

COMMERCIAL

N°16

Clients et consommateurs

Les entreprises ont des responsabilités vis-à-vis des produits et des services qu'elles mettent sur le marché, en termes de santé, de sécurité, de respect de la vie privée... S'engager dans une démarche RSE sécurise la réputation de l'entreprise

Tranquillement installé sur votre canapé, vous regardez une émission ou l'on vous met en garde contre la toxicité d'objets qui vous entourent, y compris votre canapé. Avez-vous été bien informé sur ce que vous achetez ?

La responsabilité des entreprises vis-à-vis du client / consommateur final par rapport aux produits et services fournis font référence aux « droits des consommateurs » (texte de l'ONU), qui incluent :

- La sécurité
- Le fait d'être informé
- Le fait de faire des choix
- Le fait d'être entendu
- La réparation
- L'éducation
- Un environnement sain

On peut citer aussi le respect du droit à la vie privée, le principe de précaution et la promotion d'une conception universelle (le fait de pouvoir utiliser un produit de façon simple, intuitive et souple).

Parmi ces responsabilités, l'éducation et une information exacte, le service après-vente, la protection des données personnelles et de la vie privée, la promotion d'une consommation durable...

La démarche RSE est une quête permanente, tout comme la satisfaction client qui doit-être une priorité.



VOTRE AUTODIAGNOSTIC

- Les informations délivrées aux utilisateurs de vos produits et services sont-elles transparentes ? **OUI NON**
- Etes-vous assuré de fournir des produits et services sûrs pour la santé et la sécurité des utilisateurs, lors de leur utilisation, y compris l'assemblage et l'entretien ? **OUI NON**
- Eduquez-vous les consommateurs sur l'impact environnemental ou sanitaire lié à leurs choix de consommation ? **OUI NON**
- Facilitez-vous l'accès des clients à l'assistance et le service après-vente ? **OUI NON**
- Prenez-vous en compte les réclamations et les litiges ? **OUI NON**
- Protégez-vous les données personnelles et la vie privée de vos clients et consommateurs ? **OUI NON**

LES ENQUETES DE QUALITE DE SERVICE

Pour les entreprises décidées à prendre de réels engagements vis-à-vis de leurs clients, il est important de vérifier que les services proposés (services après-vente, d'assistance et de recours) répondent aux attentes et garantissent la qualité, la fiabilité et le sérieux du service fourni.

Les enquêtes de qualité de service, sondages ou autres visiteurs mystères, permettent de fournir des preuves.

LES BONNES PRATIQUES OBSERVÉES

Les Principes Directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur constituent le document international le plus important en matière de protection des consommateurs :

<http://unctad.org/fr/docs/poditccplm21.fr.pdf>

Les liens utiles :

- <http://lamallete-rse.org/plan-dactions-questions-aux-consommateurs/> (propose un modèle pratique sous forme de tableau excel)
- <http://lamallete-rse.org/questionnaire-de-satisfaction/>

Contacts utiles

- Le Centre Technique Régional de la Consommation (CTRC) en Bourgogne : contact@ctrc-bourgogne.fr
- la CLCV en Bourgogne : <http://www.clcv.org/permanences-clcv/bourgogne>
- UFC Que Choisir : <http://www.quechoisir.org/>
- la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) : www.cnil.fr/
- la DGCCRF (Direction Générale de la Consommation et de la Répression des Fraudes), qui améliore la protection des consommateurs : <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/>

LES POINTS MAJEURS

- Etre vigilant à l'évolution de la législation en lien avec les obligations légales d'information du consommateur.
- Informer l'utilisateur pour qu'il évite les usages dangereux pendant l'assemblage, l'utilisation, l'entretien du produit ou service
- Connaissance complète du produit : origine, fabrication, composition...
- Traiter les réclamations et améliorer les pratiques en réponse aux réclamations
- Faire clairement connaître aux consommateurs le moyen d'accéder au service après-vente et assistance
- Proscrire toute diffusion de données privées hors du contexte légal
- Entretien des partenariats avec des instances représentatives des consommateurs pour améliorer ses pratiques
- Prévoir des mécanismes de retrait et de rappel des produits (tous les risques ne peuvent pas être prévus ou éliminés !)

VOICI CE QUE J'Y GAGNE

- Garantir la santé et la sécurité des consommateurs
- Réduire les conflits avec les clients
- Eviter les sanctions financières liées au non-respect législatif (CNIL, droit des consommateurs...)
- Se différencier des concurrents
- Renforcer la confiance et la fidélité client
- Renforcer l'image de l'entreprise