

Préambule.....	3
1. Généralités	4
1.1. Domaine d'application	4
1.2. Objectif	4
1.3. Etendu	4
1.4. Définitions	4
1.5. Liste des commerçants en ligne certifiés	5
2. Communication de l'offre	6
2.1. Mentions légales et coordonnées	6
2.2. Produit	6
2.3. Disponibilité limitée et validité de l'offre	6
2.4. Etapes de commande	7
2.5. Ordonnance sur l'indication des prix	7
2.5.1. Indications des prix, composantes du prix et frais supplémentaires	7
2.6. Libre choix de l'achat	7
2.7. Promotion des ventes	8
2.8. Stop à la publicité	8
2.9. Marketing par e-mail	8
2.10. Promesse de gain	9
2.11. Modèles d'abonnement/de souscription	9
3. Conditions générales de vente (CGV)	10
3.1. Domaine d'application	10
3.2. Conclusion du contrat	10
3.3. Droit de retour	10
3.3.1. Droit de retour général	10
3.3.2. Exceptions au droit de retour	11
3.3.3. Frais et adresse de renvoi	12
3.3.4. Conséquences du retour et dédommagement	12
3.4. Conditions de paiement et de livraison	13
3.4.1. Conséquences d'un retard de paiement	13
3.4.2. Prélèvement du montant	13

Critères de contrôle Swiss Online Garantie



3.4.3.	Remboursement de créances	13
3.4.4.	Délais de livraison	14
3.5.	Garantie (dispositif)	14
4.	Déclaration de confidentialité	15
4.1.	Responsabilité et but de la collecte de données	15
4.2.	Communication des données et destinataires des données	15
4.3.	Transmission des données à l'étranger	15
4.4.	Traitement des paiements et vérification de la solvabilité	16
4.5.	Cookies et Tracking-Tools	16
4.6.	Droits des personnes concernées	16
5.	Non-respect des critères de contrôle	17
5.1.	Annonce en cas de non-respect des critères de contrôle	17
5.2.	Sanctions	17
6.	Label de qualité Swiss Online Garantie	17
7.	Entrée en vigueur et modifications	17

Préambule

Les critères de contrôle du label de qualité Swiss Online Garantie contiennent des directives auxquelles les titulaires du label de qualité Swiss Online Garantie doivent se conformer vis-à-vis de leurs clients (personnes privées et morales).

L'objectif est de rendre le commerce en ligne de tous types de produits plus transparent pour les clients, de renforcer la confiance et de contribuer à un meilleur respect de la loi.

Les critères de contrôle du label de qualité Swiss Online Garantie comprennent une sélection de prescriptions légales ainsi que des composants supplémentaires d'autorégulation. Dans certains domaines, les critères de contrôle vont au-delà des prescriptions légales en vigueur ou des certifications purement techniques des boutiques en ligne et servent de base de confiance pour les achats du client.

Le respect des critères de contrôle pour le label de qualité Swiss Online Garantie est assuré entre autres via un contrôle structuré de la boutique en ligne par une instance tierce mandatée par l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss. Les critères de contrôle pour le label de qualité Swiss Online Garantie font partie intégrante du contrôle. Le contrôle de la boutique en ligne est réitéré à la demande de son exploitant. La reconduction de la certification de la boutique en ligne a lieu tous les trois ans sur la base d'une auto-déclaration numérique. Les résultats de l'auto-déclaration sont vérifiés aléatoirement par l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss, le cas échéant avec le concours de l'instance tierce.

Le label de qualité Swiss Online Garantie peut uniquement être utilisé par les membres de l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss ayant obtenu la certification et qui remplissent tous les critères de contrôle. Cela vaut pour les membres orientés aussi bien vers les consommateurs finaux (B2C) que les entreprises B2B. Les membres n'ont aucune obligation de faire usage du label de qualité. En cas de non-respect des critères de contrôle, le label de qualité peut être retiré.

Les commerçants en ligne certifiés avec succès sont publiés sur le site www.swiss-online-garantie.ch.

Les critères de contrôle du label de qualité Swiss Online Garantie n'ont pas pour but d'imposer des exigences qualitatives relatives aux produits, au service, au personnel, à la technologie ou aux prestataires de services engagés.

1. Généralités

1.1. Domaine d'application

Les critères de contrôle du label de qualité Swiss Online Garantie régissent les échanges entre les commerçants en ligne et leurs clients dont l'adresse de facturation ou de livraison se trouve en Suisse.

1.2. Objectif

Les objectifs des critères de contrôle pour le label de qualité Swiss Online Garantie sont les suivants :

- promouvoir le respect des prescriptions légales
- aller au-delà des dispositions légales avec des consignes destinées aux commerçants en ligne certifiés dans le cadre de leurs interactions avec les clients

1.3. Etendu

Les critères de contrôle pour le label de qualité Swiss Online Garantie incluent notamment des directives pour les commerçants en ligne concernant :

- la communication de l'offre (produits, prix, publicité)
- les mentions légales
- les conditions générales de vente (CGV)
- la protection des données
- le check-out

1.4. Définitions

Pour la bonne compréhension des termes utilisés dans les critères de contrôle du label de qualité Swiss Online Garantie, les définitions suivantes s'appliquent :

Le **commerce en ligne** constitue l'offre et la vente de produits dans le cadre du commerce électronique (notamment via des boutiques en ligne, des applications ou des applications IoT).

Les **commerçants en ligne** sont les membres de l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss désireux d'obtenir la certification ou la reconduction de la certification pour le label de qualité « Swiss-Online Garantie » et qui proposent aux clients des produits en ligne.



L'**opt-out** est une procédure de désinscription dans le commerce en ligne via laquelle le client doit désactiver une option.

Le **client** est une personne privée ou morale avec une adresse de facturation ou de livraison en Suisse.

L'**IoT** (Internet of Things/ « internet des objets ») est un réseau d'objets physiques dans lequel des capteurs, des logiciels et d'autres technologies sont intégrés afin de collecter et d'échanger sur internet des données avec d'autres appareils et systèmes.

1.5. Liste des commerçants en ligne certifiés

L'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss publie sur le site www.swiss-online-garantie.ch une liste des commerçants en ligne certifiés avec mention de la date de la dernière certification.

2. Communication de l'offre

2.1. Mentions légales et coordonnées

Le commerçant en ligne publie des informations claires et complètes sur le prestataire et le partenaire contractuel des clients. Les informations doivent être facilement accessibles (c'est-à-dire en principe en 1 clic max.) depuis chaque sous-page (c'est-à-dire également au check-out) et facilement reconnaissables (p.ex. au pied de page ou directement au début d'une rubrique centrale avec une désignation comme « mentions légales », « à propos de nous » ou « contact »).

Les informations suivantes doivent obligatoirement figurer dans les mentions légales ([article 3 alinéa 1 let. s ch. 1 LCD](#)) :

- Raison sociale/nom selon le registre du commerce (Suisse, UE, EEE ou UK)
- Adresse du siège de l'entreprise
- Adresse électronique

Le commerçant en ligne propose de plus un numéro de téléphone suisse ou une option de rappel par téléphone soit dans les mentions légales, soit dans les détails de contact, soit sur la page principale.

2.2. Produit

La description et les images des produits et des services complémentaires sont conformes à la vérité, claires et précises. Le commerçant en ligne propose uniquement des produits dont la commercialisation est autorisée en Suisse (c'est-à-dire qui répondent aux exigences légales en matière de sécurité des produits et d'étiquetage) et ne vend pas de plagats.

2.3. Disponibilité limitée et validité de l'offre

La validité ou la disponibilité limitée d'une offre est communiquée de manière claire et transparente. Si un produit commandé n'est pas disponible, aucun article de remplacement ne peut être envoyé aux clients sans leur accord explicite préalable (p.ex. par e-mail).

2.4. Etapes de commande

Conformément à [l'article 3 alinéa 1 let. s ch. 1 LCD](#), le commerçant en ligne organise le processus de commande/check-out de manière transparente et indique précisément l'étape à laquelle se trouve le client, les étapes restantes jusqu'à la passation d'une commande ferme et le moment où une commande est passée de manière ferme.

2.5. Ordonnance sur l'indication des prix

2.5.1. Indications des prix, composantes du prix et frais supplémentaires

Le commerçant en ligne indique les prix de manière transparente, conformément aux prescriptions légales, notamment à l'ordonnance sur l'indication des prix ([OIP](#)). En particulier, il indique sur la page des détails du produit le prix que le client doit effectivement payer, comprenant tous les éléments qui ne peuvent pas être choisis librement et calculés à l'avance par le client, comme p.ex. la TVA (dans les relations B2C), les taxes d'élimination anticipées ou les redevances de droits d'auteur. Dans les relations B2B, la TVA peut également être mentionnée de façon séparée.

Les frais d'expédition mais aussi les suppléments pour petites quantités ne doivent pas être inclus dans le prix. Cependant, pour être transparent, le commerçant en ligne mentionne dans le champ visuel du client que les frais d'expédition/un supplément pour quantité minimale sont facturés et à combien ils s'élèvent (p.ex. avec la mention « hors frais de port » et un lien vers le montant des frais).

Toutes les composantes du prix que le client peut choisir librement ou qui ne peuvent pas être calculées à l'avance (p. ex. frais de douane ou de service) doivent être communiquées au client de manière transparente lors du processus de commande. Il convient en outre de tenir compte des autres règles spéciales figurant dans les présents critères de contrôle (voir notamment ch. 3.4).

2.6. Libre choix de l'achat

Le commerçant en ligne ne facture pas de prestations ou de produits supplémentaires tant que le client ne l'a pas expressément demandé. Le client fait son choix de produit en toute liberté. Aucun produit n'est envoyé au client sans qu'il l'ait demandé.

Sont exceptés les cadeaux publicitaires que le client reçoit gratuitement et sans obligation, ainsi que les envois de cadeaux de clients à des tiers. Sont également exclues les livraisons qui ont lieu dans le cadre d'un abonnement commandé par le client ou qui résultent de commandes IoT automatisées initiées par le client (voir notamment ch. 2.11).

2.7. Promotion des ventes

Dans le cadre des promotions des ventes (bons, rabais, articles gratuits en fonction de la valeur de la commande, etc.), les commerçants en ligne indiquent toutes les conditions de ces promotions de manière transparente et sans équivoque.

2.8. Stop à la publicité

Les commerçants en ligne respectent le choix du client de ne pas recevoir de publicité par courrier, téléphone ou e-mail, indépendamment du fait qu'il ait été adressé directement à l'entreprise, via l'inscription d'une étoile dans les annuaires téléphoniques (appels publicitaires) ou par le biais d'un autocollant « Stop à la publicité » apposé sur la boîte aux lettres ou d'une inscription à la [liste SDV Robinson](#) (publicité postale).

2.9. Marketing par e-mail

Le commerçant en ligne n'envoie de la publicité par e-mail qu'avec le consentement documenté du destinataire. La publicité par e-mail sans consentement est uniquement autorisée vis-à-vis des clients existants, c'est-à-dire un destinataire qui a commandé des produits auprès du commerçant en ligne et qui a été informé de manière transparente de la publicité par e-mail et de la possibilité de se désabonner, si les conditions suivantes sont remplies : le destinataire ne s'est pas opposé à la publicité par e-mail qui se limite aux propres produits du commerçant en ligne, similaires à ceux commandés par le destinataire.

Le commerçant en ligne indique son identité dans tous les e-mails publicitaires et intègre un lien explicite et transparent (p.ex. « se désabonner ») permettant au destinataire de refuser facilement la publicité (opt-out).



2.10. Promesse de gain

Les commerçants en ligne renoncent, conformément à [l'article 3 alinéa 1 let. t ch. 1 LCD](#), aux actions marketing donnant la fausse impression que le destinataire a déjà gagné un prix, alors que l'obtention du gain dépend aussi d'autres conditions, comme p.ex. l'achat d'un produit, la participation à un tirage au sort, etc.

2.11. Modèles d'abonnement/de souscription

Les modèles commerciaux impliquant un deuxième achat, le déclenchement automatique d'une commande grâce à des fonctions IoT ou une souscription sont autorisés, pour autant que les conditions soient clairement communiquées au client avant la conclusion du contrat et que celui-ci soit notamment informé qu'il s'engage à effectuer des paiements récurrents.

3. Conditions générales de vente (CGV)

Tout commerçant en ligne publie ses conditions générales de vente, p.ex. sous forme de conditions générales de vente (ci-après : CGV), de manière transparente et dans la même langue que les pages des produits. Les CGV doivent pouvoir être consultées depuis chaque sous-page (en principe en 1 clic max.). De plus, les CGV doivent être faciles à trouver (p.ex. via un lien « CGV » au pied de page) et être formulées de manière compréhensible.

Les CGV contiennent des dispositions concernant au moins les points suivants :

- domaine d'application des CGV
- conclusion du contrat
- droit de retour
- lieu de retour pour les entreprises ayant leur siège à l'étranger
- prix, frais d'expédition/de traitement/supplémentaires
- conditions de paiement et de livraison
- frais en cas de retard de paiement

3.1. Domaine d'application

La définition du domaine d'application précise à quelles commandes (p.ex. via la boutique en ligne sous le domaine « XY »), à quel partenaire contractuel, à savoir à quel fournisseur et quels clients (particuliers et/ou professionnels) les CGV s'appliquent.

3.2. Conclusion du contrat

Conformément à [l'article 3 al. 1 let. s chiffre 2 LCD](#), le commerçant en ligne fournit dans les CGV des informations claires et compréhensibles sur le moment où la commande du client aboutit à la conclusion d'un contrat (p.ex. à la réception de la commande, par l'acceptation de la commande par e-mail, etc.).

3.3. Droit de retour

3.3.1. Droit de retour général

Le commerçant en ligne accorde à tous ses clients le droit de renvoyer les produits commandés ou de résilier le contrat sans justification pendant au moins 14 jours après réception de la marchandise (ci-après : droit de retour). Les exceptions au droit de retour sont mentionnées au point 3.3.2.

3.3.2. Exceptions au droit de retour

Le commerçant en ligne peut prévoir les exceptions suivantes au droit de retour :

- produits alimentaires (y.c. boissons et compléments alimentaires)
- marchandises pouvant se détériorer rapidement ou dont la date de péremption est proche
- produits vivants (p.ex. plantes, kits de culture, insectes auxiliaires)
- médicaments et dispositifs médicaux
- produits sur mesure, personnalisés ou fabriqués à la demande du client (p.ex. costumes sur mesure, produits avec gravure, ensemble de meubles, lunettes de correction, etc.)
- produits ne pouvant être retournés pour des raisons d'hygiène ou de santé, tels que brosses à dents, bijoux de piercing, articles érotiques, sous-vêtements, matelas, etc.
- consommables ouverts ou déballés (p.ex. toners ou piles)
- appareils électriques ou électroniques (p.ex. réfrigérateurs, ordinateurs portables, lampes) qui ont été mis en service (allumés et/ou configurés) et qui, par conséquent, ne peuvent être revendus que difficilement avec une réduction du prix)
- produits bénéficiant d'une réduction du prix pour une durée limitée, à condition que cela soit indiqué dans l'offre, au plus tard sur la page des détails du produit
- biens ou services dont le prix dépend des fluctuations sur le marché financier, sur lesquelles l'entrepreneur n'a aucune influence et pouvant survenir pendant le délai de renvoi
- livres, journaux, revues ou magazines
- les enregistrements audio ou vidéo ou les logiciels informatiques (p.ex. CD, DVD) livrés sur un support de données physique après ouverture de l'emballage d'origine ou après avoir été descellés
- contenus numériques n'étant pas fournis sur un support physique
- bons d'achat (numériques ou physiques)
- prestations pour des activités de loisirs (p.ex. hébergement ou événement) si le contrat prévoit une date ou une période spécifique d'exécution

Le point 3.5 s'applique aux produits défectueux et aux droits à la garantie.



L'exclusion ou la limitation du droit de retour est autorisée lorsqu'un produit a été utilisé ou que l'emballage d'origine est manquant ou endommagé, dans la mesure où le client a la possibilité d'examiner les produits (p.ex. de les essayer). Une utilisation des produits peut être présumée s'ils présentent des traces d'utilisation (odeur, taches, etc.), s'ils ont été mélangés de manière indissociable avec d'autres biens ou s'ils ne peuvent être vendus dans l'état, moyennant d'importants travaux de remise en état ou à un prix réduit (p.ex. lego ou puzzle déballés, parfums ouverts, etc.).

Les exceptions à la règle des retours sont expressément mentionnées dans les CGV. En cas d'exception liée à une réduction de prix limitée dans le temps, la mention doit également figurer de manière bien visible sur la page des détails du produit.

3.3.3. Frais et adresse de renvoi

Le commerçant en ligne peut prévoir dans ses CGV que les frais de retour sont à la charge du client. Le commerçant en ligne indique l'adresse à laquelle les produits doivent être renvoyés. Les commerçants en ligne dont le siège social se trouve à l'étranger, indiquent au client une adresse de renvoi en Suisse ou garantissent un renvoi à l'étranger au tarif d'une expédition nationale comparable. Pour les marchandises livrées par transporteur, les frais de renvoi sont indiqués de manière transparente dans les CGV.

3.3.4. Conséquences du retour et dédommagement

Si le client fait usage de son droit de retour dans le délai indiqué, le montant total déjà versé par celui-ci lui est remboursé immédiatement et dans son intégralité par le commerçant en ligne par le même canal que celui par lequel il a été payé. Le remboursement sous forme de bon d'achat n'est autorisé que si le client a donné son accord explicite (p.ex. par e-mail). Les avoirs du client doivent être remboursés au plus tard à la demande de ce dernier.

Si le retour a pour conséquence que le montant de la commande est inférieur à un seuil de livraison sans frais d'envoi, le commerçant en ligne peut déduire les frais d'envoi du montant remboursé, à condition que cela soit mentionné de manière transparente. Sous la même condition, les frais d'un transport spécial, par lequel les produits commandés ont été livrés au client, peuvent également être déduits. Si le commerçant en ligne fait valoir des frais d'envoi pour un retour complet, cela doit être stipulé explicitement dans les CGV.

Au lieu d'exclure le droit de retour (selon le point 3.3.2), le commerçant en ligne peut réserver dans les CGV une déduction ou une demande d'indemnisation si les produits ont été utilisés ou si l'emballage d'origine est manquant ou endommagé.

3.4. Conditions de paiement et de livraison

Le commerçant en ligne propose au moins un mode de paiement sans frais supplémentaires. Des frais supplémentaires pour les autres modes de paiement proposés sont autorisés si le client les sélectionne activement au cours du processus de commande. Les frais supplémentaires doivent être indiqués de manière transparente pour chaque mode de paiement.

3.4.1. Conséquences d'un retard de paiement

Le commerçant en ligne qui permet aux clients de commander sur facture règle dans les CGV les conséquences en cas de retard de paiement par le client. Si le commerçant en ligne utilise les services d'un prestataire de services de paiement, il peut renvoyer un lien vers les CGV de ce dernier. Dans tous les cas, il doit mentionner dans ses propres CGV si le prestataire ou lui-même souhaite faire valoir des frais de rappel ou de recouvrement. Le montant de ces frais doit être mentionné dans les CGV ou communiqué via un lien direct.

3.4.2. Prélèvement du montant

Les commerçants en ligne informent leurs clients dans les CGV à quel moment leur carte de crédit est débitée ou quand le prélèvement du montant est effectué sur leur compte (p.ex. lors de la commande, de l'expédition ou à l'expiration du délai de retour).

3.4.3. Remboursement de créances

Les créances du client résultant de retours, de doubles paiements ou d'autres constellations comparables sont remboursés sans délai et au plus tard à la demande du client. Les créances du client résultant de bons (p.ex. bons de valeur ou cadeaux) font exception à cette règle. Ceux-ci ne doivent pas être remboursés. Les avoirs des clients doivent être remboursés au plus tard à la demande du client.



3.4.4. Délais de livraison

Le commerçant en ligne fournit des informations précises sur la date de livraison des produits commandés. En cas de retard de livraison, il en informe le client sans délai lui conférant le droit de résilier le contrat et de se faire rembourser le montant versé.

3.5. Garantie (dispositif)

Sauf disposition contraire expresse dans les CGV, la garantie selon le Code des obligations (CO) s'applique. Si un commerçant en ligne souhaite modifier la garantie légale dans ses CGV, il doit au moins prévoir, en cas de défaut de l'objet acheté, la résolution du contrat, une réduction du prix, un remplacement ou une réparation.

Une exclusion totale des droits de garantie n'est pas autorisée.

4. Déclaration de confidentialité

Les commerçants en ligne informent de manière transparente sur le traitement des données personnelles tout en respectant les prescriptions de [la loi fédérale sur le traitement des données \(LPD\)](#). Ces informations figurent dans une déclaration de confidentialité qui est publiée dans la même langue que les pages de leurs produits. La déclaration de confidentialité doit être facilement accessible au moins depuis chaque sous-page (p.ex. via un lien « déclaration de confidentialité » au pied de page).

4.1. Responsabilité et but de la collecte de données

Dans la déclaration de confidentialité, le commerçant en ligne fournit des informations sur tous les traitements de données pour lesquels il est considéré comme responsable en matière de protection des données, et se désigne expressément comme responsable.

Il fournit des informations transparentes et complètes sur les données qui sont traitées, leur usage et la manière dont elles sont traitées (p.ex. lors de la visite du site web, la création d'un compte client, l'achat dans la boutique en ligne ou pour le marketing par e-mail).

4.2. Communication des données et destinataires des données

Les commerçants en ligne fournissent, dans la déclaration de confidentialité, des informations transparentes et complètes sur la communication des données personnelles à d'autres entreprises, notamment à des prestataires de transport ou de services de paiement ainsi qu'à des sociétés de recouvrement. Il convient également d'indiquer les entreprises auxquelles les données personnelles sont communiquées en leur accordant des droits d'accès (p.ex. fournisseurs de plateformes logicielles Cloud ou de support informatique).

4.3. Transmission des données à l'étranger

Si des données personnelles sont communiquées à des destinataires à l'étranger, le commerçant en ligne en informe de manière complète et transparente. S'il s'agit d'un pays qui, du point de vue de la Suisse, ne dispose pas d'un niveau de protection des données adéquat (voir la liste mentionnée dans [l'annexe de d'ordonnance sur la protection des données \(OPD\)](#), il précise les mesures qui sont prises pour garantir une protection des données appropriée.

4.4. Traitement des paiements et vérification de la solvabilité

Le commerçant en ligne fournit des informations transparentes et complètes sur le traitement des données dans le cadre du processus de paiement. Si le commerçant en ligne utilise les services d'un prestataire de services de paiement, il peut, via un lien, renvoyer vers la déclaration de confidentialité de ce dernier. Dans tous les cas, il doit mentionner dans sa propre déclaration de protection des données si le prestataire de services ou lui-même souhaite effectuer un contrôle de solvabilité.

4.5. Cookies et Tracking-Tools

Les commerçants en ligne qui utilisent des cookies ou des technologies similaires à des fins de marketing (y.c. les analyses des statistiques de visite du site internet) informent les clients de ces traitements de données au moyen d'une bannière de cookies qui contient un lien vers la déclaration de confidentialité ou vers la politique de cookies.

Dans les bannières de cookies et/ou la déclaration de confidentialité, ils fournissent des informations complètes et transparentes sur tous les traitements basés sur les cookies, notamment les services permettant de suivre le comportement des visiteurs (« tracking tools »), et indiquent comment les traitements qui y sont liés peuvent être empêchés.

4.6. Droits des personnes concernées

Le commerçant en ligne s'assure qu'il peut répondre dans les délais et conformément à la réglementation, aux demandes des personnes concernées (clients, visiteurs du site, etc.) en lien avec l'exercice des droits prévus par la loi sur la protection des données (p.ex. accès et suppression). Il indique dans la déclaration de confidentialité une adresse électronique pour les demandes relatives à la protection des données.

5. Non-respect des critères de contrôle

5.1. Annonce en cas de non-respect des critères de contrôle

Toute personne physique ou morale qui constate un non-respect des critères de contrôle peut en informer l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss.

5.2. Sanctions

En cas de non-respect des critères de contrôle, l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss retire le label de qualité Swiss Online Garantie au commerçant en ligne. Ce dernier est tenu de supprimer le label de qualité sans délai sur son site internet.

Si une entreprise refuse de faire une auto-déclaration en vue d'une reconduction de la certification, le label de qualité peut être retiré au commerçant en ligne.

6. Label de qualité Swiss Online Garantie

Après avoir obtenu la certification, le commerçant en ligne est autorisé à utiliser le label de qualité Swiss Online Garantie dans sa boutique en ligne certifiée et dans sa publicité, à condition de respecter les directives de l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss.

7. Entrée en vigueur et modifications

Les critères de contrôle sont définis par le comité de l'ASSOCIATION DE COMMERCE.swiss. Toutes modifications sont communiquées aux membres de l'association.

Berne, le 20 novembre 2024

Le président

Tom Prenosil

Le directeur général

Bernhard Egger