

Il déterminera avec le client les canaux de communication qui seront utilisés pour correspondre, ainsi que le nombre, le motif et si possible la date théorique des réunions prévues.

Avant le démarrage de la mission, il précisera explicitement ce qu'il attend du client et à quel stade. Les données et informations nécessaires au développement du site et à l'élaboration des catalogues des produits doivent être définies par le prestataire et réclamées dès la signature du contrat au client (sauf convention contraire explicite).

4. **Une obligation de sensibilisation du client sur les multiples implications d'un projet d'e-commerce**

Il incombe au fournisseur d'attirer explicitement l'attention du client qu'il serait souhaitable d'une part qu'il examine les conséquences liées à la mise en place du projet, au niveau logistique, organisationnel, marketing, juridique, financier et au niveau des ressources humaines, et d'autre part, qu'il s'informe des éventuels risques et contraintes liés à l'e-commerce ainsi que des obligations qui découlent d'une activité de vente en ligne.



Parmi les points dont il faut attirer l'attention du client :

- La pertinence d'effectuer ou de faire effectuer un service d'analyse stratégique (comprenant notamment un benchmark, une analyse SWOT, et des recommandations en matière de positionnement en ligne et d'organisation : gestion des commandes, livraisons, service après-vente...)
- La pertinence d'être attentif au bon référencement du site dans les moteurs de recherche et d'établir un plan marketing. Le fournisseur doit préciser au client qu'avoir un site e-commerce ne suffit pas à vendre ;
- La pertinence d'examiner (ou d'être conseillé) comment (ré)organiser le fonctionnement de la société compte tenu de cette activité de vente en ligne, et comment assurer la logistique (amont, aval, y compris retours) ;
- La pertinence de former les collaborateurs (sur le plan technique pour les personnes amenées directement à mettre à jour et enrichir le site d'e-commerce, mais aussi opérationnel, pour les personnes qui ne doivent pas modifier la programmation du site Internet, mais doivent par exemple gérer les commandes et assurent le service à la clientèle).
- La pertinence d'être attentif à la rédaction des conditions générales de vente conformément à la réglementation en vigueur, et d'être si nécessaire conseillé juridiquement.

5. **Obligation de fourniture de sources de documentation**

Le fournisseur doit fournir au client des sources complémentaires d'informations qui pourraient lui être utiles dans le cadre de son projet.

Le fournisseur doit informer le client de la possibilité de bénéficier, sous certaines conditions, d'aides publiques spécifiques à un site de commerce électronique, tant au niveau de la consultance et de la définition des besoins que de la réalisation, et lui fournir les références des organismes compétents dans sa région.

REM : Pour un client situé en région wallonne, le fournisseur sera réputé avoir satisfait aux obligations minimales d'informations liées aux clauses n°4 et 5 s'il a au moins communiqué au client :

1. la check-list établie par l'AWT pour les porteurs de projets de commerce électronique et attiré l'attention du client sur son contenu ;
2. Le lien vers la brochure du SPF Economie sur les droits et les devoirs en matière d'e-commerce



II • Transparence et maîtrise des coûts ainsi que des délais

1. Obligation de transparence au niveau des prix

a) Le fournisseur s'engage à fournir au client dans l'offre un bordereau détaillé de prix.

Au minimum, le bordereau :

- listera les différentes prestations comprises dans l'offre et scindera clairement la partie « analyse » de la partie « mise en œuvre » ;
- communiquera un prix global pour une commande de toutes les phases, mais aussi une ventilation des coûts pour les principales prestations, en indiquant celles obligatoires et celles optionnelles ;
- distinguera clairement les prestations de développement sur mesure des coûts d'acquisition de licence et d'adaptation de produits déjà développés.
- distinguera clairement les coûts récurrents et les ventilera par postes (frais de licences, frais de maintenance, helpdesk, abonnements, locations, frais d'hébergement, frais liés à la plateforme de paiement, frais de réservation de noms de domaine, ...);
- identifiera clairement les éventuels coûts d'équipement (ex : matériel informatique) qu'il propose de fournir;
- mentionnera le coût d'une éventuelle prolongation du délai légal de garantie ;
- indiquera explicitement les éventuelles exclusions : ce que l'offre ne prévoit pas et qui fait l'objet d'un supplément ;

b. Outre le bordereau de prix, le fournisseur communiquera par transparence le taux horaire par type de fonction intervenante dans le projet (ex : chef de projet, analyste, programmeur, graphiste,...)

2. Information sur la charge de travail et l'échéancier

Le fournisseur communiquera un échéancier (dates relatives exprimées en référence à la phase précédente) estimant la charge de travail en



jours-homme pour les principales prestations du projet, les délais effectifs de la réalisation du projet.

Le fournisseur précisera dans l'échéancier les livrables qui seront remis à chaque phase et indiquera les validations attendues du client.

3. **Echelonnage du paiement**

Le paiement du contrat doit se dérouler de manière échelonnée au cours de la mission.

La somme demandée à la signature du contrat ne doit pas dépasser 40% du montant global.

Les tranches doivent tenir compte de l'échéancier et de la validation des livrables.

La dernière tranche doit ne peut être exigée avant l'acceptation par le client du procès verbal de réception provisoire du site d'e-commerce (sauf si, malgré un rappel écrit, le client n'a toujours pas mis en ligne le site endéans les 2 mois).

4. **Une garantie prévue pour tout livrable**

Le fournisseur doit prévoir une garantie sur chaque livrable.

Il en précisera le contenu, la durée et la portée (en prévoyant l'hypothèse d'un arrêt d'activité), ainsi que l'éventuel coût supplémentaire pour une prolongation de celle-ci au-delà de la durée légale.



III • Le choix de la solution et les aspects techniques

1. Vérification de l'adéquation de la solution par rapport aux besoins

Le fournisseur s'assure d'émettre une offre personnalisée répondant adéquatement et complètement aux besoins spécifiques du client, après avoir recueilli toutes les informations utiles à une personnalisation.

2. Priorité à une solution à haut potentiel d'évolution

Le fournisseur s'assure de choisir une plateforme évolutive, disposant de mises à jour régulières et veille à une bonne interopérabilité des données en privilégiant un format ouvert.

Il précisera le potentiel d'évolution et de mise à jour de la solution proposée.

Il veille à ce que la sécurité des données soit assurée une fois le site opérationnel et il prévoit l'accès pour le client aux bases de données, afin que celui-ci puisse éventuellement transférer ses données vers l'application d'un autre prestataire.

Remarque : Même si le fournisseur est sollicité pour remettre une offre pour un site catalogue, il s'engage à informer le client sur le potentiel d'évolution du site. Il avertira notamment si celui-ci peut ou non évoluer vers un site de vente en ligne des produits ou services du client, et selon quelles modalités.

3. Transparence sur les caractéristiques de la solution

Le prestataire s'engage à mentionner le nom, le statut sur le plan de la propriété intellectuelle et les caractéristiques techniques de la plateforme e-commerce qui sera utilisée dans le projet. Il doit argumenter son choix en précisant les implications de celui-ci.

Il doit explicitement indiquer les éventuels développements sur mesure qu'il prévoit d'apporter à une plateforme existante, en précisant leur statut sur le plan de la propriété intellectuelle, les caractéristiques techniques et les engagements pris au niveau de leur maintenance et de leur pérennité.



4. **Adresse Web obligatoirement au nom du client**

Le fournisseur s'engage à ne pas mettre en service un site dont le nom de domaine (ainsi que les éventuels autres noms qui pointerait vers ce site) n'aurait pas été choisi par le client ou une sous-adresse d'un nom de domaine gérée directement ou indirectement par le prestataire.

Si le client demande au fournisseur de réserver un nom de domaine propre, ce dernier veillera à n'agir que comme intermédiaire et devra effectuer la réservation au nom du client en mentionnant les coordonnées de celui-ci comme détenteur de la licence.

Le fournisseur communique dans son offre l'hyperlien vers la fiche AWT concernant ce sujet.

5. **Information sur les solutions d'évaluation**

Le fournisseur renseignera systématiquement le client sur l'utilité :

- **d'un outil analysant l'audience du site,**
- **d'un outil mesurant le positionnement dans les moteurs de recherche,**
- **et d'un outil monitorant le fonctionnement du site.**

Il signalera au client au moins une solution unique (ou une solution pour chacun des 3 points ci-dessus) au sujet de laquelle il s'engage sur la compatibilité avec son offre. Le cas échéant, il remettra offre pour la mise en œuvre de cette solution (y compris le paramétrage) ainsi que pour la formation. Le fournisseur veillera que le client ait accès en son nom et soit propriétaire des données d'analyse.

6. **Information sur les solutions de paiement en ligne.**

Le prestataire mentionne les solutions de tiers de confiance avec lesquels il travaille au niveau de l'interfaçage et de la gestion des paiements électroniques, en indiquant leurs tarifs (frais fixes, abonnements, commissions,...), ainsi que leurs conditions (par exemple d'éventuelles limitations de responsabilité générale ou d'éventuelles exclusions: par exemple la vente de certains produits / services). Le fournisseur communique dans son offre l'hyperlien vers la fiche de l'AWT concernant ce sujet.



Application de l'addendum

Pour toutes les entreprises qui l'ont signé, cet addendum fait partie intégrante de la Charte eTIC. Les mêmes dispositions de contrôle des engagements, de révisions, et de recours s'appliquent à ces engagements complémentaires.

L'entreprise adhérant volontairement à ces engagements est tenue de le signaler explicitement à ses prospects, lors de la remise des documents commerciaux (offres, devis, ...), ainsi que sur son site Internet. Elle doit clairement faire apparaître l'adresse où les plaintes - en cas de non-respect de ces engagements complémentaires - peuvent être déposées.

Après une période minimum de 6 mois de fonctionnement sur base d'adhésion volontaire, cet addendum est susceptible d'être remplacé par un nouveau document qui sera rendu obligatoire auprès de toutes les entreprises signataires de la Charte eTIC qui effectuent, même à titre accessoire, des missions de conception de site de commerce électronique.

Cet addendum ne peut être signé que par les fournisseurs qui ont préalablement signé la Charte eTIC. Les fournisseurs proposant des missions de référencement dans leurs missions de réalisation de site d'e-commerce doivent avoir signé également l'addendum SEO.

Les fournisseurs n'ayant pas souscrit à cette Charte et à ce présent addendum ou ayant été sanctionnés pour ne pas avoir rempli ces obligations, n'ont aucun droit d'utilisation du label graphique eTIC. Ils sont susceptibles d'être poursuivis pour contrefaçon.