

Critères de l'ASVD pour devenir membre actif de l'association

1. Une entreprise peut devenir membre actif de l'ASVD lorsqu'elle pratique essentiellement la vente directe.

La vente directe est la vente personnelle de biens et de services au consommateur à domicile ou sur son lieu de travail, dans un environnement proche de son domicile ou assimilable à celui-ci. La vente directe est toujours caractérisée par le contact direct et personnel entre le vendeur et le client, qui permet un échange d'informations mutuel et est associé à des conseils approfondis donnés au client. La vente directe inclut notamment (liste non exhaustive):

- a. **La vente classique par le biais d'un représentant:** un collaborateur du service extérieur rend visite au client potentiel chez lui ou sur son lieu de travail pour lui proposer certains biens ou certains services dans le cadre d'un entretien de conseil.
- b. **Les services à domicile:** une visite est rendue au client à son domicile, et le client reçoit des biens de consommation livrés à intervalles réguliers (par ex. produits surgelés, compléments alimentaires, etc.)
- c. **Les présentations de produits à domicile / soirées de présentation:** plusieurs clients potentiels reçoivent collectivement des conseils au domicile de l'un des participants. La présentation des produits et les conseils ont souvent lieu dans le cadre d'une petite «soirée». Le client a ainsi la possibilité d'observer directement l'application des produits, de les essayer par lui-même et de discuter des offres avec les autres participants.

2. L'entreprise a son siège en Suisse (inscription au registre du commerce), possède une succursale stable en Suisse (inscription au registre du commerce) ou constitue la succursale d'une entreprise active à l'international. Dans le cas d'une succursale stable, il faut:
 - a. qu'il existe en Suisse un bureau ou un autre lieu fixe d'activité commerciale ou administrative, et en outre
 - b. qu'au moins une personne soit présente en permanence en Suisse pour représenter et engager la succursale de manière responsable vis-à-vis des consommateurs, des autorités et des organisations.
3. Les entreprises étrangères sans succursale stable en Suisse et sans personnel assurant leur représentation permanente en Suisse ne peuvent pas devenir membres de l'ASVD.
4. Une entreprise de VD doit être active en Suisse pendant au moins un an avant de pouvoir être admise au sein de l'association.
5. Ne relèvent pas de la vente directe et sont donc exclus de l'adhésion (énumération non exhaustive):
 - a. Le marketing direct exclusif, notamment le marketing téléphonique. Le marketing direct est l'étape qui précède la vente directe et qui prépare l'acquisition d'un client.
 - b. Les «excursions promotionnelles»: il s'agit d'excursions organisées en bus (ou en bateau) et suivies d'une manifestation de vente. L'excursion promotionnelle est avant tout un instrument de vente et constitue le véritable but du voyage pour l'organisateur.
 - c. La vente téléphonique n'est autorisée qu'en tant que moyen de contact accompagnant ou soutenant la vente.
6. Les activités de vente qui nécessitent une autorisation conformément à la loi fédérale sur le commerce itinérant doivent garantir que leurs collaborateurs du service extérieur aient obtenu une telle autorisation.

7. L'admission à l'association présuppose que l'entreprise garantisse en permanence à ses collaborateurs du service extérieur une formation appropriée. L'admission à l'association présuppose que l'entreprise respecte au minimum les droits de restitution des clients prévus dans les dispositions des articles 40a ss. CO ou dans la version en vigueur du code de déontologie de l'association.
8. L'adhésion à l'association présuppose la signature du code de déontologie de l'ASVD.
9. De surcroît, les dispositions suivantes doivent s'appliquer:
 - a. L'accent est mis sur la vente de produits aux consommateurs finals et aux collaborateurs du service extérieur, et non sur le recrutement de personnes.
 - b. Niveaux: dix au maximum. L'existence de plus de dix niveaux crée l'opacité. L'objectif stipulé jusqu'ici d'un maximum de cinq niveaux est sans doute trop ambitieux. La possibilité de créer une structure propre exclut tout abus → pas de pyramide. Le niveau supérieur ne retire plus de profits. Si l'entreprise livre le produit, le risque tient à la constitution de dépôts. Une compétence de surveillance correspondante de la part des responsables régionaux doit régler ce problème.
10. Pour décider d'admettre un membre au sein de l'association, le Comité de l'ASVD est en droit de tenir compte d'autres critères «subjectifs» tels que:
 - a. les modalités de recrutement
 - b. l'exclusion éventuelle de produits «sensibles», c'est-à-dire de produits qui sont «sensibles» en soi ou qui sont considérés comme tels en liaison avec la vente directe
 - c. une réglementation relative à des «droits d'entrée» (achat de produits, kit de démarrage, frais de formation) de la nouvelle recrue
 - d. la réputation, le prestige, les caractéristiques de qualité des entreprises (aux yeux des médias ou des organisations de consommateurs).