



Charte de déontologie

des prestataires marketing pour les PME

Marque collective " Profession Marketing PME "





Préambule et définitions

Les responsables de PME* choisissant de faire appel à un prestataire marketing sont confrontés à une offre abondante et hétérogène, et ont exprimé à l'Adetem leur fort besoin d'aide dans leur recherche et sélection de prestataires marketing susceptibles de répondre à leurs besoins spécifiques.

L'Adetem, Association Nationale des Professionnels du Marketing, est la référence des professionnels du marketing en matière de méthodes et d'éthique. Par la mise en place d'une Charte de déontologie, signée par des prestataires regroupés sous la bannière d'une marque collective **, elle marque ainsi sa volonté de permettre aux PME de sélectionner un prestataire marketing en toute confiance.

En signant cette Charte, les prestataires s'engagent à apporter aux PME professionnalisme et compétence, dans une démarche de transparence et de qualité.

La Charte de déontologie doit permettre la mise en place d'une auto-régulation professionnelle par les signataires qui sont informés que son non respect peut être l'un des éléments caractérisant une pratique déloyale sanctionnée par l'article L 120-1 du Code de la Consommation qui prohibe toute pratique contraire à la diligence professionnelle.

On entend par :

* **PME-PMI** : les entreprises indépendantes qui occupent moins de 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros.

** **Marque collective** : toute marque utilisée simultanément par différentes entreprises sans qu'elle soit nécessairement leur propriété. Elle permet de fédérer l'ensemble de ces entreprises tout en les dotant d'une notoriété et d'une image communes dans l'esprit du consommateur. L'article L. 715-1 du Code de la propriété intellectuelle précise : « La marque est dite collective lorsqu'elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement. »

Article 1 - Compétences, professionnalisme et attitude face au client

- ❶ Le prestataire s'engage à mettre en œuvre les compétences nécessaires à l'exécution de la prestation, plus particulièrement, en veillant à identifier et analyser la demande du client, éventuellement, en la reformulant.
- ❷ L'attitude face aux clients doit être composée d'ouverture, de loyauté et de respect, nécessaires à une confiance réciproque. Le prestataire doit entrer, de sa propre initiative, dans une démarche active pour comprendre les besoins de ses clients PME, et la façon dont son offre les satisfera.
- ❸ La démarche des signataires s'inscrit dans un comportement soucieux du respect des relations humaines et concerne :
 - l'accès aux données nominatives,
 - le respect de la propriété intellectuelle et des règles de concurrence,
 - l'utilisation des outils mis à la disposition du prestataire par la PME.
- ❹ Le prestataire assurera la transparence des moyens mis en œuvre pour conduire son intervention, notamment au travers de la sous-traitance (localisation, compétences...) et des différents types de partenaires.

Article 2 - Loyauté, éthique et responsabilité professionnelle

- ❶ Les actions des professionnels du marketing pour les PME doivent être menées dans le respect des règles suivantes :
 - Se conformer aux différentes législations et réglementations en vigueur ainsi qu'aux chartes existantes.
 - Exécuter les missions en accord avec les règles de la profession et en particulier celles ayant trait à l'éthique, dans les différents domaines du marketing, en particulier :

✓ Etudes de marché	✓ Vente à distance
✓ Sondages	✓ Marketing téléphonique
✓ Vie privée	✓ Bases de données
✓ Commerce électronique	✓ Communication
 - Prendre en compte les enjeux environnementaux et sociétaux de leurs activités et leurs conséquences.
 - Veiller à donner une représentation exacte de leur niveau d'études, de leur formation professionnelle et de leur expérience.
- ❷ Les travaux réalisés par le prestataire et les données recueillies sont la propriété du client, sauf si celui-ci y renonce expressément.
- ❸ Le prestataire est responsable de la bonne exécution du contrat par son personnel ou par ses éventuels sous-traitants, conformément au droit du travail. La PME cliente devra, quant à elle, définir ses besoins actuels et leur évolution prévisible. Elle communiquera à cet effet à son prestataire toute évolution de ces besoins en cours de contrat.
- ❹ Les prestataires marketing ont un devoir de conseil et d'expertise auprès de leurs clients PME ; ils doivent leur fournir les informations nécessaires pour éclairer leurs choix et faciliter leurs décisions.

Article 3 - Présentation de l'offre - Réponse à la demande de prestations

Toute offre du prestataire à la PME doit faire apparaître contractuellement la méthode, le planning et le budget.

1 Présentation de l'offre

Le prestataire se doit de présenter son offre dans un langage simple, sans ambiguïté, aisément compréhensible et non jargonnant.

2 Réponse à la demande

Le prestataire s'engage à prendre contact avec tout client ou prospect qui fait une demande de prestation, qu'elle soit suivie ou non d'une offre. Le prestataire s'engage à ne jamais laisser un client ou un prospect sans réponse et à lui fournir une réponse dans des délais raisonnables.

3 Adéquation du service par rapport au client

Le prestataire s'engage à proposer et à fournir les biens ou services en adéquation avec les besoins du client.

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

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

Lorsque l'organisation de la société prestataire s'y prête, un interlocuteur PME sera indiqué.

4 Planning

La PME doit être informée du calendrier prévisionnel nécessaire pour couvrir les besoins exprimés.

5 Prix

- a. Transparence des prix. Les prix seront exposés clairement, sans ambiguïté et avec précision.
- b. Le prestataire présentera un devis comportant le détail des prix par prestation ou le détail des forfaits, s'il en propose, précisant les prestations incluses et exclues.
- c. Le prestataire s'engage à proposer des prix équitables, fondés sur une démarche de responsabilité sociale.

Article 4 - Réalisation des prestations

1 Confidentialité

Le prestataire doit :

- garantir à son client la totale confidentialité des informations qui lui sont transmises,
- mettre en œuvre tous les moyens appropriés pour garantir cette confidentialité,
- garantir à son client la non communication des informations à la concurrence, sans limite de temps.
- ne pas utiliser de données confidentielles à d'autres fins que celles figurant au contrat.

2 Respect des délais

Chaque partie s'engage à respecter les délais fixés contractuellement. Tout décalage de planning, par le fait du client ou du prestataire, donne lieu à une information présentant les motifs du retard et le nouveau délai en résultant, après discussion et validation par les parties.

3 Maitrise du budget

Toute évolution ou contrainte, en cours d'exécution du contrat, pouvant donner lieu à une modification du budget ou du prix, doit être présentée à la PME, discutée et validée par celle-ci.

Article 5 - Conditions d'utilisation de la marque collective

- ① L'utilisation par les prestataires marketing de la marque nationale collective « Profession Marketing PME » déposée à l'INPI le 22/12/2011 est soumise aux conditions suivantes :

- ✓ Signature de la Charte de déontologie
- ✓ Obligation d'associer la marque collective « Profession Marketing PME » à la Charte Déontologique dans toute publicité et tout document commercial (notamment offres et contrats)
- ✓ Reconnaissance de l'autorité du Comité Ethique de la Charte (voir article 6)
- ✓ Respect du règlement d'usage déposé avec la marque « Profession Marketing PME ».

Le droit d'utiliser la marque « Profession Marketing PME » peut cesser, soit volontairement du fait du prestataire, soit en cas de manquements aux dispositions de la Charte et/ou à celles du règlement d'usage de la marque constatés par le Comité Ethique (voir article 6).

Le prestataire ne pourra alors plus utiliser le label sur quelque support que ce soit, dans un délai de 3 semaines à compter de la notification par lettre recommandée avec accusé de réception du manquement aux dispositions de la Charte.

Il est rappelé que sont réputées trompeuses au sens de l'article L. 121-1 les pratiques commerciales qui ont pour objet :

- 1° Pour un professionnel, de se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas ;
 - 2° D'afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire.
- ② Le logo graphique de la marque est mis à la disposition du prestataire marketing qui pourra ainsi signaler son adhésion à la Charte. Ce label ne peut être utilisé qu'à cette fin.
- ③ Le prestataire s'engage à mentionner sur ses documents commerciaux et sur son site Internet qu'il a signé la Charte, consultable à tout moment sur le site www.pme-marketing.org et a rejoint la marque collective « Profession Marketing PME », signalée par l'affichage du label et en mettant un hyperlien actif vers le site www.pme-marketing.org.
- ④ Tous les signataires de la présente Charte seront répertoriés dans un annuaire en ligne, mis à jour régulièrement, accessible sur le site www.pme-marketing.org et, via un lien, sur le site de l'Adetem.

Article 6 - Contrôles et sanctions

1 Comité d'Éthique

Le Comité d'Éthique de l'Adetem est chargé de :

- Veiller au respect de la Charte.
- Statuer en cas de signalement / réclamation (sur 1 des points de la Charte)
- Procéder à l'actualisation de la Charte en fonction de l'évolution des métiers et des besoins

Ce Comité n'a pas pour rôle d'intervenir dans les litiges commerciaux mais de veiller au respect de la Charte.

2 Signalements

Les éventuels manquements à cette Charte peuvent être signalés par la PME cliente :

- À l'adresse comite.ethique@adetem.net.
- Sur le site www.pme-marketing.org, « vous souhaitez signaler un manquement à la Charte, [cliquez ici](#) ».

Chaque partie disposera d'un délai de 2 mois maximum à compter de la date du signalement, pour présenter ses observations.

3 Sanctions

En cas de violation de la Charte, et après audition des deux parties, le Comité peut prendre toute mesure appropriée en fonction de la nature, de la gravité et du caractère éventuellement répétitif du non respect de la Charte et notamment :

- Un avertissement au prestataire, avec suspension provisoire du droit d'utiliser la marque « Profession Marketing PME » et de se référer à la Charte pendant une période définie ;
- Un retrait motivé de l'adhésion à la Charte, du droit d'utiliser la marque et de figurer dans l'annuaire des prestataires signataires.

A _____, le _____

Nom : _____

Fonction : _____

Signature :

Cachet de la société :