GOGLA CONSUMER PROTECTION CODE

GOUVERNANCE ET GESTION

GM1 Le Conseil examine périodiquement le respect par le fournisseur des principes et indicateurs de protection des consommateurs et tient la direction responsable de leur application.

GM2 Les indicateurs **font partie des ICP de gestion institutionnelle** pour assurer l'évaluation, l'amélioration et le respect continus des bonnes pratiques de protection des consommateurs.

GM3 Les principes de protection des consommateurs sont **parfaitement visibles et facilement accessibles au personnel**, y compris à la direction, et aux consommateurs (par exemple dans les locaux de l'entreprise et sur l'intranet, sur le site web externe, sur les canaux de communication du personnel).

GM4 Tout le personnel concerné, y compris la direction et les agents commerciaux (non employés) sont formés aux principes et indicateurs de protection des consommateurs lors des formations d'intégration et de recyclage.

GM5 Dans les cas où l'entreprise travaille avec des partenaires ou des prestataires de services, un accord est signé pour garantir le respect des principes et indicateurs de protection des consommateurs.

A. TRANSPARENCE

A1 Les consommateurs sont informés des principales conditions du contrat, notamment :
-la durée du contrat
-les circonstances qui peuvent entraîner une modification du prix ou de la durée du plan de paiement (y compris les variations des taux de change des devises)
-les sanctions en cas de retard ou de non-paiement (y compris le verrouillage du système de pénalités, les politiques de reprise de matériel)
-le cas échéant, la possibilité de signaler un consommateur à une agence de crédit (pour un signalement complet et partiel du dossier)
-les obligations de l'entreprise envers les consommateurs

A2 Tous les frais et charges sont clairement indiqués et inclus dans le prix total (à crédit ou au comptant)

A3 L'entreprise s'assure que les consommateurs potentiels sont informés de tous les produits et options de paiement disponibles chez le fournisseur.

A4 L'entreprise communique avec les consommateurs dans la langue la plus appropriée, qu'il s'agisse de la langue officielle du pays ou d'une autre langue locale. Le prestataire communique de manière suffisamment claire et simple ; pour les consommateurs les moins alphabétisés, la communication orale et visuelle complète l'information écrite, y compris la lecture du contrat à voix haute au consommateur.

A5 Les déclarations destinées au consommateur dans tous les documents de vente et de marketing et sur les emballages reflètent avec précision les caractéristiques et les performances techniques du produit (en termes de puissance lumineuse, de durée d'utilisation, etc.) Les consommateurs reçoivent un manuel d'utilisation, les conditions de garantie et des informations sur le service clientèle (y compris sur la manière de déposer une plainte). L'entreprise informe toujours les consommateurs si le produit est d'occasion ou remis à neuf.

A6 Les consommateurs reçoivent une confirmation de paiement et une mise à jour du solde restant après avoir effectué un paiement, sauf s'ils choisissent de ne pas le faire. Les consommateurs peuvent accéder à l'historique de leurs transactions sur demande.

A7 L'entreprise informe les consommateurs des données personnelles qui sont collectées et stockées.

B. POLITIQUE DE VENTE ET POLITIQUE TARIFAIRE RESPONSABLES

B1 L'entreprise évalue la capacité de paiement d'une manière proportionnelle à l'engagement financier du consommateur et au niveau de risque perçu.

B2 Le personnel commercial et les autres agents en contact avec les consommateurs qui sont chargés d'évaluer la capacité de paiement reçoivent une formation supplémentaire pour comprendre la vulnérabilité financière des consommateurs et atténuer leurs risques de surcharge financière (au-delà des exigences énoncées dans le GM4).

B3 L'entreprise veille à ce que les commerciaux pratiquent des ventes responsables et soient encadrés, avec des incitations, un suivi et des sanctions le cas échéant, afin de dissuader les ventes abusives ou excessives aux consommateurs.

B4 L'entreprise s'assure (par téléphone, en personne ou via un système automatisé permettant de valider avec le consommateur) que ce dernier comprend les principales modalités du plan de paiement.

B5 Si un service ou un produit supplémentaire est acheté (pendant ou après la durée initiale du contrat), et que l'article énergétique d'origine sert de garantie (avec la possibilité de mise hors service ou de reprise du matériel), cela ne se fait qu'avec le consentement éclairé du consommateur.

C. BON SERVICE À LA CLIENTÈLE

C1 L'entreprise offre une garantie minimale d'un an pour les produits de moins de 10W, et de deux ans pour les produits de 10 à 350W. Si la période de paiement prévue est plus longue, la période de garantie offerte ne doit pas être inférieure à la période de paiement prévue. La garantie sur les appareils est d'une durée minimale d'un an.

C2 L'entreprise garantit la disponibilité d'une assistance technique et s'efforce de réparer les produits endommagés ou défectueux dans les meilleurs délais.

C3 L'entreprise dispose d'un service d'assistance à la clientèle (centre d'appel, application, chat ou autre système approprié) pour répondre aux questions, plaintes, retours et autres problèmes des clients.

C4 L'entreprise s'efforce de concevoir et de gérer ses activités de manière à permettre au consommateur de bénéficier d'un service continu en cas de défaillance du fournisseur. Cela peut impliquer la reprise ou le transfert des opérations à un tiers, le déblocage du produit ou d'autres moyens.

C5 L'entreprise recueille les commentaires et les réactions des consommateurs sur ses produits et services et sur son plan de paiement par le biais d'enquêtes de satisfaction ou d'interactions avec les consommateurs (avant, pendant et après la vente, y compris par le biais de services d'assistance aux consommateurs). Le fournisseur utilise ces retours d'informations pour améliorer ses produits, ses services et son plan de paiement.

C6 Le consommateur est informé des exigences en matière d'élimination du produit en fin de vie, en accordant une attention particulière à la batterie. Si nécessaire, l'entreprise met en place un programme de collecte ou informe les consommateurs sur les autres possibilités de collecte (par exemple auprès d'autres agences).

D. PRODUITS DE BONNE QUALITÉ

D1 Tous les produits sont certifiés selon la norme de qualité de chaque produit concerné

D2 Si le produit n'est pas "plug-and-play", le système est installé par un technicien qualifié.

D3 Les kits de systèmes solaires domestiques (10 à 350 W) et les systèmes à base de composants sont vendus avec un manuel d'utilisation qui comprend des instructions sur l'installation, l'utilisation, le dépannage et sur les questions de santé et de sécurité. Les spécifications techniques du système et des composants (et les méthodes de remplacement) sont claires.

D4	L'interface utilisateur et le processus de paiement sont bien adaptés aux consommateurs (c'est-à-dire que s'ils dépendent d'un réseau mobile ou d'une application de paiement mobile, ceux-ci sont facilement accessibles, et les procédures de paiement ne sont pas indûment compliquées).

E. PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

E1	L'entreprise respecte toutes les lois et réglementations en matière de confidentialité des données dans son pays d'activité.
E2	L'entreprise ne recueille, n'utilise, ne partage et ne stocke que les données personnelles (y compris les informations sur les clients, la consommation d'énergie et les paiements) qui présentent un intérêt légitime.
E3	L'entreprise obtient un consentement valable des consommateurs pour la vente de leurs informations personnelles (et à des fins autres que des intérêts légitimes) à des tiers tels que des annonceurs.
E4	Les données personnelles (sur papier et sous forme électronique) sont protégées ou cryptées de manière adéquate afin de minimiser le risque de vol ou d'utilisation abusive de celles-ci lors de leur stockage et de leur transmission.

F. TRAITEMENT ÉQUITABLE ET RESPECTUEUX

F1	L'entreprise veille à ce que le personnel et les agents commerciaux soient informés des **comportements prohibés** et sanctionnés de manière appropriée s'ils s'y livrent.
F2	Des garanties appropriées sont en place pour prévenir, détecter et remédier aux fraudes commises par le personnel et les commerciaux (y compris les agents commerciaux indépendants) à l'encontre des consommateurs. Les consommateurs qui ont subi un préjudice direct à la suite d'une fraude ont la possibilité d'être pleinement indemnisés, soit par la réparation du service ou le remboursement des paiements afférents, selon le cas.
F3	Si un consommateur prend du retard dans ses paiements à la suite d'un problème financier (ou autre), le prestataire dispose d'un mécanisme lui permettant de trouver une solution claire et équitable tant pour l'entreprise que pour le consommateur, tout en respectant les obligations contractuelles des deux parties.
F4	L'entreprise dispose de **plusieurs moyens** pour gérer les cas de non-respect des délais de paiement par les consommateurs, comme les appels téléphoniques et les visites à domicile. Dans les cas où la récupération du bien est envisagée, cette démarche n'est effectuée que dans le cas où aucune autre solution raisonnable n'est possible, et elle est menée d'une manière équitable et respectueuse du consommateur.
F5	L'entreprise respecte la vie privée des consommateurs. Dans la mesure du possible, toute discussion relative à des retards de paiement, des sanctions ou d'autres situations socialement gênantes est menée en privé (y compris par téléphone).
F6	En cas de **réclamation ou de défaut du produit**, il y a présomption d'intentions honnêtes de la part du consommateur. L'entreprise enquête sur la réclamation avant de tirer des conclusions concernant une utilisation abusive, une fraude ou une tromperie.