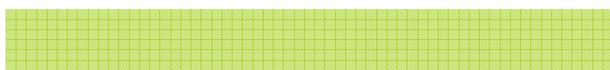




CHARTÉ DÉONTOLOGIQUE

ADDENDUM « Mission de référencement »

Établi le 15 février 2008 provisoirement sous la forme d'un
« engagement complémentaire volontaire »





Préambule

Dans le courant de l'année 2007, plusieurs entreprises signataires du label eTIC ont fait part au Secrétaire du Label eTIC de l'intérêt de réfléchir collectivement à la définition de bonnes pratiques professionnelles en matière de mission de référencement Internet.

Un groupe de réflexion a été constitué, après appel à manifestation d'intérêt adressé à l'ensemble des entreprises "eTIC" début novembre dernier. Ce groupe s'est réuni une première fois le jeudi 22 novembre 2007, puis le 1 février 2008.

Une proposition d'addendum à la Charte a été discutée lors de la 2^e réunion. Elle a été établie 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.

Les sociétés réunies ont épinglées ces mauvaises pratiques et ont décidé de les bannir déontologiquement dorénavant.

La portée

La Charte eTIC est complétée par des engagements complémentaires « métiers », dont le présent addendum. Celui-ci concerne les entreprises qui effectuent, même de façon accessoire, des missions de référencement vers la clientèle concernée par la Charte eTIC.



Les engagements déontologiques complémentaires

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.



Application de l'addendum

Cet addendum fait partie intégrante de la Charte eTIC pour toutes les entreprises qui l'ont signé. 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, ainsi que sur le 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 référencement.

Les fournisseurs qui n'ont pas souscrit à cette Charte, ou qui ont été sanctionnés d'un retrait, n'ont aucun droit d'utilisation du label graphique eTIC. Ils sont susceptibles d'être poursuivis pour contrefaçon.