

## Charte en faveur de la clientèle

### Préambule

Cette charte s'applique aux relations entre les signataires et leurs clients particuliers et les consommateurs individuels. Ceux-ci sont désignés dans le texte par le terme « consommateurs ».

Pour les entreprises et organisations qui adhèrent à la présente charte, la satisfaction de la clientèle et l'orientation "client" sont primordiales. Leur adhésion s'inscrit dans la lignée de leurs efforts et initiatives en la matière.

Les signataires s'engagent à mettre en œuvre tous les moyens raisonnables pour améliorer leurs procédures internes d'enregistrement, de traçabilité et de traitement des questions et des plaintes émanant des consommateurs. Les signataires s'efforceront d'obtenir encore plus de résultats tangibles pour parvenir à une politique plus respectueuse de la clientèle.

Le respect de cette charte doit mener à une amélioration permanente de la qualité des réponses fournies aux consommateurs. Les consommateurs doivent avant tout obtenir aussi rapidement que possible une réponse correcte et complète à leurs questions et plaintes.

Les entreprises et organisations désireuses de respecter les dispositions de la présente charte peuvent y adhérer à tout moment.

La notion de service à la clientèle dans cette charte doit être considérée au sens large. Il s'agit du point de contact à distance le plus direct entre les signataires et les consommateurs. Il peut donc prendre la forme d'un helpdesk (assistance à la clientèle), d'un service après-vente, d'un call center (centre d'appel) ou d'un point de contact général.

Cette charte est sans préjudice des dispositions légales et réglementaires et des obligations contractuelles applicables aux signataires. En outre, elle vient compléter les codes de conduite sectoriels spécifiques et les chartes auxquels ont souscrit les signataires.

## **I. Contacts directs avec les consommateurs**

### **1. Données de contact**

Les signataires veillent à ce que leurs coordonnées apparaissent clairement et en toute transparence sur leur site internet, leurs contrats, factures, offres, extraits de compte, etc. de manière à ce que les consommateurs trouvent rapidement le chemin du service à la clientèle. Les signataires indiquent clairement les différentes façons de les joindre (par mail, par téléphone, par courrier) pour que les consommateurs aient le choix.

S'il existe un site internet, un lien vers une page de contact claire doit être prévu sur la page d'accueil ou le menu de navigation principale, qui mentionnera les informations suivantes :

- le numéro de téléphone ;
- l'adresse électronique (e-mail) ou un formulaire de contact standardisé ;
- l'adresse de correspondance du service souhaité et le cas échéant, la personne de contact.

### **2. Temps d'attente et coût des appels téléphoniques**

Les signataires veillent à ce que les consommateurs qui téléphonent aient une personne physique en ligne dans les 2,5 minutes suivant le choix définitif via le menu téléphonique. Si ce délai ne peut être respecté, le consommateur a la possibilité de laisser ses coordonnées téléphoniques. Il pourra ainsi être recontacté gratuitement avant la fin du jour ouvrable suivant le moment où il a communiqué ses coordonnées. Il est préférable que ce rappel se fasse au moment précisé par le consommateur et de la façon dont il le souhaite.

Dans la mesure du possible, le consommateur recevra une indication sur le temps d'attente.

En cas de circonstances exceptionnelles, d'heures de pointe, de problèmes généraux ou majeurs, le message d'accueil sera adapté au plus vite et décrira la situation et donnera si possible une indication du moment où le problème sera résolu. Le message sera également audible pour les personnes qui attendent d'être redirigées vers un opérateur.

Les signataires s'efforcent de rendre leur service à la clientèle accessible par téléphone à l'aide d'un numéro gratuit pour les appels nationaux.

Si le service à la clientèle est joignable via un numéro payant, les frais d'appel à la minute ne seront pas supérieurs à ceux correspondant à un numéro géographique.

S'il existe des services téléphoniques spéciaux, en dehors du contrat existant, prévoyant un service personnalisé, des informations sont préalablement données sur les coûts, si ceux-ci sont plus élevés que ceux applicables à un numéro géographique.

### **3. Menu téléphonique et transferts d'appels téléphoniques**

Les signataires simplifieront au maximum le menu téléphonique lors des appels en utilisant des termes clairs et compréhensibles et en limitant le nombre et les niveaux de choix.

Pour éviter que la question ou la plainte ne doive inutilement être répétée, les signataires veilleront à ce que les consommateurs atterrissent chez la bonne personne pour le problème spécifique ou la question posée, après avoir été redirigés au maximum deux fois.

### **4. Confirmation de ce qui a été convenu oralement**

Les signataires s'engagent à confirmer les accords passés oralement avec les consommateurs par courrier, courriel ou SMS, selon la nature de ce qui a été convenu, afin d'éviter tout malentendu.

Ceci concerne plus spécifiquement les accords qui ont une portée financière ou contractuelle pour les consommateurs.

Le but est que les consommateurs disposent d'une preuve de ce qui a été décidé, convenu ou promis lors du contact au sujet de l'exécution d'un contrat ou du paiement d'une facture.

## **5. Délais de réponse aux courriers et courriels**

Afin d'informer les consommateurs de façon optimale, les signataires s'engagent à répondre aux questions et plaintes des consommateurs dans un délai de cinq jours ouvrables par les moyens de communication appropriés.

Si la question ou la plainte ne peut pas faire pas l'objet d'une réponse dans les cinq jours ouvrables, un accusé de réception est envoyé dans les cinq jours ouvrables. Il indique au moins que la question ou la plainte doit encore être examinée. L'accusé mentionne aussi le délai dans lequel le consommateur recevra une réponse détaillée sur le fond. Si des informations venant de tiers sont nécessaires pour fournir une réponse définitive, les signataires le signalent en précisant les informations dont ils ont besoin et de qui elles doivent provenir, tout en indiquant le délai de réponse après réception de ces informations. Les renseignements nécessaires sont immédiatement demandés aux tiers.

Si une facture est contestée, les signataires s'engagent à répondre, dans les cas précités, dans un délai de dix jours ouvrables.

## **6. Contestation de factures**

Si la contestation d'une facture est justifiée ou nécessite un examen plus approfondi, les signataires s'engagent, après réception de la contestation, à suspendre immédiatement le recouvrement de la partie contestée de la facture ou à prendre les mesures nécessaires pour régulariser la perception indue. Ils le mentionnent clairement dans la réponse qu'ils adressent au consommateur. Celle-ci précise clairement le montant non contesté et la date à laquelle le consommateur doit l'acquitter. Le coût de

traitement de la contestation ne peut d'aucune manière être facturé, sauf dans les cas où manifestement, la contestation vise uniquement à retarder le paiement.

## **7. Contrats et factures transparents**

Les signataires s'engagent à rédiger leurs contrats, factures (d'acompte), conditions contractuelles générales ou particulières de manière aussi simple et transparente que possible, dans un souci de clarté pour le consommateur. Celui-ci sera ainsi amené à faire moins appel au service à la clientèle.

Les signataires veillent à ce que leurs conditions contractuelles générales et particulières soient facilement consultables, téléchargeables et imprimables via leur site internet et dans une version récente et actualisée. Ces conditions peuvent être demandées sur simple requête via d'autres moyens de communication comme le téléphone, le courriel (e-mail) ou le courrier, et sont envoyées gratuitement.

Sur toutes les factures, les signataires font au moins figurer :

- le cas échéant, la durée du contrat :
  - a) si le consommateur est lié par un contrat à durée déterminée, la date de fin, le délai de préavis et la possibilité de reconduction tacite doivent figurer explicitement ;
  - b) si le consommateur est lié par un contrat à durée indéterminée, le délai de préavis et la durée minimale éventuelle du contrat sont mentionnés, ainsi que la date de début ;
- les données de contact du service à la clientèle ;
- la façon dont les factures peuvent être contestées ;
- la référence aux conditions contractuelles générales et particulières.

## **8. Information transparente et accessible sur les produits et services offerts**

Les signataires s'engagent à fournir aux consommateurs des informations sur les produits et services offerts de manière aussi transparente et accessible que possible, le cas échéant aussi via leur site internet.

Ils fournissent autant que faire se peut des documents clairs et actuels afin que les consommateurs puissent comparer plus facilement les produits et services et sachent précisément à quoi ils s'engagent.

Sur ces documents figurent au moins le cas échéant :

- la durée du contrat :
  - c) si le consommateur est lié par un contrat à durée déterminée, la date de fin, le délai de préavis et la possibilité de reconduction tacite doivent figurer explicitement ;
  - d) si le consommateur est lié par un contrat à durée indéterminée, le délai de préavis et la durée minimale éventuelle du contrat sont mentionnés, ainsi que la date de début ;
- les données de contact du service à la clientèle ;
- la façon dont les factures peuvent être contestées ;
- la référence aux conditions contractuelles générales et particulières ;
- la durée de validité de l'offre et les conditions pour en bénéficier.

## **II. Collaborateurs du service à la clientèle, du helpdesk, des services après-vente, du call center (centre d'appel) ou du point de contact**

Dans le cadre du respect de la présente charte, les signataires tiendront compte de la charge de travail et des conditions de travail des collaborateurs du service à la clientèle, du helpdesk, du service après-vente, du centre d'appel ou du point de contact.

## **III. Instruments de suivi et publication des données sur la politique en faveur de la clientèle**

Les signataires utiliseront des indicateurs de performance afin de mesurer les différents points de cette charte avec un maximum d'objectivité et de cohérence. Ils veilleront à cet égard à faire appel aux indicateurs éventuellement imposés par la réglementation et les régulateurs sectoriels spécifiques.

Les indicateurs suivants seront au moins développés :

- Appels téléphoniques
  - Pourcentage d'appels pris en charge par un opérateur par rapport au nombre d'appels total.
  - Temps d'attente moyen entre le moment où l'appelant a fait son choix final dans le menu téléphonique et le moment où l'opérateur répond.
- Factures
  - Délai moyen de régularisation des factures, le cas échéant.
  - Délai moyen de remboursement des crédits au consommateur le cas échéant. Ce délai est mesuré à l'aide de la date de facturation et de la date de remboursement du crédit.
- Plaintes
  - Nombre de plaintes des consommateurs fondées et acceptées, adressées aux services de médiation du secteur concerné.

Pour améliorer la transparence en ce qui concerne les différents aspects du service aux consommateurs, les signataires publieront à intervalles réguliers ces indicateurs et les actualiseront au moins quatre fois par an :

- le cas échéant dans le rapport annuel ;
- le cas échéant sur le site internet ;
- via d'autres documents ou canaux d'information.

Les dispositions précédentes relatives aux indicateurs ne s'appliquent pas aux signataires déjà soumis à des indicateurs de performance similaires imposés par les régulateurs compétents.



#### **IV. Entrée en vigueur et mise en œuvre**

Les signataires s'engagent à respecter strictement la présente charte.

Les dispositions de cette charte entrent en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2012.

En ce qui concerne la disposition 1.2., il est prévu qu'à l'entrée en vigueur de la charte, le temps d'attente maximum soit respecté pour 90% des appels et que l'objectif final soit atteint six mois plus tard, compte tenu de la disposition sur les circonstances exceptionnelles, les heures de pointe et les problèmes généraux ou majeurs.

La mise en œuvre et l'application des dispositions de la présente charte seront évaluées au moins une fois par an et le seront pour la première fois six mois après l'entrée en vigueur de celle-ci.

Sur initiative du ministre de l'Économie, les signataires de la charte se réunissent au moins un fois par an pour aborder cette évaluation. Le SPF Économie se chargera du secrétariat. L'évaluation peut mener à des adaptations de la charte.

Le SPF Économie veillera à l'application correcte de la présente charte. Il établira annuellement une évaluation destinée aux signataires et un rapport annuel qu'il publiera.

Un point de contact est créé au sein du SPF Économie, où pourront être adressées les questions et plaintes concernant la charte et son respect.

BRUXELLES, 15 juin 2011.

<b>Signataires</b>
--------------------

**TELENET**

Patrick Vincent

Chief Commercial  
Officer**BELGACOM**

Kris VERVAET

Vice President Marketing  
& Channel Mgt**MOBISTAR**

Benoit Scheen

CEO

**BASE**

Bart Vandesompele

Head of Corporate  
Communication**MOBILE VIKINGS**

Hans Similon

Evangelist (porte-parole)

**EDPNET**

Joachim Slabbaert

Chief Operations Officer

**The House of Contact  
Centers, THoCC**

David Gybels

Managing Director

**Vanguard Belgium**

Mathieu Bussels

**Contactcentres.be**

Martin Claes

Président

**BPOST**

Koen Van Gerven

Membre du comité de  
directionResidential Market, Postal  
Bank & ICT**ELECTRABEL  
COSTUMER  
SOLUTIONS SA**

Marc Josz

Administrateur délégué

**SPE-LUMINUS**

Christian Gosse

CEO a.i.

**NUON BELGIUM NV**

Roberte Kesteman

CEO

**ESSENT**

Carlos van Nunen

Director Legal,  
Regulatory & Public  
Affairs and Human  
Resources**LAMPIRIS**

Bruno Vanderschueren

Administrateur délégué

**EANDIS**

Guy Peeters

Directeur général

**FEDICT**

Jan Deprest

Président

**SPF Économie, PME,  
Classes moyennes et  
Énergie**

Regis Massant

Président

**BNP PARIBAS  
FORTIS**

Peter Vandekerckhove

Membre du comité de  
direction**Test-Achats****Service Abonnements**

Dominique Henneton

**VRT****Service clientèle**

Brigitte Vermeersch

Manager Communication

**INFRA**

Frank Vanbrabant

Directeur Service  
clientèle et Achats**ENECO Belgique**

Christophe Degrez

Directeur général

**ADHERENTS EN DATE DU 22/10/2012****BINCKBANK**

Thomas Huyghe  
Business Manager

**IDEAL SYSTEMS**

Peter Depoorter  
CEO

**MÖBIUS**

Jan Bellaert  
Partenaire

**SANOMA MEDIA BELGIUM**

Hans Cools  
Managing Director Magazines

**VOXTRON**

Jan Vidts  
CEO

**CORONA DIRECT**

Yvon Castrique  
Président du Comité de Direction

**KIND EN GEZIN**

Katrien Verhegge  
Administratrice générale

**N-ALLO**

Martin Claes  
CEO

**SEBECO**

Ingrid Walry  
CEO