

## Critères de qualité

- ment de donnée personnelle le concernant, qui soit inexacte, incomplète, trompeuse, obsolète ou dont la collection, utilisation, divulgation ou stockage est interdit.
- cas où ces données seraient inexacte, incomplètes, équivoques, périmées ou dont la collecte, l'utilisation, la communication ou la conservation est interdite.
- Enfin, toute personne ayant une raison légitime pourra s'opposer au traitement des données personnelles la concernant, et devra avoir la faculté de s'opposer à la cession ou commercialisation des données la concernant.
- Enfin, le cybermarchand s'assure de prendre toutes les précautions utiles au regard des risques présentés par le traitement, pour préserver la sécurité des données et notamment, empêcher qu'elles soient déformées, endommagées, ou que des tiers non autorisés y aient accès. Il devra en particulier respecter l'ensemble des prescriptions techniques auxquelles doivent se conformer les traitements. Par ailleurs, Le transfert électronique des données relatives au paiement devra être effectué via une connexion cryptée
- Enfin, si le cybermarchand ne propose pas de livraison, il devra le préciser dans toutes informations relatives au prix . .
- 2.4 Le cybermarchand devra respecter les principes de loyauté et de finalité dans la collecte des données.
- 2.4.1. En application du principe de finalité, les données ne peuvent être recueillies et traitées que pour un usage déterminé et légitime.
- 2.4.2. En application du principe de loyauté, le traitement est par exemple interdit si les données sont recueillies en infiltrant un fichier ou en interceptant des correspondances où sont inscrites des données à caractère personnel
- 2.5 La collecte de données à caractère personnel doit être conforme au principe de proportionnalité.
- 2.5.1. Selon ce principe, les données collectées doivent être adéquates, pertinentes et non excessives au regard des finalités pour lesquelles elles sont collectées et aux traitements ultérieurs.
- 2.5.2. A ce titre, lors de la collecte, devront pouvoir être distinguées par le client les données obligatoires des données facultatives.
- 2.6 Un traitement de donnée à caractère personnel doit avoir reçu le consentement de la personne concernée, à moins qu'il ne soit autorisé par la loi ou qu'il soit nécessaire à l'exécution d'un contrat auquel la personne concernée est partie, et/ou aux mesures précontractuelles prises à la demande de celle-ci.
- Le consentement devra être recueilli en respectant les conditions suivantes:
- 2.6.1 Le consentement du consommateur doit être explicite (opt-in) ;
- 2.6.2 Il doit être proposé au consommateur un moyen simple de retirer son consentement.
- 2.7 Le cybermarchand doit remplir les obligations suivantes avant toute prospection directe de nature commerciale par courrier électronique:
- 2.7.1 Recueillir le consentement explicite du consommateur (opt-in) relatif à l'envoi de message à caractère électronique à moins que les coordonnées ont été recueillies à l'occasion d'une vente ou d'une prestation de services
- 2.7.2 et que la prospection concerne des produits ou services analogues à ceux déjà fournis par l'entreprise
- 2.7.3 et si le destinataire a été offert la possibilité de s'opposer sans frais, hormis ceux liés à la transmission du refus, et de manière simple, à l'utilisation de ses coordonnées lorsque celles-ci sont recueillies et chaque fois qu'un courrier électronique de prospection lui est adressé. (exemple : un lien pour se désinscrire en bas du message).
- 2.8 Le cybermarchand devra permettre à toute personne d'accéder :
- 2.8.1 A la confirmation que des données à caractère personnel la concernant font ou ne font pas l'objet de ce traitement ;
- 2.8.2 Aux informations relatives aux finalités du traitement, aux catégories de données à caractère personnel traitées et aux destinataires ou aux catégories de destinataires auxquels les données sont communiquées ;
- 2.8.3 Le cas échéant, aux informations relatives aux transferts de données à caractère personnel envisagés à destination d'un Etat non membre de la Communauté européenne ;
- 2.8.4 A la communication, sous une forme accessible, des données à caractère personnel qui la concernent ainsi que de toute information disponible quant à l'origine de celles-ci ;
- 2.8.5 Aux informations permettant de connaître et de contester la logique qui sous-tend le traitement automatisé en cas de décision prise sur le fondement de celui-ci et produisant des effets juridiques à l'égard de l'intéressé.
- Par ailleurs, toute personne justifiant de son identité, pourra exiger du site de e-commerce que les données la concernant soient le cas échéant rectifiées, complétées, mises à jour, verrouillées ou effacées dans le
3. Description des produits, limitation de vente et marketing
- 3.1 Avant la conclusion du contrat, le cybermarchand doit indiquer au client de façon claire et non équivoque les caractéristiques essentielles du produit ou service.
- 3.2 Le cybermarchand s'engage à respecter l'ordre public et l'ensemble des lois et règlements en vigueur dans le cadre de son activité
- 3.2.1 TRUSTED SHOPS se réserve le droit de refuser l'affiliation ou de retirer la certification d'un site de e-commerce au regard des produits proposés à la vente. A ce titre, vous pouvez vous référer à la liste non exhaustive des produits interdits à la vente par TRUSTED SHOPS.
- 3.2.2 Les textes et images du site de e-commerce doivent être conformes aux textes en vigueur. TRUSTED SHOPS se réserve le droit de refuser l'affiliation d'un site de e-commerce qui ne respecterait pas lesdits textes.
- Par ailleurs, TRUSTED SHOPS se réserve le droit de retirer la certification qu'il aura délivré dans le cas où le cybermarchand ne respecterait cette obligation.
- 3.2.3 Le cybermarchand s'engage à vérifier l'âge des consommateurs, notamment afin de respecter les règles relatives à l'interdiction de vente de certains produits à des mineurs.
- Par ailleurs, le cybermarchand s'assure que les contenus choquants et en particulier les contenus à caractère pornographiques ne soient pas susceptibles d'être vus par un mineur.
4. Transparence du prix, coûts de livraison et coûts supplémentaires
- 4.1 Le cybermarchand devra indiquer aux consommateurs de manière claire et compréhensible, la somme totale toute taxe comprise qui devra être payée par le consommateur.
- Le prix devra être indiqué sur le produit lui-même ou à proximité de celui-ci de façon qu'il n'existe aucune incertitude quant au produit auquel il se rapporte. Dans le cas où il ne serait pas possible d'indiquer un prix déterminé, le cybermarchand devra indiquer la base de calcul du prix, de sorte que le consommateur soit en mesure de calculer le prix à payer. Le cybermarchand devra, avant la conclusion du contrat, donner au consommateur la possibilité de vérifier le détail de sa commande, son prix total, et de corriger d'éventuelles erreurs.
- 4.2 Avant le début du processus de commande par le consommateur, le cybermarchand doit informer le consommateur du fait que le prix est mentionné toutes taxes comprises.
- Par ailleurs, le cybermarchand doit explicitement informer le consommateur des éventuels frais de livraison supplémentaires.
1. Mentions légales
- 1.1 Le cybermarchand devra faire figurer les mentions légales à un endroit facile d'accès, direct et permanent. Elles devront être indiquées en termes clairs et pouvoir être imprimées par l'utilisateur.
- 1.2 Les mentions légales devront contenir les détails suivants:
- 1.2.1 Nom légal, ou nom et prénom pour les personnes physiques; Dénomination ou leur raison sociale;
- 1.2.2 Siège social (ou domicile); (incluant l'adresse complète dudit siège social);
- 1.2.3 Numéro de téléphone et adresse électronique à laquelle les consommateurs pourront le cas échéant bénéficier d'informations;
- 1.2.4 S'il s'agit de personnes assujetties aux formalités d'inscription au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers : le numéro de leur inscription
- 1.2.5 capital social, en cas de personne morale;
- 1.2.6 Le nom du directeur ou du codirecteur de la publication et, le cas échéant, celui du responsable de la rédaction
- 1.2.7 Le cas échéant, le nom, la dénomination ou la raison sociale et l'adresse et le numéro de téléphone du prestataire chargé de l'hébergement
- 1.2.8 Le cas échéant, leur numéro de TVA et numéro individuel d'identification (si la personne morale est disposée d'un tel numéro)
- 1.2.9 En cas de soumission à un régime d'autorisation, le nom et l'adresse de l'autorité ayant délivré l'autorisation ;
- 1.2.10 En cas d'appartenance à une profession réglementée, la référence aux règles professionnelles applicables, son titre professionnel, l'Etat membre dans lequel il a été octroyé ainsi que le nom de l'ordre ou de l'organisme auprès duquel elle est inscrite.
- 1.3 Dans le cas où le cybermarchand ne serait pas lui-même partenaire contractuel du consommateur, mais agirait en médiateur facilitant la conclusion du contrat d'achat ou de prestation de service, il s'assurera que chacun des vendeurs remplisse les critères exigés par les présents Critères de Qualité.
2. Protection de données
- 2.1. Le cybermarchand devra fournir l'ensemble des informations relatives à sa politique concernant les données à caractère personnel dans un règlement dédié et avoir accompli l'intégralité des formalités nécessaires auprès de la CNIL.
- 2.2. Les informations relatives à la protection des données personnelles devront figurer sur l'ensemble des pages du site, si celui-ci effectue une collecte de données à caractère personnel. Par ailleurs, ces informations pourront être accessible via un lien explicite.
- 2.3 Les mentions relatives à la protection des données à caractère personnel doivent contenir les informations minimum suivantes:
- 2.3.1 Le numéro de déclaration CNIL devra le cas échéant figurer dans la politique concernant les données à caractère personnel.;
- 2.3.2 L'identité du responsable de traitement et, le cas échéant, celle de son représentant
- 2.3.3 La finalité poursuivie par le traitement auquel les données sont destinées;
- 2.3.4 Les destinataires ou catégories de destinataires des données, et si les données sont transférées à un tiers, le nom de celui-ci et l'objectif du transfert;
- 2.3.5 Le cas échéant, les informations sur des cookies qui sont sauvegardés plus long qu'une session de navigation.
- 2.3.6 Les informations sur le droit de la personne dont les données à caractère personnel sont élevées de demander correction, complément, actualisation, verrouillage, ou effacement,

- 4.3 La liste des frais de livraison doit inclure les détails concernant l'ensemble des pays vers lesquels le cybermarchand livre, ainsi que les détails relatifs au calcul des frais de livraison, afin que le consommateur puisse les vérifier facilement.
- 4.4 Avant le début du processus de commande par le consommateur, le cybermarchand doit indiquer tout frais supplémentaire, notamment relatif au mode de paiement, qui devra le cas échéant être versés ;
- 4.5 Le cybermarchand devra indiquer explicitement, durant le processus de commande (par exemple dans le panier du consommateur), l'ensemble des frais de livraison et des coûts additionnels, ou mentionner par une référence claire où le consommateur pourra trouver ces informations. Ces informations devront figurer au plus tard sur la dernière page du processus de commande.
- 4.6 Le cybermarchand devra, le cas échéant, communiquer aux consommateurs une information générale relative aux droits de douanes et aux taxes ou frais éventuels supplémentaires.
- 4.7 Le cybermarchand doit clairement indiquer les coûts additionnels de communication qui diffèrent des taux de base classiques; il doit également prévenir des coûts élevés pour des appels des réseaux de téléphonie mobile.
- 5. Les Informations sur la livraison, la disponibilité et le service client**
- 5.1 Le cybermarchand doit informer les consommateurs des zones desservies ainsi que de toute limitation régionale à ces zones desservies.
- 5.2 Le cybermarchand devra ne proposer que des produits disponibles. Par ailleurs, dans le cas où la livraison du bien ou la fourniture du service ne serait pas immédiate le cybermarchand devra indiquer sur chaque page du site la date limite à laquelle il s'engage à livrer les produits ou à effectuer la prestation.
- 5.3 Le cybermarchand devra, dans le cas où la date de livraison prévue ne pourrait pas être respectée pour cause de fait d'un tiers ou de force majeure, en informer le consommateur.
- Par ailleurs, en cas d'inexécution du contrat résultant de l'indisponibilité du bien ou service commandé, le site de e-commerce devra s'engager à (au choix)
- Rembourser le consommateur dans un délai de 30 jours suivant le paiement ;
  - Fournir au consommateur un bien ou service d'une qualité et d'un prix équivalent. Cette seconde possibilité ne sera toutefois envisageable que si le consommateur en a été informé de manière claire et compréhensible de cette possibilité.
- 5.4 Le cybermarchand s'engage à toujours répondre aux réclamations et demande de renseignements des consommateurs dans un délai raisonnable. Par ailleurs, le contrat, ainsi que toute correspondance entre le cybermarchand et le consommateur devra indiquer un numéro de téléphone non surtaxé auquel les consommateurs pourront appeler en vue d'obtenir la bonne exécution du contrat ou le traitement d'une réclamation.
- 6. Paiement**
- 6.1 Le cybermarchand s'engage à indiquer au consommateur avant le début du processus de commande:
- 6.1.1 Les moyens de paiements acceptés
  - 6.1.2 Le délai de paiement
- 6.2 Le cybermarchand s'engage à proposer à l'ensemble de ses clients le contrat de garantie TRUSTED SHOPS, afin de permettre une couverture de tous les paiements
- 7. Droit de rétractation**
- 7.1 Le cybermarchand devra accorder au consommateur un droit de rétractation conformément au droit applicable et aux critères suivants.
- 7.2 Le consommateur doit être dument informé de l'existence du droit de rétractation pour la vente de biens et fourniture de prestations de services à distance lors de la procédure de commande (au-dessus du bouton « commander »). En conséquence, un lien permettant l'accès à une information détaillée relative au droit de rétractation pourra être mis à disposition.
- 7.3 Avant toute commande, le consommateur doit être dument informé des exceptions légales au droit de rétractation pouvant être invoquées par le cybermarchand.
- En tout état de cause, le cybermarchand ne pourra se prévaloir d'exception(s) au droit de rétractation autres que celles prévues par la loi applicable.
- 7.4 Il devra être fait mention, dans les dispositions relatives au droit de rétractation des détails concernant ce dernier et notamment:
- 7.4.1 Le début de la période d'annulation
  - 7.4.2 La durée de la période du droit de rétractation
  - 7.4.3 Le nom (nom légal) et l'adresse géographique du destinataire de l'annulation
  - 7.4.4 Le cours en cas le droit de rétractation est exercé.
  - 7.4.5 Une information concernant les frais de retour.
- 7.5 Si la loi française a vocation à s'appliquer, le consommateur aura éventuellement et uniquement à sa charge les frais de retour.
- 7.6 Aucune indemnité d'usage du bien ne pourra être réclamée par le cybermarchand, sauf en cas d'usage du bien contraire aux principes de droit civil, tel que la bonne foi ou l'enrichissement sans cause.
- 7.7 Le cybermarchand ne pourra se prévaloir de limitation(s) au droit de rétractation autres que celles prévues par la loi applicable.
- Ont par exemple été jugées comme abusive des clauses :
- 7.6.1 restreignant le droit de rétractation si l'emballage d'origine est endommagé ;
  - 7.6.2 excluant le droit de rétractation et de retour les produits déstockés ;
  - 7.6.3 Excluant le droit de rétractation si les produits ont été manifestement fait l'objet d'un usage durable
  - 7.6.4. Soumettant l'exercice du droit de rétractation à des modalités pratiques non justifiées par la nécessité d'assurer la protection du bien restitué ;
  - 7.6.5. Présentant le droit de rétractation non comme une règle légale mais comme une possibilité offerte au consommateur par le cybermarchand.
- 7.7 Dans le cas où le consommateur exercerait son droit de rétractation et retournerait la marchandise, le remboursement de toute somme liée à l'exécution, la conclusion ou la fin du contrat (à l'exception des seuls frais de retour) devra être effectué sans délai et au maximum trente (30) jours suivant l'exercice du droit de rétractation.
- 7.8 Le cybermarchand s'engage à proposer à l'ensemble de ses clients le contrat de garantie TRUSTED SHOPS, afin de permettre une couverture de toute somme payée par le consommateur..
- 8. Conditions Générales de Vente (CGV)**
- 8.1 Le cybermarchand devra communiquer de façon claire au consommateur des Conditions Générales de Vente (CGV) sur sa page d'accueil, et au moment de la commande.
- Par ailleurs, le cybermarchand s'engage à faire figurer, sur la page de commande, une case sur laquelle le consommateur devra cliquer afin d'indiquer qu'il a pris connaissance des conditions Générales de Vente et qu'il les accepte.
- 8.2 Les CGV devront être présentées avec une structure, des couleurs et une taille de texte permettant qu'elles soient claires et compréhensibles pour le consommateur..
- 8.3 Les CGV devront être formulées en termes clairs et compréhensibles. Elles devront être disponibles dans la langue du consommateur à qui s'adresse l'offre..
- 8.4 Les CGV doivent être fournies dans un format permettant leur conservation et leur reproduction (HTML, PDF).
- 8.5 Le cybermarchand ne pourra mettre à la charge du consommateur les risques liés au transport.
- 9. Conclusion du contrat**
- 9.1 Le cybermarchand doit mentionner de façon claire et compréhensible, les différentes étapes à suivre pour conclure le contrat par voie électronique.
- Ces explications devront en particulier préciser quel acte du consommateur ou du cybermarchand finalisera la conclusion du contrat.
- 9.2. Le cybermarchand doit mentionner de façon claire et compréhensible, en cas d'archivage du contrat, les modalités de cet archivage par l'auteur de l'offre et les conditions d'accès au contrat archivé.
- 9.3 Le consommateur doit avoir la possibilité technique de corriger les informations contenues dans les champs qu'il remplit avant de soumettre sa commande. Le cybermarchand doit lui indiquer, quels sont les moyens techniques lui permettant d'identifier les erreurs commises et de les corriger.
- 9.4 Le cybermarchand devra indiquer, les langues proposées pour la conclusion du contrat.
- 10. Email de confirmation**
- 10.1 Le cybermarchand doit sans délai accuser réception de la commande qui lui a été adressée, par voie électronique.
- 10.2 Le message de confirmation de la commande envoyé par le cybermarchand doit contenir les informations minimum suivantes :
- 10.2.1 Les mentions légales mentionnées à l'article 1 des présentes
  - 10.2.2 La description du produit
  - 10.2.3 Le prix unitaire et le prix total des marchandises commandées, les frais de livraison et, le cas échéant les frais supplémentaires ;
  - 10.2.4 La méthode de paiement sélectionnée
  - 10.2.5 Les règles relatives au droit de rétractation
- 10.3 Toutes informations supplémentaires relative à la vente à distance qui serait requise par la loi du pays où réside habituellement le consommateur doit être communiquée au consommateur au plus tard avec accomplissement du contact, s'il n'était pas déjà informé dans l'email.