

Code de Conduite des entreprises de Vente Directe

1 Présentation Générale

1/1 Définitions

Dans le cadre du Code de Conduite, les termes utilisés ont la signification suivante :

Administrateur du Code de Conduite : toute personne physique ou morale indépendante nommée par la FVD pour surveiller l'application par les Sociétés adhérentes du Code de Conduite et pour solutionner les réclamations au titre du Code de Conduite.

Consommateur : toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole pour conclure un contrat de Vente Directe.

Fédération de la Vente Directe ("FVD") : l'association professionnelle regroupant les entreprises de Vente Directe et représentant les intérêts de la Vente Directe en France.

La FVD est membre de la Fédération mondiale des Associations de Vente Directe ("WFDSA") et de l'Association européenne de Vente Directe ("SELDIA").

Matériels d'aide à la vente : tout Produit conçu pour aider les Vendeur Directs à mener et développer leurs affaires et qui est vendu ou donné gratuitement aux Vendeur Directs et n'est pas prévu pour la vente aux Consommateurs.

Produit(s) : les biens et les services.

Recrutement : toute activité exercée dans le but d'offrir à une personne la possibilité de devenir un Vendeur Direct.

Revenus : tout gain obtenu par un Vendeur Direct. Les Revenus peuvent prendre la forme de commissions, marges de vente, salaires, récompenses, paiements forfaitaires, bonus ou toute autre forme de Revenus.

Société : une structure qui commercialise des Produits associés avec une marque commerciale, un label ou toute autre forme d'identification par le canal d'un Système de Distribution basé sur la Vente Directe et qui est adhérente de la FVD.

Système de Distribution : toute forme d'organisation et de méthodes de vente en vue de la commercialisation des Produits.

Vendeur Direct : une personne physique ou morale salariée ou indépendante (vendeur à domicile indépendant mandataire, commissionnaire, acheteur-revendeur ou courtier ; agent commercial, VRP, commerçant inscrit au registre du commerce et des sociétés, etc.), à l'exclusion des clients privilégiés, à qui une Société confie la commercialisation de ses Produits auprès des Consommateurs.

Un Vendeur Direct peut être autorisé à recruter d'autres Vendeurs Directs.

Les Vendeurs Directs ne peuvent être membres de la FVD et ne sont donc pas signataires du Code de Conduite. Ils doivent néanmoins appliquer le Code de Conduite dans le cadre de leur contrat avec une Société.

Vente Directe : toute méthode de vente basée sur l'explication et la démonstration de Produits à un Consommateur par un Vendeur Direct hors établissement commercial.

1/2 Champs d'application

La WFDSA et SELDIA publient un code de conduite cadre pour leurs membres que sont les associations nationales de Vente Directe.

Chaque association nationale de Vente Directe s'est engagée à adopter un code de conduite précisant le comportement des Sociétés et des Vendeurs Directs qui ajoute éventuellement des règles professionnelles aux dispositions législatives propres au pays concerné.

Le code national, pour la France, que nous intitulerons dans le présent document "Code de Conduite", traite des relations entre les Sociétés et les Vendeurs Directs d'une part, et les Sociétés adhérentes de la FVD entre elles d'autre part.

Le Code de Conduite doit être appliqué non seulement dans ses dispositions textuelles mais aussi dans son esprit.

Les Sociétés adhérentes de la FVD portent une attention particulière aux points suivants :

- les méthodes de recrutement des Vendeurs Directs,
- les programmes de formation des Vendeurs Directs,
- la perspective présentée aux Vendeurs Directs d'une activité professionnelle rémunératrice.

1/3 Activités internationales

Les Sociétés et les Vendeurs Directs doivent se conformer à toutes les exigences de la loi dans chaque pays où leur activité est exercée.

Le respect des lois et des codes mondial et européen de la Vente Directe dans le cadre de ses activités internationales est une condition d'acceptation et de maintien de l'adhésion de la Société à la FVD.

Si une Société adhérente de la FVD exerce son activité en dehors de l'État dans lequel elle est domiciliée, elle doit se conformer au code européen de la Vente Directe si l'activité a lieu au sein de l'Union Européenne ou au code mondial de la Vente Directe si l'activité a lieu en dehors de l'Union Européenne, sauf si cette activité relève du code de déontologie d'un autre État, ceci comme condition d'adhésion et de maintien de cette Société à la FVD.

Si une Société fait l'objet d'une réclamation dans un État dont elle n'est pas membre, cette Société doit accepter la compétence de l'administrateur du code de conduite dans l'État où elle est domiciliée (ou, si cette Société n'est pas membre dans l'État de son domicile, cette Société doit accepter la compétence de l'association de Vente Directe de tout État dans lequel elle est membre d'une association de Vente Directe). La Société supportera les coûts raisonnables encourus par l'administrateur du code de conduite de l'État dans lequel elle est domiciliée pour résoudre la réclamation.

En outre, l'administrateur du code de conduite dans l'État où la Société est domiciliée peut se coordonner avec l'administrateur du code de conduite (s'il y en a un) de l'État dans lequel est domicilié le réclamant.

En examinant la réclamation, l'administrateur du code de conduite appliquera dans l'ordre de priorité suivant : (i) les règles du code de conduite de l'État dans lequel la réclamation est déposée ou (ii) les règles du code de conduite de l'État dans lequel la Société est domiciliée ou au minimum (iii) les règles fixées dans le code européen de la Vente Directe ou dans le code mondial de la Vente Directe, quand celles-ci s'appliquent.

② La conduite à l'égard des Vendeurs Directs

2/1 Respect du Code de Conduite par les Vendeurs Directs

Chaque Société adhérente à la FVD s'engage à se conformer au Code de Conduite, condition nécessaire à son adhésion et maintien au sein de la FVD.

Chaque Société doit exiger de ses Vendeurs Directs comme condition de participation et de maintien à l'organisation de vente de la Société, le respect du Code de Conduite.

Chaque Société adhérente à la FVD s'engage à promouvoir son appartenance à la FVD et au Code de Conduite auprès des Consommateurs.

Les Sociétés et les Vendeurs Directs se conforment aux lois et règlements des États dans lesquels sont exercées leurs activités et les Sociétés s'assurent que les Vendeurs Directs respectent cette obligation.

2/2 Information

Les Sociétés ne doivent pas présenter les avantages d'une activité de Vente Directe à tout candidat au recrutement de manière déloyale ou trompeuse.

Les Sociétés et les Vendeurs Directs communiquent des informations complètes et vérifiables sur les clauses du contrat proposé, et toute promesse devra être tenue.

Les modalités de rémunération doivent être transparentes, compréhensibles et sans équivoques.

Les Sociétés informent les Vendeurs Directs sur les perspectives de gains, les frais professionnels, les règles principales commerciales, fiscales, sociales applicables et sur les Revenus liés aux ventes réalisées soit par le Vendeur Direct lui-même, soit par les Vendeurs Directs qu'il anime.

Les Sociétés fournissent aux Vendeurs Directs toute information concernant les livraisons, les annulations et tout élément significatif dans le cadre du contrat entre les Sociétés et les Vendeurs Directs.

Les Sociétés et les Vendeurs Directs doivent mener leurs actions dans le respect de la vie privée du Vendeur Direct, en s'interdisant par exemple de présenter des perspectives d'évolutions personnelles ou familiales qui ne relèvent pas du domaine professionnel. Ils s'interdisent également de mener toute action auprès de Vendeurs Directs dans des domaines religieux, politiques ou de nature similaire.

2/3 Sources de Revenus

Aucun Revenu ne peut être versé du fait d'une simple action de recrutement.

Les Sociétés doivent adresser à chaque Vendeur Direct des états périodiques, au moins trimestriels, concernant leurs Revenus (commissions, primes, remises ou tout autre élément significatif, conformément au contrat signé entre la Société et le Vendeur Direct, et en accord avec les règles commerciales et les obligations sociales), et concernant les ventes, les paiements, les livraisons et les annulations.

Tout Revenu trouve son origine dans l'activité de vente, y compris les achats pour usage personnel des Vendeurs Directs. Ainsi, les Revenus du Vendeur Direct évoluent en fonction du prix de vente des Produits, du nombre de ses ventes et des ventes obtenues par le groupe de Vendeurs Directs qu'il a recruté, formé et animé.

Les informations fournies par les Sociétés concernant les ventes et les Revenus doivent être :

- a) véridiques, exactes, et présentées sous une forme qui n'est pas erronée, trompeuse, ou détournée, et
- b) basées sur des faits substantiels et documentés provenant du marché.

Les Vendeurs Directs potentiels doivent :

- a) être informés que les ventes et les Revenus actuels varient d'une personne à une autre personne et dépendent de la compétence du Vendeur Direct, du temps et des efforts consacrés ainsi que d'autres facteurs, et
- b) être pourvus d'une information suffisante pour être capable d'une évaluation raisonnable des perspectives de Revenus.

2/4 Contrat écrit

La Société doit remettre au Vendeur Direct, avant le début de son activité, un contrat écrit sur support papier ou sur un autre support durable, signé à la fois par la Société et le Vendeur Direct.

Ce contrat doit contenir tous les éléments de la relation entre le Vendeur Direct et la Société.

Les Sociétés et les Vendeurs Directs ne doivent pas abuser par intérêt de la sphère privée d'un Vendeur Direct, de ses sensibilités sociales, intellectuelles ou émotionnelles.

Si un Vendeur Direct achète des Produits, du matériel de promotion ou de formation, des Matériels d'aide à la vente ou des malettes de démonstration lorsqu'il débute ses activités, le contrat établi par écrit doit lui accorder le droit de renvoyer, dans leur état initial, l'ensemble de ces achats qu'il a effectués, avec le remboursement complet des sommes qu'il a versées en paiement, s'il résilie son contrat par écrit, dans un délai de 30 jours à compter du jour de la signature du contrat.

2/5 Frais

Aucune Société ne doit exiger l'achat de Produits dans la démarche de Recrutement à l'exception du kit de démarrage sous réserve qu'il ne génère aucun profit pour la Société ou pour aucun Vendeur Direct.

Les frais d'administration et les autres dépenses nécessaires à l'exercice de l'activité supportés par un Vendeur Direct lors de son Recrutement ou au cours de son activité, et éventuellement sur une base périodique, à l'exception des achats de Produits destinés à la revente aux Consommateurs ou à sa consommation personnelle, ne doivent en aucun cas constituer une source de profits pour la Société ou une source de Revenus pour les Vendeurs Directs.

Tout frais demandé pour devenir ou rester un Vendeur Direct de la Société y compris tout service additionnel imposé par la Société (par exemple : formation en ligne, commerce électronique ou toute autre solution internet, coûts d'expédition) doit être totalement remboursable (réduit des commissions gagnées par le Vendeur Direct) dans l'éventualité de la rupture du contrat, dans les 30 jours du paiement. Les frais remboursables sont limités à ceux payés par le Vendeur Direct dans les 30 jours qui précèdent la rupture du contrat.

2/6 Supports de communication

Les Sociétés doivent interdire aux Vendeurs Directs de proposer aux autres vendeurs des supports, quels qu'ils soient, qui ne respectent pas les normes de l'entreprise. Ces propositions ne doivent jamais prendre un caractère obligatoire.

De surcroît, les Vendeurs Directs qui proposent des matériels promotionnels ou de formation qui sont approuvés par la Société et respectent la réglementation quels qu'en soit la forme et le support doivent (i) offrir seulement des matériels qui respectent les mêmes standards que ceux de la Société, (ii) s'interdire de présenter l'achat de ces matériels comme une exigence pour les autres Vendeurs Directs, (iii) fournir ces aides à la vente à un prix raisonnable et juste, sans aucun profit significatif pour le Vendeur Direct, équivalent au prix de matériels similaires généralement disponibles sur le marché et (iv) offrir une garantie de reprise écrite identique à la garantie de reprise de la Société que le Vendeur Direct représente.

Les Revenus perçus par des Vendeurs Directs pour la vente de matériels de formation et de promotion proposés pour devenir ou rester un Vendeur Direct sont, en réalité, une rémunération pour le Recrutement de Vendeurs Directs dans un système de vente qui doit être interdit.

Les Sociétés doivent prendre des mesures sérieuses et raisonnables pour s'assurer que les Matériels d'aide à la vente et les matériels similaires produits par des Vendeurs Directs respectent les règles du Code de Conduite et ne sont pas abusifs ou trompeurs.

2/7 Expiration du contrat

A la rupture du contrat d'un Vendeur Direct, la Société doit reprendre les stocks de Produits commercialisables, les malettes de démonstration, le matériel de promotion ou de formation, les Matériels d'aide à la vente, acquis au cours des 12 derniers mois en état de revente ou d'utilisation, et les créditer sur la base du coût réel d'acquisition net éventuellement réduit d'une somme à la charge du Vendeur Direct qui ne peut dépasser 10% du coût réel d'acquisition net.

La Société peut réduire le montant remboursé de tout Revenu reçu par le Vendeur Direct à l'occasion de l'achat des Produits retournés.

2/8 Frais de stock et garantie de reprise

Les Sociétés traitent directement les commandes transmises par tous les Vendeurs Directs pour des achats de Produits destinés à la vente aux Consommateurs ou à la consommation personnelle des Vendeurs Directs et leur versent en contrepartie les commissions, primes et remises. Les Sociétés ne doivent pas exiger ou encourager les Vendeurs Directs à acheter des stocks de Produits d'un montant irréaliste, sans rapport avec le potentiel des ventes lié à la nature et à la compétitivité de ces Produits sur le marché. Les Sociétés doivent prendre des dispositions claires et raisonnables pour s'assurer que les Vendeurs Directs qui ont perçu des Revenus pour les ventes de leur équipe de Vendeurs Directs, ont également consommés ou vendus les Produits qu'ils ont achetés afin d'être admis à recevoir ces Revenus.

La politique de reprise des stocks invendus doit être clairement communiquée aux Vendeurs Directs.

L'exigence ou l'encouragement auprès d'un Vendeur Direct d'acheter des montants irréalistes de stock ou d'aides à la vente doit être considéré comme une pratique de Recrutement déloyale et trompeuse.

2/9 Non-discrimination

Les offres d'activité de vente des Sociétés sont proposées aux candidats potentiels sans aucune discrimination de genre, de race, d'appartenance religieuse, d'incidence spirituelle ou d'opinion politique.

Les Sociétés doivent interdire par écrit toute forme d'interaction entre l'activité professionnelle et les éléments précités de la vie privée.

2/10 Formation

Les Sociétés forment les Vendeurs Directs et ceux-ci forment le cas échéant les Vendeurs Directs qu'ils animent, grâce à des informations adaptées en contenu et en temps et comprenant au moins les lois spécifiques à la Vente Directe et les règles du Code de Conduite, les autres obligations légales du Vendeur Direct, la présentation de la Société et de ses Produits, ainsi que les conditions de vente ou de prestation et de crédit.

Les entreprises et les Vendeurs Directs ne doivent pas utiliser les programmes de formation en tant que source de profit.

③ La Conduite à l'égard des Adhérents

3/1 Principe

Les Sociétés adhérentes de la FVD s'engagent à pratiquer une concurrence loyale vis-à-vis d'autres Sociétés.

3/2 Recrutement

Les Sociétés et les Vendeurs Directs ne doivent attirer ou solliciter, directement ou indirectement, un Vendeur Direct ou un employé de l'organisation de vente ou de l'administration d'une autre Société par des annonces ou des communications se référant spécifiquement à cette Société. Ils s'interdisent tout débauchage systématique envers une Société.

3/3 Dénigrement

Les Sociétés s'engagent à ne pas dénigrer ni inciter les Vendeurs Directs à dénigrer les Produits, les ventes, le plan de marketing ou tout autre aspect d'une Société.

④ Application du Code de Conduite

4/1 Responsabilité de la Société

La responsabilité première du respect du Code de Conduite incombe d'abord à chaque Société, qui s'y est engagée en adhérant à la FVD. À ce titre, la Société contrôle la bonne application du Code de Conduite par ses Vendeurs Directs et met en place une structure disposant d'un pouvoir de sanctions. Dans le cas d'un manquement concernant le Code de Conduite, les Sociétés doivent faire tous les efforts raisonnables pour résoudre une plainte.

Chaque Société adhérente se doit de désigner un responsable du Code de Conduite. Ce responsable du Code de Conduite a la charge de faciliter la conformité de sa Société avec les règles du Code de Conduite et de répondre à toute demande de renseignement. Il est aussi le premier contact de la Société pour communiquer les principes du Code de Conduite aux Vendeurs Directs, aux employés, aux clients et d'une manière générale au public.

4/2 Rôle de la FVD

L'adhésion d'une Société à la FVD s'effectue suivant une procédure qui comprend l'examen de ses documents à l'attention des Consommateurs et des documents contractuels ou d'information et de formation destinés à son réseau de Vendeurs Directs afin d'apprécier le respect par la Société des obligations légales et du Code de Conduite.

4/3 Plainte d'une Société

Les plaintes d'une Société envers une autre Société ou la FVD peuvent être réglées par un médiateur indépendant proposé par la FVD ou par le Conseil d'Administration de la FVD.

4/4 Administrateur du Code de Conduite

La FVD nomme une personne physique ou morale indépendante en tant qu'Administrateur du Code de Conduite. Cette personne s'assurera que les Entreprises se conforment au Code de Conduite par les moyens appropriés.

L'Administrateur du Code de Conduite règlera toute réclamation non résolue basée sur des violations du Code de Conduite et produira un rapport annuel relatif au fonctionnement du Code de Conduite.

Les décisions de l'Administrateur du Code de Conduite à la suite d'une plainte entre une Société et un Vendeur Direct concernant un manquement au Code de Conduite peuvent inclure la rupture du contrat du Vendeur Direct, le remboursement de frais, un avertissement à la Société ou à ses Vendeurs Directs, ou toute autre décision justifiée.

Ces décisions ou sanctions font l'objet d'une publication.

Les Sociétés, la FVD et l'Administrateur du Code de Conduite doivent établir une procédure de traitement des plaintes et s'assurer que la réception d'une plainte est confirmée dans un court laps de temps et que les décisions sont prises dans un délai raisonnable.

4/5 La diffusion du Code de Conduite

La FVD et les Sociétés doivent prendre les mesures nécessaires pour diffuser le Code de Conduite aussi largement que possible.

Des imprimés du Code de Conduite sont disponibles gratuitement à la FVD et sur son site www.fvd.fr.