



CODE DE DÉONTOLOGIE DU COMMERCE À DISTANCE

| | |
|--|----------|
| Préambule | 3 |
| 1. Généralités | 4 |
| 1.1. Champ d'application | 4 |
| 1.2. Codes supplémentaires | 4 |
| 1.3. Objectifs | 4 |
| 1.4. Champ d'application | 5 |
| 1.5. Définitions | 5 |
| 1.6. Validité des principes | 6 |
| 2. Communication de l'offre | 6 |
| 2.1. La boutique en ligne existe et est enregistrée dans le registre du commerce | 6 |
| 2.2. Le client sait quoi, comment et quand il achète | 7 |
| 2.3. Ordonnance sur l'indication des prix | 7 |
| 2.4. Décision d'achat libre | 9 |
| 2.5. Promotion des ventes | 7 |
| 2.6. Arrêt de la publicité | 9 |
| 2.7. Communication avec les clients / Opt-out pour les clients | 9 |
| 2.8. Acquisition d'adresses par des canaux propres | 9 |
| 2.9. Acquisition/location d'adresses par l'intermédiaire de fournisseurs tiers | 10 |
| 2.10. Jeux et tirages au sort | 10 |
| 2.11. Modèles d'abonnement/souscription | 10 |



| | | |
|-----------|---|-----------|
| 3. | Conditions générales de vente (CGV) | 9 |
| 3.1. | Champ d'application | 9 |
| 3.2. | Offre et conclusion du contrat | 9 |
| 3.3. | Droit de retour | 9 |
| 3.4. | Prix, expédition/transformation/coûts supplémentaires | 14 |
| 3.5. | Conditions de paiement et de livraison | 14 |
| 3.6. | Réserve de propriété (dispositif) | 16 |
| 3.7. | Garantie (dispositif) | 16 |
| 3.8. | Protection des données | 16 |
| 4. | Politique de protection des données | 16 |
| 4.1. | Portée et finalité de la collecte des données | 17 |
| 4.2. | Transfert des données des clients à des tiers | 17 |
| 4.3. | Vérification de solvabilité | 17 |
| 4.4. | Cookies | 17 |
| 4.5. | Outils de tracking | 18 |
| 4.6. | Droit d'accès, de suppression, de rectification | 18 |
| 4.7. | Conservation des données | 18 |
| 5. | Application du code de déontologie | 18 |
| 5.1. | Commission de surveillance | 18 |
| 5.2. | Signaler une violation du code de déontologie | 19 |
| 5.3. | Sanctions | 19 |
| 5.4. | Notification de décision | 19 |
| 6. | Bureau de médiation | 20 |
| 7. | Label de qualité Swiss Online Garantie | 20 |
| 8. | Entrée en vigueur et modification | 20 |



Préambule

Le code de déontologie du commerce à distance contient des directives que les titulaires du label de qualité Swiss Online Garantie suivent dans leur comportement envers les clients (personnes privées et morales). Le code de déontologie contient des exigences légales sélectionnées ainsi que des éléments d'autorégulation supplémentaires.

Le code de déontologie définit les principes d'une conduite commerciale équitable envers les clients. L'objectif est de garantir aux clients un niveau élevé de transparence, de sécurité et de respect de la loi lorsqu'ils effectuent des transactions en ligne avec des biens de toutes sortes.

Les directives vont plus loin que les la législation actuelle en matière de protection des consommateurs ou que la certification purement technique des boutiques en ligne. Elles augmentent ainsi la confiance du client dans son processus d'achat.

Le respect des principes est assuré, entre autres, par un contrôle externe de la boutique en ligne certifiée, assuré par un tiers sur mandat de l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss (certificateur). L'audit porte sur la législation suisse ainsi que sur les exigences du présent code de déontologie. L'examen de la boutique en ligne sera réitéré au plus tard au bout de 3 ans ou à la demande de l'exploitant de la boutique en ligne.

Le label « Swiss Online Garantie » ne peut être utilisé que par les membres certifiés de l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss. Les membres (B2C) qui s'adressent à des clients privés sont tenus de remplir les conditions formulées ici. Toutefois, il n'y a aucune obligation d'utiliser le label de qualité.



Les membres B2B (Business to Business) qui souhaitent utiliser le label de qualité doivent remplir toutes les exigences du code de déontologie.

Les lignes directrices n'ont pas pour objectif de faire des spécifications qualitatives en ce qui concerne les produits, le personnel, la technologie ou les fournisseurs de services utilisés.

1. Généralités

1.1. Champ d'application

Le présent Code de déontologie règle les relations entre les entreprises de commerce à distance et leurs clients finaux qui possèdent une résidence ou un siège social en Suisse.

1.2. Codes supplémentaires

Les commerçants en ligne certifiés respectent le code de déontologie du [Schweizerischen Dialogmarketing Verbandes SDV](#) ainsi que les [règles relatives à la loyauté dans la communication commerciale](#). Toutefois, ces derniers ne font pas partie du processus de certification.

1.3. Objectifs

Les objectifs du code de déontologie sont les suivants :

- Respect et conformité aux exigences légales
- Des lignes directrices pour les membres certifiés qui vont au-delà des exigences légales
- Recherche constructive de solutions par les membres certifiés dans les situations de conflit avec les clients



1.4. Champ d'application

Le code de déontologie contient des lignes directrices pour les commerçants en ligne certifiés qui concernent :

- La communication de l'offre (produits, prix, publicité)
- Les conditions générales de vente (CGV)
- La protection des données

1.5. Définitions

Les termes utilisés dans les règles énoncées ci-après sont définis de la manière suivante :

Commerce à distance : Type de commerce de détail dans lequel les produits sont proposés via des catalogues, des prospectus, des annonces, l'Internet, le téléphone fixe ou mobile (SMS), le fax ou la télévision. La commande des produits désirés peut être faite par oral (par ex. par téléphone), par écrit (par ex. par lettre, par fax ou par courrier électronique) ou en ligne, via l'Internet (site Web ou application).

Les commerçants à distance certifiés proposent à leurs clients des produits à commander via des médias tels que l'Internet, la presse écrite, les salons professionnels, le téléphone, les magasins ou la télévision.

L'opt-in unique est une procédure dans laquelle le client doit déclencher lui-même le contact publicitaire (consentement actif ou passif), mais aucune deuxième confirmation n'est donnée.

Le double opt-in est une procédure dans laquelle le consommateur final doit demander lui-même des contacts publicitaires et, dans une deuxième étape, les confirmer explicitement - généralement par mail, téléphone ou SMS.



Le client est une personne privée ou morale qui entre dans une relation précontractuelle ou contractuelle avec le commerçant à distance. Cela peut être le résultat d'un achat, d'une inscription à des bulletins d'information, d'une demande de devis ou d'autres activités sans contact personnel qui aboutissent à une relation contractuelle.

IdO (Internet des objets) : Les fonctions mises en œuvre dans les technologies IdO permettent l'interaction entre les personnes et les systèmes électroniques en réseau ainsi qu'entre les systèmes eux-mêmes. En outre, ils peuvent également soutenir les personnes dans leurs activités et déclencher automatiquement des transactions commerciales.

1.6. Validité des principes

Les principes formulés dans le code de déontologie sont une mesure d'autorégulation du secteur du commerce à distance. Le site ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss tient à jour une liste des commerçants certifiés avec la date du dernier examen sur le site www.Swiss-Online-Garantie.ch.

2. Communication de l'offre

2.1.1. La boutique en ligne existe et est enregistrée dans le registre du commerce

L'identité du commerçant en ligne offrant et fournissant des services doit être rendue facilement accessible au client via les mentions légales avant la conclusion du contrat ([LCD, article 3, al. 1, let. s, ch. 1](#)).



Les mentions légales contiennent :

- Adresse de l'entreprise selon le registre du commerce (Suisse ou UE) ou - en l'absence d'une entrée au registre - le nom et le prénom du prestataire
- Adresse / siège social de la société
- Numéro de téléphone (par défaut de l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss : numéro de téléphone suisse)
- Adresse mail

Les mentions légales peuvent être consultées de chaque sous-page (en 1 clic) et sont identifiables comme telle (« Mentions légales », « qui nous sommes », « à propos de nous », « Contact »). Les informations mentionnées ci-avant se trouvent au début des mentions légales.

2.2. Le client sait quoi, comment et quand il achète

2.2.1. Produit

La description/les images des produits et des services supplémentaires sont véridiques, claires et précises. Le vendeur ne propose que des produits originaux. Aucun article de remplacement ne sera envoyé sans le consentement du client.

2.2.2. Validité limitée de l'offre

Les informations sur la validité limitée ou la disponibilité d'une offre sont fournies de manière transparente et claire.

2.2.3. Étapes de commande selon [LCD, article 3, al. 1, let. s, ch. 2](#)

Lors du processus de commande, le détaillant indique clairement au client les étapes qui doivent encore être franchies jusqu'à la commande finale ou lorsqu'une commande est passée de manière contraignante.



2.2.4. Conclusion du contrat

Les conditions générales fournissent des informations sur le moment où un contrat est conclu.

2.3. Ordonnance sur l'indication des prix (OIP)

Le détaillant certifié est transparent dans ses informations sur le prix que le client doit payer pour les produits et/ou services sélectionnés avant que la commande ne soit complétée. Le commerçant en ligne certifié ne facturera aucun service ou produit supplémentaire, sauf si le client le demande expressément.

Avant que la commande ne soit complétée, le prix final, incluant la TVA, les droits de douane, les frais d'expédition et autres frais, sera affiché. Les éventuels frais de transport et/ou coûts supplémentaires doivent être indiqués de manière transparente dans les conditions générales.

2.3.1. Coûts supplémentaires qui ne peuvent être calculés à l'avance

Si le prix final, y compris tous les coûts supplémentaires, ne peut être affiché de manière concluante, il doit être indiqué exactement, à côté du prix final, au plus tard sur la page de détail du produit, quels coûts ne sont pas inclus ou un lien tel que « plus frais d'expédition » (ou des termes tels que frais de service, etc.) doit être utilisé pour indiquer où il est possible de vérifier quels coûts s'ajoutés.



2.4. Décision d'achat libre

Le client est totalement libre de choisir ses produits. Aucun produit ne sera envoyé au client sans avoir été sollicité. Les exceptions sont les cadeaux promotionnels, que le client reçoit gratuitement et sans obligation d'achat, ou les modèles d'abonnement initiés par le client lui-même, les commandes de l'IdO ou les livraisons de cadeaux de tiers.

2.5. Promotion des ventes

Lors de l'exécution de promotions des ventes (bons d'achat, remises, articles gratuits en fonction de la valeur de la commande, etc.), les commerçants en ligne doivent clairement indiquer toutes les conditions de ces promotions.

2.6. Arrêt de la publicité

La volonté exprimée par le client de ne pas recevoir de courrier publicitaire, d'appels téléphoniques ou de courriers électroniques, sous forme de demande directement à l'entreprise, via l'inscription d'une étoile dans les annuaires téléphoniques (appels téléphoniques) ou via la liste « Robinson » (publipostage ou catalogues), est respectée par le commerçant.

2.7. Communication avec les clients / Opt-out pour les clients

Les clients qui commandent peuvent recevoir des bulletins d'information. Le client a la possibilité de se désabonner à tout moment - de manière simple et électronique (opt-out) - de la newsletter ou d'autres informations par mail.

2.8. Acquisition d'adresses par des canaux propres

Si le commerçant en ligne utilise ses propres canaux (boutique en ligne, propre page Facebook, compte Instagram, concours spécifiques à l'entreprise, etc.) pour acquérir de nouvelles adresses électroniques, un seul opt-in suffit.



2.9. Acquisition / location d'adresses par l'intermédiaire de fournisseurs tiers

Pour obtenir des adresses électroniques via des fournisseurs tiers (agences, réseaux, affiliés) ou des concours en coopération avec d'autres commerçants, les commerçants en ligne certifiés ou les entreprises mandatées par eux opèrent selon la procédure du « double opt-in ».

2.10. Jeux et tirages au sort

Les détaillants certifiés s'engagent à ne pas organiser de concours du type « tout le monde gagne ».

2.11. Modèles d'abonnement/souscription

Les modèles commerciaux qui impliquent un second achat, un déclenchement automatique de la commande en raison des fonctions de l'IdO ou d'une l'adhésion sont autorisés, à condition qu'il soit évident pour le client qu'il s'agit d'un modèle d'abonnement, de club ou d'IdO et que les commandes ultérieures soient une condition.

Le client doit être clairement informé à la fin de l'achat - au minimum dans les conditions générales - que les obligations de paiement récurrentes sont déclenchées avec l'achèvement du processus de commande.

3. Conditions générales de vente (CGV)

Chaque commerçant certifié rend les conditions générales facilement accessibles au client. Les conditions générales sont formulées de manière transparente, compréhensible et intelligible et peuvent être consultées dans un seul document ou sur un seul site web.



Les conditions générales comprennent au moins le contenu suivant :

- Champ d'application des conditions générales
- Conclusion du contrat
- Droit de retour
- Lieu de retour pour les entreprises basées à l'étranger
- Prix, expédition/coûts de transformation/coûts supplémentaires
- Conditions de paiement et de livraison
- Frais de retard de paiement

3.1. Champ d'application

La définition du champ d'application inclut les restrictions de territorialité (dans quels pays ces CGV s'appliquent) et pour quel type de client (clients privés, clients professionnels) ces règles s'appliquent.

3.2. Offre et conclusion du contrat

Les CGV décrivent de manière simple et transparente à quel moment un contrat est conclu et donc les droits et obligations du fournisseur et du client.

3.3. Droit de retour

3.3.1. Droit de retour en général

En général (sauf exceptions déclarées voir 3.3.3), le client dispose d'un droit de retour informel pendant au moins 14 jours civils après la réception de marchandises.



3.3.2. Exceptions

Des exceptions au droit de retour sont autorisées pour les catégories de produits suivantes :

- Aliments/boissons pour des raisons d'hygiène et de sécurité
- Médicaments/suppléments alimentaires et remèdes pour des raisons de sécurité
- Articles fait sur mesure/personnalisés ou assemblés à la demande du client (par exemple (liste non exhaustive) : lunettes sur ordonnance, skis avec fixation, costumes sur mesure, combinaisons de meubles, etc.)
- Les articles protégés par le droit d'auteur, tels que les CD, les DVD ou les livres, après ouverture de l'emballage ou du scellement d'origine
- Les articles délicats du point de vue de l'hygiène tels que les lentilles, les parfums ouverts, les brosses à dents, les bijoux de piercing, les articles érotiques, les sous-vêtements, etc.
- Consommables ouverts ou non scellés, tels que toner ou piles
- Les articles électriques qui ont été mis en service (allumés, configurés) et qui ne peuvent donc être revendus qu'après un travail de remise en l'état ou à un prix réduit
- Articles faisant l'objet de contrats écrits explicites (expression écrite bilatérale de la volonté signée par les deux parties)
- Articles spécialement marqués pour des ventes/promotions de vente (note explicite sur l'article)
- Les biens ou services dont le prix dépend de fluctuations du marché financier sur lesquelles le professionnel n'a aucun contrôle et qui peuvent survenir pendant la période de retour
- Journaux, revues ou magazines
- Contenu numérique non fourni sur un support de données
- Les services dans le domaine des activités de loisirs



Pour les produits défectueux ou demandes de garantie, voir la section 3.7.

Le règlement selon lequel les articles ne doivent pas être utilisés, faute de quoi le droit de retour expire, est autorisé. L'utilisation de l'article est présumée si l'article présente des signes d'utilisation (odeur, taches, etc.) ou ne peut être vendu dans l'état dans lequel il a été retourné (par exemple, Lego, Playmobil, puzzle, parfum, etc. déballés).

Les exceptions à la politique de retour sont explicitement signalées soit dans les conditions générales de vente, soit lors de la commande. En cas d'exceptions dues à des promotions/liquidations, l'exception doit être déclarée de manière clairement visible sur la page du produit.

3.3.3. Frais de retour

En cas de retour des marchandises, le client ne peut se voir imputer d'autres frais que ceux de retour, à condition que les marchandises soient retournées dans un emballage approprié et original.

3.3.4. Remise en état

Pour la réparation d'équipements électroniques mis en service, tels que les ordinateurs, les smartphones et autres, le revendeur peut exiger une indemnisation, à condition que la restitution ne soit pas exclue. Toutefois, cela doit être réglementé de manière transparente dans les CGV.

3.3.5. Frais d'expédition pour les retours complets

Si le commerçant en ligne réclame des frais d'expédition dans le cas d'un retour complet ou si la valeur minimale de commande pour la livraison gratuite/le transport spécial n'est pas atteinte à la suite d'un retour, cela doit être explicitement réglementé dans les CGV.



3.3.6. Lieu du retour

Les commerçants certifiés ayant leur siège à l'étranger fournissent au client une adresse de retour en Suisse ou garantissent un retour à l'étranger au prix d'un colis domestique comparable en Suisse (tarif au guichet de la Poste).

3.4. Prix, expédition/transformation/coûts supplémentaires

Les conditions générales fournissent des informations sur les dispositions spéciales concernant les prix et les coûts supplémentaires tels que les frais de transport, d'assurance ou autres, qui ne sont pas déjà indiqués directement sur le produit. Si les conditions générales ou les informations sur le produit ne fournissent aucune information à cet égard, le client peut supposer qu'aucun coût supplémentaire n'est engagé et que le prix indiqué sur le produit représente le prix final à payer. Ceci s'applique indépendamment ou en complément du règlement de la section 2.3.

3.5. Conditions de paiement et de livraison

Le commerçant certifié propose au moins une méthode de paiement gratuite (sans frais supplémentaires). Les frais supplémentaires dans les opérations de paiement sont autorisés si le client les accepte en choisissant lui-même le mode de paiement et en divulguant de manière transparente tous les coûts ultérieurs.

3.5.1. Frais pour achat sur facture

Le commerçant indique les frais de facturation dans les CGV de manière transparente. Cette exigence s'applique également si un commerçant en ligne traite le paiement par l'intermédiaire de partenaires tiers. Une simple référence à leur CGV est insuffisante.



3.5.2. Frais en cas de retard de paiement lors d'un achat sur facture

Le détaillant certifié indiquera les conséquences à supporter par le client en cas de retard de paiement au moment de l'achat (frais de rappel, intérêts de retard, frais de recouvrement). Cette exigence s'applique également si un commerçant traite le paiement par l'intermédiaire de tiers. Une simple référence à leur CGV est insuffisante.

3.5.3. Moment du paiement

Les commerçants en ligne certifiés informent leurs clients dans les conditions générales de vente du moment où une carte ou un compte est débité (commande, expédition, expiration du délai de retour).

3.5.4. Remboursements des soldes créditeurs

Les soldes créditeurs des clients résultant de retours, de doubles paiements ou d'autres situations comparables seront remboursés au plus tard à la demande du client. Bons de valeur, de réduction et de cadeaux ne doivent pas être remboursés en espèces.

3.5.5. Déroulement du remboursement

Le commerçant certifié remboursera les montants des achats par le même canal que celui par lequel le montant a été payé. Dans des situations exceptionnelles et après consultation du client, un autre mode de paiement peut être choisi pour le remboursement.

3.5.6. Livraison : délais et informations

Dans la mesure du possible, les dates de livraison sont indiquées ou convenues. Le client a le droit d'annuler la commande sans frais consécutifs en cas de retard de livraison de la part des revendeurs.



3.6. Réserve de propriété (dispositif)

Toute réserve de propriété doit être formulée dans les CGV.

3.7. Garantie (dispositif)

En l'absence de disposition contraire dans les conditions générales de vente, la garantie s'applique conformément au droit des obligations. Si un détaillant souhaite modifier la garantie de ses CGV, il doit au moins prévoir l'annulation, la réduction ou le remplacement des défauts de l'article acheté. En outre, la garantie peut également être assurée par une réparation gratuite. Avec la réparation de l'article, les délais de garantie légaux recommencent à courir.

Une suppression sans restriction des droits de garantie n'est pas autorisée.

3.8. Protection des données

Chaque commerçant certifié informe le client sur la collecte, le stockage et l'utilisation ultérieure de ses données ([Politique de protection des données, chapitre 4](#)).

4. Politique de protection des données

L'adresse du client est le bien le plus important et le plus précieux que possède le commerçant en ligne. La base du traitement des données des clients est la loi fédérale sur la [protection des données](#). Chaque commerçant certifié informe le client par une déclaration de protection des données sur la collecte, le stockage et le transfert de données personnelles.



4.1. Portée et finalité de la collecte des données

Le client sera informé du type de données qui sont collectées et stockées. L'objectif de la collecte de données (expédition, contrôle d'identité, etc.) est également expliqué. Normalement, une distinction est faite entre le stockage des données lors de la visite d'un site web, lors de la création d'un compte client et lors des achats dans une boutique en ligne.

4.2. Transfert des données des clients à des tiers

Les commerçants certifiés informent dans leur déclaration de protection des données sur le transfert des données d'adresse des clients à des tiers, que ce soit à des fins d'expédition, de publicité ou de coopération ou de collecte. Le client a le droit de faire bloquer à tout moment la transmission de ses données personnelles à des fins de marketing.

4.2.1. Transmission de données à l'étranger

Si des données personnelles sont transférées à l'étranger (hébergement, paiement, etc.), le commerçant doit le mentionner dans sa déclaration de protection des données.

4.3. Vérification de solvabilité

Si le détaillant en ligne propose un achat sur facture, il informe le client de manière transparente si une vérification de solvabilité est effectuée.

4.4. Cookies

Les commerçants certifiés informent les clients sur l'utilisation des cookies et indiquent dans la déclaration de protection des données comment désactiver le suivi des cookies.



4.5. Outils de tracking

Les clients sont informés par les détaillants certifiés sur l'utilisation des outils de tracking. Le but de l'utilisation et les informations recueillies sont présentés de manière transparente.

4.6. Droit d'accès, de suppression, de rectification

Chaque client a le droit d'obtenir un accès aux données stockées. Le commerçant certifié doit indiquer dans sa déclaration de protection des données une adresse email pour les demandes d'accès, de suppression ou de correction des données.

4.7. Conservation des données

Le client sera informé de la durée de conservation des données à caractère personnel.

5. Application du code de déontologie

5.1. Commission de surveillance

Une commission de surveillance a pour tâche d'identifier et de rectifier toute violation signalée du code de déontologie.

La commission de surveillance se compose du président, d'un membre du conseil d'administration et d'un représentant du certificateur.

La commission se réunit à la demande du président pour clarifier toute infraction. Elle peut également traiter la question par écrit.



La commission de surveillance s'appuie, le cas échéant, sur des avis techniques, économiques et juridiques et peut consulter les associations de consommateurs.

Les délibérations de la Commission sont confidentielles et ses membres sont tenus au secret.

5.2. Signaler une violation du code de déontologie

Toute personne physique ou morale qui découvre une violation du code de déontologie peut le signaler à l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss. La plainte doit être faite par écrit avec tous les documents pertinents.

Le signalement d'une infraction se fait par lettre ou par mail au directeur général au siège de l'association.

S'il n'est pas possible de résoudre le problème à l'amiable, la commission de surveillance intervient par l'entremise d'un membre de l'association ou du directeur général. Elle veille à ce que les principes de ce code de déontologie soient respectés par les commerçants certifiés.

5.3. Sanctions

Lorsque la Commission détecte une violation du code de déontologie, elle accorde au commerçant certifié concerné un délai raisonnable pour résoudre le problème. Dans les cas particulièrement graves, elle demande à l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss de retirer le label de qualité.

5.4. Notification de décision

La décision de la commission de surveillance ou la mesure de sanction sera transmise par écrit par l'association au commerçant certifié concerné. Tout retrait du label de qualité peut être publié sur le site Internet de l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss.



6. Bureau de médiation (Ombudsstelle E-Commerce)

Les commerçants certifiés acceptent le bureau de médiation (Ombudsstelle E-Commerce) comme organe de médiation et de conciliation dans les situations de conflit avec les clients. En cas de plaintes de clients, les commerçants certifiés s'engagent à mettre à disposition les documents et déclarations demandés par le bureau de médiation à des fins de médiation et à coopérer de manière ciblée.

7. Label de qualité Swiss Online Garantie

Le respect des règles décrites dans le présent code de déontologie permet aux commerçants certifiés d'utiliser le label Swiss Online Garantie dans leur publicité et sur leur site web.

8. Entrée en vigueur et modification

Ce code de déontologie a été adopté lors de l'assemblée générale du 11 mars 2020. Elle remplace la version précédente et entre en vigueur le **XXX**.

Le code de déontologie peut être modifié et/ou complété en tout temps par l'assemblée générale de l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss à la demande du conseil d'administration.



Zürich, le 11 mars 2020



Le Président

Le directeur général