

ACCORD DE PARTICIPATION

Exemplaire à retourner



escda.fr

ACCORD DE PARTICIPATION

INFORMATIONS SUR LE PARTICIPANT

Société :
enregistrée sous le numéro Siret : au capital de : €
Adresse du siège social :
.....
Code Postal : Ville : Téléphone du siège :

CHIFFRE D'AFFAIRES EN MILLIONS D'EUROS :

- de 20 de 20 à 50 de 50 à 100 de 100 à 500 + de 500

EFFECTIF :

- de 100 de 100 à 500 de 500 à 1 000 de 1 000 à 5 000 + de 5 000

REPRÉSENTÉE PAR :

Mme M. Prénom : Nom :
agissant en qualité de :
Téléphone direct : Téléphone portable :
E-mail :

RESPONSABLE DU DOSSIER

Mme M. Prénom : Nom :
Fonction :
Adresse :
Code Postal : Ville :
Téléphone direct : Téléphone portable :
E-mail :

AUTRES DIRIGEANTS DU PARTICIPANT

Président :
Directeur général :
Directeur marketing :
Directeur commercial :
Directeur de la communication :
Directeur de la relation client :
Directeur qualité :
Contact presse :

Paraphe

ENGAGEMENTS DU PARTICIPANT

Le **Participant** fait acte de candidature pour le service client ou service consommateur suivant :

Marque :

Catégorie (Cf. Annexe 1 du Règlement) :

et s'engage à régler les frais d'inscription d'un montant de 12 990 € (douze mille neuf cent quatre-vingt-dix euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, soit la somme de 15 588 € (quinze mille cinq cent quatre-vingt-huit euros).

La facture acquittée, relative au droit d'inscription, sera remise au **Participant** à l'issue du complet paiement.

Relevé d'identité bancaire

IBAN	Domiciliation	Code BIC
FR76 3000 4019 2500 0107 7112 529	BNP PARIBAS – BOULOGNE-BILLANCOURT	BNPAFRPPXXX

Le **Participant** joint au présent Accord de participation les informations mentionnées à l'article 2.7.b. du Règlement de l'ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2027 (par le biais du fichier Excel « Annexes_ESCDA_2027.xlm » téléchargeable en cliquant sur ce lien ou à l'adresse www.escda.fr/telechargements) à savoir :

- la liste des points de contact auxquels les clients et/ou les prospects peuvent contacter le Participant et lui adresser leurs demandes : les numéros de téléphone (payants ou non), les adresses e-mails et/ou URL des formulaires, les URL du (ou des) site(s) Internet (au format http://www.) et les applications mobiles téléchargeables depuis les magasins d'applications IOS et/ou Android, les adresses URL de la (ou des) page(s) Facebook, les URL du (ou des) site(s) Internet (au format http://www.) permettant d'accéder au chat ;
- le tableau récapitulatif de la répartition par mois, semaine, jour et heure des canaux téléphone et e-mail et/ou formulaire et chat ;
- le cheminement du (ou des) SVI (Standard Vocal Interactif) des numéros de téléphone ;
- le cahier des charges du (ou des) centre(s) de contact délimitant leurs périmètres de compétences et leurs domaines d'intervention ;
- la liste des problématiques les plus souvent traitées par les conseillers ;
- la (ou les) notice(s) des produits et/ou services phares du Participant.

En cas de nécessité et pour se rapprocher au maximum de la réalité, l'Organisateur pourra solliciter la fourniture par le Participant d'un ou des produits distribués ou commercialisés ou fabriqués par ledit Participant.

Le **Participant** déclare avoir pris connaissance et accepter le Règlement de l'ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2027 tel que déposé chez Maître Frédéric DEBU - Huissier de Justice à Puteaux (14, terrasse Bellini - 92800 La Défense - 01 45 06 82 74). Ledit Règlement, tel que déposé, peut être téléchargé sur Internet à l'adresse www.escda.fr/telechargements.

Le **Participant** certifie exactes les informations contenues dans le présent Accord de participation.

Le **Participant** souhaite recevoir toute l'actualité de l'Élection du Service Client de l'Année comme de ses partenaires et accepte que ses données à caractère personnel soient collectées.

Fait à :

Le :/2026

Cachet de l'entreprise

Signature

**ACCORD DE PARTICIPATION
&
RÈGLEMENT**

Exemplaire à conserver



escda.fr

ACCORD DE PARTICIPATION

INFORMATIONS SUR LE PARTICIPANT

Société :
enregistrée sous le numéro Siret : au capital de : €
Adresse du siège social :
.....
Code Postal : Ville : Téléphone du siège :

CHIFFRE D'AFFAIRES EN MILLIONS D'EUROS :

- de 20 de 20 à 50 de 50 à 100 de 100 à 500 + de 500

EFFECTIF :

- de 100 de 100 à 500 de 500 à 1 000 de 1 000 à 5 000 + de 5 000

REPRÉSENTÉE PAR :

Mme M. Prénom : Nom :
agissant en qualité de :
Téléphone direct : Téléphone portable :
E-mail :

RESPONSABLE DU DOSSIER

Mme M. Prénom : Nom :
Fonction :
Adresse :
Code Postal : Ville :
Téléphone direct : Téléphone portable :
E-mail :

AUTRES DIRIGEANTS DU PARTICIPANT

Président :
Directeur général :
Directeur marketing :
Directeur commercial :
Directeur de la communication :
Directeur de la relation client :
Directeur qualité :
Contact presse :

Paraphe

ENGAGEMENTS DU PARTICIPANT

Le **Participant** fait acte de candidature pour le service client ou service consommateur suivant :

Marque :

Catégorie (Cf. Annexe 1 du Règlement) :

et s'engage à régler les frais d'inscription d'un montant de 12 990 € (douze mille neuf cent quatre-vingt-dix euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, soit la somme de 15 588 € (quinze mille cinq cent quatre-vingt-huit euros).

La facture acquittée, relative au droit d'inscription, sera remise au **Participant** à l'issue du complet paiement.

Relevé d'identité bancaire

IBAN	Domiciliation	Code BIC
FR76 3000 4019 2500 0107 7112 529	BNP PARIBAS – BOULOGNE-BILLANCOURT	BNPAFRPPXXX

Le **Participant** joint au présent Accord de participation les informations mentionnées à l'article 2.7.b. du Règlement de l'ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2027 (par le biais du fichier Excel « Annexes_ESCDA_2027.xlm » téléchargeable en cliquant sur ce lien ou à l'adresse www.escda.fr/telechargements) à savoir :

- la liste des points de contact auxquels les clients et/ou les prospects peuvent contacter le Participant et lui adresser leurs demandes : les numéros de téléphone (payants ou non), les adresses e-mails et/ou URL des formulaires, les URL du (ou des) site(s) Internet (au format http://www.) et les applications mobiles téléchargeables depuis les magasins d'applications IOS et/ou Android, les adresses URL de la (ou des) page(s) Facebook, les URL du (ou des) site(s) Internet (au format http://www.) permettant d'accéder au chat ;
- le tableau récapitulatif de la répartition par mois, semaine, jour et heure des canaux téléphone et e-mail et/ou formulaire et chat ;
- le cheminement du (ou des) SVI (Standard Vocal Interactif) des numéros de téléphone ;
- le cahier des charges du (ou des) centre(s) de contact délimitant leurs périmètres de compétences et leurs domaines d'intervention ;
- la liste des problématiques les plus souvent traitées par les conseillers ;
- la (ou les) notice(s) des produits et/ou services phares du Participant.

En cas de nécessité et pour se rapprocher au maximum de la réalité, l'Organisateur pourra solliciter la fourniture par le Participant d'un ou des produits distribués ou commercialisés ou fabriqués par ledit Participant.

Le **Participant** déclare avoir pris connaissance et accepter le Règlement de l'ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2027 tel que déposé chez Maître Frédéric DEBU - Huissier de Justice à Puteaux (14, terrasse Bellini - 92800 La Défense - 01 45 06 82 74). Ledit Règlement, tel que déposé, peut être téléchargé sur Internet à l'adresse www.escda.fr/telechargements.

Le **Participant** certifie exactes les informations contenues dans le présent Accord de participation.

Le **Participant** souhaite recevoir toute l'actualité de l'Élection du Service Client de l'Année comme de ses partenaires et accepte que ses données à caractère personnel soient collectées.

Fait à :

Le :/2026

Cachet de l'entreprise

Signature

RÈGLEMENT DE L'ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE

IL EST PRÉALABLEMENT EXPOSÉ CE QUI SUIT :

Le présent règlement (le « **Règlement** ») vise à définir et à organiser la manifestation dénommée « ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE » (la « **Manifestation** »).

La Manifestation est organisée par la société Viséo Customer Insights, Société par Actions Simplifiée au capital de 10 000 euros, dont le siège social est sis 12, rue Roger Bacon à Paris (75017), immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le n° 817 448 467 (l'« **Organisateur** »).

La Manifestation a pour objet de distinguer, à l'issue de tests en situation réelle, les entreprises offrant à leurs clients un service client de qualité dans les conditions décrites ci-dessous.

Les Lauréats (tel que ce terme est défini à l'Article 2 ci-dessous) de la Manifestation bénéficient du droit d'utiliser le logo « Élu Service Client de l'Année 2027 » reproduit ci-dessous (le « **Logo** »), en y apposant systématiquement la Catégorie (tel que ce terme est défini à l'Article 1 ci-dessous) du Service Client du Lauréat (tel que ces termes sont définis à l'Article 2 ci-après), dans les conditions décrites ci-dessous.



Article 1 - Participants

Toutes les entreprises commercialisant des biens et des services en France métropolitaine et DOM-TOM peuvent concourir à condition de proposer au moins 2 canaux de communication tels que le téléphone et la navigation Internet.

Sont concernés par la Manifestation les départements des entreprises chargés de la relation avec les clients et les prospects couvrant, par tout moyen de communication à distance, l'ensemble des services pouvant être proposés à la clientèle tel que, sans que cela soit limitatif : information sur les produits ou services, prise de commande, suivi de commande, livraison, service après-vente (le « **Service Client** »).

Les Services Clients des entreprises sont répartis en catégories correspondant, pour chaque Service Client, à un univers de consommation concerné dont la liste non définitive et non limitative figure en Annexe 1 (les « **Catégories** »).

Une entreprise peut déposer autant d'Accords de Participation (tel que ce terme est défini à l'Article 6 ci-après) que de Catégories dans lesquelles elle souhaite concourir. Pour les besoins du présent Règlement, est défini comme un « **Participant** » chaque Service Client inscrit par une entreprise dans une Catégorie conformément aux termes du présent Règlement, et notamment de son Article 5 relatif au paiement des frais d'inscription au plus tard à la date de clôture des inscriptions telle que figurant en Annexe 2.

Chaque Catégorie comprend un minimum de trois entreprises exerçant une activité en lien avec l'univers de consommation correspondant à ladite Catégorie.

Dans l'hypothèse où, à l'issue de la date de clôture des inscriptions, telle que figurant en Annexe 2, une Catégorie comprendrait moins de trois Participants, l'Organisateur aura la possibilité de regrouper des Catégories ou d'étendre les Tests (tel que ce terme est défini à l'Article 2 ci-dessous), selon le cas, à une ou deux entreprises exerçant une activité dans le secteur d'activité correspondant à la Catégorie concernée et dont le Service Client n'est pas inscrit en tant que Participant dans la Catégorie concernée (les « **Acteurs de Référence** »). Le ou les Acteurs de Référence seront, pour chaque Catégorie concernée, les leaders en termes de parts de marché, de l'univers de consommation correspondant (à l'exclusion du ou des Participants de la Catégorie concernée), tel que déterminé, pour chaque Catégorie, sur la base d'un indice de référence publiquement reconnu pour ledit univers de consommation.

Afin de respecter le caractère objectif de la Manifestation, l'Organisateur informera, par courrier recommandé, chaque Acteur de Référence d'une Catégorie concernée de la conduite de Tests, selon les procédures mentionnées à l'Article 2.4., auprès de son Service Client.

L'Acteur de Référence pourra s'inscrire à la Manifestation et concourir en tant que Participant à la condition qu'il dépose un Accord de Participation dans les quinze (15) jours ouvrés qui suivent la première présentation du courrier recommandé lui stipulant sa sélection en tant qu'Acteur de Référence.

Article 2 - Détermination des Lauréats

L'Élection du Service Client de l'Année repose sur le principe du client mystère, c'est-à-dire le recours à un consommateur entrant en contact avec les Participants de manière anonyme (le « **Client Mystère** »), et dont la mission consiste à apprécier le traitement par un Participant des problématiques qui lui sont posées et ainsi la qualité du service offert par ce Participant aux consommateurs (les « **Tests** »). Les résultats des Tests, pour un Service Client proposé par le Participant dans une Catégorie, donnent lieu à l'élaboration d'un rapport d'étude (le « **Rapport d'Étude** ») et à la nomination du Lauréat (le « **Lauréat** ») par les Clients Mystères et l'Organisateur (le « **Jury** »).

Le dispositif d'élection des Lauréats repose sur des mesures factuelles dont le détail figure à l'Article 2.4. et dans les Annexes ci-après.

Le Client Mystère évalue l'exactitude des renseignements transmis au travers de trois appréciations résultantes de la qualité du traitement par les Participants de problématiques tant habituelles que spécifiques :

- Bon (2 points) : les informations attendues sont transmises et correspondent aux données sources.
- Partiel (1 point) : une partie seulement des informations attendues est transmise ou trop d'informations sont fournies.
- Faux et/ou inexistant (0 point) : l'ensemble des informations transmises ne correspond pas aux informations attendues et/ou aucun renseignement n'est transmis, alors qu'un renseignement était attendu.

Le critère « Qualité de la réponse », défini en Annexe ci-après, se verra attribuer un coefficient multiplicateur de deux.

Sa notation sera donc :

- Bon (4 points) : les informations attendues sont transmises et correspondent aux données sources.
- Partiel (2 points) : une partie seulement des informations attendues est transmise ou trop d'informations sont fournies.
- Faux et/ou inexistant (0 point) : l'ensemble des informations transmises ne correspond pas aux informations attendues et/ou aucun renseignement n'est transmis, alors qu'un renseignement était attendu.

Si l'un des critères, défini à l'Article 2.4. et dans les Annexes ci-après, donne deux appréciations différentes (exemple : partiel et faux) c'est l'appréciation la plus négative qui sera retenue (donc faux).

Afin de s'assurer une crédibilité pour l'exercice de leur mission, les Clients Mystères pourront à la fois (i) utiliser le Service Client du Participant dans le cadre d'une problématique fictive requérant un traitement normal ou habituel et (ii) utiliser le Service Client du Participant dans le cadre d'une problématique fictive nécessitant un traitement spécifique. Dès lors que le déroulement dudit traitement spécifique aura atteint l'étape d'une intervention matérielle ou physique et que la réponse nécessaire pour résoudre la problématique fictive lui aura été donnée, le Client Mystère pourra préciser alors les conditions de son intervention afin de pouvoir interrompre ledit traitement spécifique.

2.1. Caractéristiques des Clients Mystères

Les Tests sont réalisés par des consommateurs ayant ou n'ayant pas de qualification particulière en rapport avec la Catégorie pour laquelle ils interviennent en tant que Client Mystère.

Les Clients Mystères sont choisis et recrutés par l'Organisateur et ses prestataires techniques qui pourront faire appel, d'une part, aux utilisateurs et collaborateurs inscrits sur leurs panels respectifs, et, d'autre part, aux consommateurs éventuellement inscrits sur les listes mises à disposition pour la Manifestation.

2.2. Création des Scripts

La réalisation des Tests par les Clients Mystères suit les indications contenues dans les scripts préparés par l'Organisateur (les « **Scripts** ») et remis aux Clients Mystères préalablement à la réalisation des Tests.

Les Scripts seront élaborés par l'Organisateur en fonction des documents contractuels remis aux consommateurs et/ou prospects par les Participants, des publicités du moment, des pannes simples généralement constatées et des problématiques classiques d'avant-vente, de vente, comme d'après-vente (par exemple, et sans que cela soit limitatif, disponibilité d'un produit, caractéristiques techniques, réseau de distribution).

Chaque Participant sera testé par des Clients Mystères au moyen de treize à vingt Scripts différents.

2.3. Protocole

Chaque Participant fait l'objet de 205 Tests composés tel qu'il suit :

- 130 appels téléphoniques ;
- 40 e-mails ou formulaires ;

- 15 navigations Internet dont 10 sur smartphone (3 des navigations sur smartphone seront réalisées via l'application mobile du Participant) ;
- 10 contacts via les réseaux sociaux ;
- 10 conversations par chat.

L'ordre des Tests et des Participants testés est aléatoire pour chaque Catégorie.

Les modalités d'utilisation du Service Client d'un Participant, à savoir les numéros de téléphone, les adresses e-mails ainsi que les adresses Internet utilisées, les pages ou espaces dédiés sur les réseaux sociaux et les pages Internet permettant d'accéder aux conversations par chat mais aussi les jours et horaires d'ouverture seront celles inscrites et facilement identifiables sur les supports de communication et de vente des Participants (par exemple et sans que cela soit limitatif, publicités, plaquettes, brochures, contrats de vente ou bons de commande, emballages, sites Internet).

Dans le cas où un Participant n'utilise que deux ou trois ou quatre des cinq canaux de communication, dont le canal téléphone et le canal navigation Internet seuls les canaux de communication gérés feront l'objet d'une évaluation.

Dans le cas où un participant dédie un canal de communication à une seule typologie de contact, dont l'avant-vente ou l'après-vente, seuls les canaux de communication proposés pour l'avant-vente et l'après-vente feront l'objet d'une évaluation.

Les Tests porteront dans ces cas sur les deux ou trois ou quatre canaux de communication utilisés et le nombre de Tests par canal restera identique.

2.4. Déroulement des Tests

L'ensemble des Tests sera effectué durant le second et le troisième trimestre 2026, plus particulièrement entre les mois de mai et de juillet.

2.4.a. Appels téléphoniques

Les Tests réalisés au moyen d'appels téléphoniques seront réalisés en fonction de la répartition des pics d'appels généralement constatés dans la Catégorie d'inscription du Participant et interviendront nécessairement pendant les jours et horaires d'ouverture des Services Clients de chaque Participant. Les Tests réalisés pendant les fermetures exceptionnelles pour raison de services seront donc pris en compte.

Chaque Participant est évalué en fonction de 15 critères décrits en Annexe 3.

Chaque appel est donc noté sur 10 à 15 critères en fonction de son traitement et donne lieu à l'attribution d'une note comprise sur une échelle de 0 à 32 en fonction du nombre de critères évalués, ensuite ramenée sur une échelle de 0 à 20 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur). La note finale relative aux Tests par appel téléphonique du Service Client du Participant testé est donc calculée de la façon suivante :

- Somme des 130 notes obtenues / 130 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur).

Tous les appels émis dans le cadre des Tests sont pris en compte.

2.4.b. E-mails ou formulaires

Les Tests réalisés au moyen d'envois d'e-mails et/ou de formulaires respecteront la répartition des réceptions d'e-mails ou de formulaires généralement constatée dans la Catégorie d'inscription du Participant. Chaque Participant est évalué en fonction de 14 critères décrits en Annexe 4.

Chaque e-mail est donc noté sur 13 à 14 critères en fonction de son traitement et donne lieu à l'attribution d'une note comprise sur une échelle de 0 à 30 en fonction du nombre de critères évalués, ensuite ramenée sur une échelle de 0 à 20 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur). La note finale relative aux Tests par e-mail ou formulaire du Service Client du Participant testé est donc calculée de la façon suivante :

- Somme des 40 notes finales obtenues / 40 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur).

Tous les e-mails émis et les formulaires remplis dans le cadre des Tests sont pris en compte.

2.4.c. Navigations Internet

Les Tests réalisés au moyen de navigations Internet seront uniquement réalisés sur la ou les pages Internet et la ou les applications mobiles dédiées du Participant.

Chaque Participant est évalué, sur la navigation de son site Internet, en fonction de 13 critères décrits en Annexe 5.

Chaque navigation Internet est donc notée sur 10 à 13 critères en fonction de son traitement et donne lieu à l'attribution d'une note comprise sur

une échelle de 0 à 28 en fonction du nombre de critères évalués, ensuite ramenée sur une échelle de 0 à 20 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur).

La note finale relative aux Tests par navigation Internet du Service Client du Participant testé est donc calculée de la façon suivante :

- Somme des 15 notes finales obtenues / 15 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur).

Toutes les navigations Internet dans le cadre des Tests sont prises en compte.

2.4.d. Réseaux sociaux

Les Tests réalisés au moyen de la publication de messages sur les réseaux sociaux seront uniquement réalisés sur la ou les pages Facebook dédiées du Participant.

Chaque Participant est évalué en fonction de 15 critères décrits en Annexe 6.

Chaque publication de messages sur les réseaux sociaux est donc notée sur 11 à 15 critères en fonction de son traitement et donne lieu à l'attribution d'une note comprise sur une échelle de 0 à 32 en fonction du nombre de critères évalués, ensuite ramenée sur une échelle de 0 à 20 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur).

La note finale relative aux Tests sur les réseaux sociaux du Service Client du Participant testé est donc calculée de la façon suivante :

- Somme des 10 notes finales obtenues / 10 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur).

Toutes les publications de message adressées sur les réseaux sociaux sont prises en compte.

2.4.e. Chat

Les Tests réalisés au moyen de conversation par chat seront uniquement réalisés sur la ou les pages Internet du Participant permettant d'y accéder.

Chaque Participant est évalué en fonction de 14 critères décrits en Annexe 7.

Chaque conversation par chat est donc notée sur 12 à 14 critères en fonction de son traitement et donne lieu à l'attribution d'une note comprise sur une échelle de 0 à 30 en fonction du nombre de critères évalués, ensuite ramenée sur une échelle de 0 à 20 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur).

La note finale relative aux Tests par conversation chat du Service Client du Participant testé est donc calculée de la façon suivante :

- Somme des 10 notes finales obtenues / 10 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur).

Toutes les conversations par chat dans le cadre des Tests sont prises en compte.

2.5. Désignation des Lauréats

Les Lauréats sont désignés par Catégorie.

La note finale consolidée, servant à départager les Participants, est calculée de la façon suivante :

Note des Tests par appel téléphonique X coefficient de pondération (0,50)
+ Note des Tests par e-mail ou formulaire X coefficient de pondération (0,30)
+ Note des Tests par navigation Internet X coefficient de pondération (0,10)
+ Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux X coefficient de pondération (0,05)
+ Note des Tests par chat X coefficient de pondération (0,05).

Dans le cas où les canaux de communication testés sont le téléphone, l'e-mail ou le formulaire, la navigation Internet et les réseaux sociaux, la note finale consolidée, servant à départager les Participants, est calculée de la façon suivante :

(Note des Tests par appel téléphonique X coefficient de pondération (0,52)
+ Note des Tests par e-mail ou formulaire X coefficient de pondération (0,31)
+ Note des Tests par navigation Internet X coefficient de pondération (0,11)
+ Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux X coefficient de pondération (0,06)) X 0,98.

Dans le cas où les canaux de communication testés sont le téléphone, l'e-mail ou le formulaire, la navigation Internet et le chat, la note finale consolidée, servant à départager les Participants, est calculée de la façon suivante :

(Note des Tests par appel téléphonique X coefficient de pondération (0,52)
+ Note des Tests par e-mail ou formulaire X coefficient de pondération (0,31)
+ Note des Tests par navigation Internet X coefficient de pondération (0,11)
+ Note des Tests par chat X coefficient de pondération (0,06)) X 0,98.

Dans le cas où les canaux de communication testés sont le téléphone, l'e-mail ou le formulaire et la navigation Internet, la note finale consolidée, servant à départager les Participants, est calculée de la façon suivante :

(Note des Tests par appel téléphonique X coefficient de pondération (0,55)
+ Note des Tests par e-mail ou formulaire de contact X coefficient de pondération (0,33)
+ Note des Tests par navigation Internet X coefficient de pondération (0,12)) X 0,95.

Dans le cas où les canaux de communication testés sont le téléphone, la navigation Internet, les réseaux sociaux et le chat, la note finale consolidée, servant à départager les Participants, est calculée de la façon suivante :

(Note des Tests par appel téléphonique X coefficient de pondération (0,70)
+ Note des Tests par navigation Internet X coefficient de pondération (0,16)
+ Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux X coefficient de pondération (0,07)
+ Note des Tests par chat X coefficient de pondération (0,07)) X 0,90.

Dans le cas où les canaux de communication testés sont le téléphone, la navigation Internet et le chat, la note finale consolidée, servant à départager les Participants, est calculée de la façon suivante :

(Note des Tests par appel téléphonique X coefficient de pondération (0,714)
+ Note des Tests par navigation Internet X coefficient de pondération (0,172)
+ Note des Tests par chat X coefficient de pondération (0,114)) X 0,85.

Dans le cas où les canaux de communication testés sont le téléphone, la navigation Internet et les réseaux sociaux, la note finale consolidée, servant à départager les Participants, est calculée de la façon suivante :

(Note des Tests par appel téléphonique X coefficient de pondération (0,714)
+ Note des Tests par navigation Internet X coefficient de pondération (0,172)
+ Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux X coefficient de pondération (0,114)) X 0,85.

Dans le cas où les canaux de communication testés sont le téléphone et la navigation Internet, la note finale consolidée, servant à départager les Participants, est calculée de la façon suivante :

(Note des Tests par appel téléphonique X coefficient de pondération (0,79)

+ Note des Tests par navigation Internet X coefficient de pondération (0,21) X 0,80.

Le Lauréat de chaque Catégorie est le Participant de sa Catégorie qui obtient la note finale consolidée la plus élevée à la condition que ladite note soit supérieure ou égale à 12,5 sur 20.

2.6. Rapport d'Étude

Chaque Participant recevra :

- les résultats détaillés de son Service Client par canal de communication et par critère ;
- le comparatif des résultats de sa ou de ses Catégories.

L'Organisateur fournira sur simple demande un exemple de Rapport d'Étude.

Les résultats sont présentés de façon anonyme à l'exception du nom du Participant concerné.

Compte tenu de l'échantillon retenu pour les Tests et de la nomenclature des Tests, l'Organisateur ne réalise aucun tri ou aucune étude complémentaire autre que ceux prévus au Rapport d'Étude.

Le Rapport d'Étude est présenté en langue française lors d'une restitution, en une seule fois, en face-à-face ou à distance en fonction des disponibilités du Participant et de l'Organisateur. Toute demande de traduction en anglais fera l'objet d'une facturation forfaitaire d'un montant de 850 € (huit cent cinquante euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, soit la somme de 1 020 € (mille vingt euros) toutes taxes comprises. Cette restitution se déroulera entre le lundi 24 août et le vendredi 30 octobre 2026. Toute restitution supplémentaire fera l'objet d'un devis qui devra préalablement être validé par le Participant.

2.7. Divers

2.7.a. Choix des prestataires

L'Organisateur se réserve le droit de confier la réalisation des Tests, notamment dans la sélection des Clients Mystères, aux prestataires de son choix.

2.7.b. Documents et produits à fournir par les Participants

Les Participants doivent fournir les documents et/ou produits suivants :

- la liste des points de contact auxquels les clients et/ou les prospects peuvent contacter le Participant et lui adresser leurs demandes : les numéros de téléphone (payants ou non), les adresses e-mails et/ou URL des formulaires, les URL du (ou des) site(s) Internet (au format [http://www.](http://www)) et les applications

mobiles téléchargeables depuis les magasins d'applications IOS et/ou Android, les adresses URL de la (ou des) page(s) Facebook, les URL du (ou des) site(s) Internet (au format [http://www.](http://www)) permettant d'accéder au chat ;

- le tableau récapitulatif de la répartition par mois, semaine, jour et heure des canaux téléphone, e-mail et/ou formulaire et chat ;
- le cheminement du (ou des) SVI (Standard Vocal Interactif) des numéros de téléphone ;
- le cahier des charges du (ou des) centre(s) de contact délimitant leurs périmètres de compétences et leurs domaines d'intervention ;
- la liste des problématiques les plus souvent traitées par les conseillers ;
- la (ou les) notice(s) des produits et/ou services phares du Participant.

En cas de nécessité et pour se rapprocher au maximum de la réalité, l'Organisateur pourra solliciter la fourniture par le Participant d'un ou des produits distribués ou commercialisés ou fabriqués par ledit Participant.

Les Participants doivent impérativement respecter les délais de livraison et de transmission des éléments mentionnés. À défaut, l'Organisateur se réserve la possibilité de disqualifier le Participant.

Article 3 - Contrôle

Les indications mentionnées sur l'Accord de Participation (tel que ce terme est défini à l'Article 6 ci-après) engagent la responsabilité de chaque Participant et pourront faire l'objet d'une vérification par l'Organisateur. Si une indication n'apparaît pas conforme ou sincère, l'Organisateur se réserve le droit de remplacer les informations transmises par celles facilement accessibles pour les prospects ou les clients du Participant.

Article 4 - Composition et travaux du Jury

Le Jury des Tests est confié à un Jury de consommateurs sous la supervision de l'Organisateur.

4.1. Jury de consommateurs

Il est composé de Clients Mystères avec ou sans expérience particulière dans le domaine des Tests.

4.2. Organisateur

Il s'assure de la régularité de la Manifestation.

Si pendant les Tests, il apparaît qu'un Participant ne répond pas à la

définition de la Catégorie dans laquelle il est inscrit, le Participant, après en avoir été dûment informé par l'Organisateur, peut être transféré dans la Catégorie appropriée.

L'intervention de l'Organisateur se borne à s'assurer du bon déroulement des travaux du Jury des Tests sans y prendre part ni l'influencer de quelque manière que ce soit.

Article 5 - Frais d'inscription

Les Participants s'engagent à verser dès le dépôt de leur Accord de Participation (tel que ce terme est défini à l'Article 6 ci-après) la somme définitive de 12 990 € (douze mille neuf cent quatre-vingt-dix euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, soit la somme de 15 588 € (quinze mille cinq cent quatre-vingt-huit euros) toutes taxes comprises, par Service Client inscrit dans une Catégorie donnée, au titre d'une participation aux frais d'organisation de la Manifestation, de réalisation des Tests et de la remise des résultats des Tests.

Tout candidat sera redevable des frais d'inscription dès l'envoi de l'Accord de participation prévu à l'Article 6.

Les frais d'inscription resteront définitivement acquis à l'Organisateur.

Aucun remboursement des frais d'inscription ne sera donc accepté par l'Organisateur, quelle qu'en soit la raison, et ce y compris en cas d'annulation par le Participant de sa participation à la Manifestation.

Seuls les candidats dont l'inscription n'aura pu être validée par l'Organisateur se verront restituer les frais d'inscription versés lors du dépôt du dossier de candidature.

Article 6 - Demandes d'inscription

Pour participer à la Manifestation, les Participants doivent remplir un Accord de Participation (l'« **Accord de Participation** ») contenu dans le dossier de candidature et procéder au règlement des frais d'inscription.

Les Participants peuvent se procurer le dossier de candidature, auprès de l'Organisateur, par les moyens suivants :

- par courrier : ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE - 12, rue Roger Bacon - 75017 Paris ;
- par téléphone : 01 71 19 46 30 ;
- par e-mail : info@escda.fr ;
- par le site Internet : escda.fr, rubrique « CONTACT ».

Article 7 - Modalités d'inscription

Tous les Accords de Participation dûment complétés devront être envoyés accompagnés du règlement des frais d'inscription tels que prévus à l'Article 5 avant le vendredi 13 mars 2026 inclus par lettre recommandée avec accusé de réception à :
ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE - 12, rue Roger Bacon - 75017 Paris.

Ne peuvent être prises en compte que les inscriptions, pour lesquelles un Accord de Participation est parvenu dans le délai prescrit, accompagnés du versement T.T.C. des frais d'inscription prévus à l'Article 5.

L'Organisateur ne peut être tenu responsable de la non-réception des Accords de Participation dans le délai prescrit.

L'Organisateur ne peut être tenu pour responsable en cas d'inexactitude des informations transmises par le Participant dans l'Accord de Participation et/ou dans les annexes l'accompagnant.

Les Participants peuvent inscrire plusieurs Services Clients auquel cas, chaque Service Client sera inscrit dans une Catégorie différente et fera l'objet d'un Accord de Participation séparé.

L'envoi de l'Accord de participation vaut engagement ferme et définitif d'inscription du Participant, qui sera en conséquence redevable des frais d'inscription.

Les Participants admis à concourir recevront une lettre d'admission leur confirmant leur participation à la Manifestation, ainsi que la facture correspondante. Les droits perçus à l'occasion de l'enregistrement des inscriptions restent acquis à l'Organisateur.

Le fait de ne pas s'être acquitté des frais d'inscription avant l'envoi par l'Organisateur de la lettre d'admission et de la facture correspondante ne saurait permettre au Participant de renoncer à sa candidature, les frais d'inscription étant dûs dès l'envoi de l'Accord de participation.

Article 8 - Confidentialité

Le nombre de Participants ainsi que leur identité sont strictement confidentiels. Toutes les informations, renseignements et documents fournis par les Participants constituent également des informations confidentielles et ne pourront être divulgués ou publiés sans l'autorisation

expresse du ou des Participants concernés.

Les Lauréats autorisent toutefois l'Organisateur à diffuser leurs résultats, leur nom, leur logotype, leur adresse et leur(s) Catégorie(s) d'appartenance.

Les Lauréats s'engagent également à mettre à disposition de l'Organisateur les éléments demandés dans le guide du lauréat tel que, et sans que cela soit limitatif : des cahiers des charges web et presse.

L'Organisateur s'engage à ne pas diffuser les enregistrements des tests réalisés.

Au sens du Règlement Général (UE) 2016/679 du 27 avril 2016 sur la protection des données à caractère personnel (le **RGPD**), l'Organisateur est responsable de traitement des données à caractère personnel éventuellement collectées et traitées dans le cadre de la Manifestation. À ce titre, l'Organisateur s'engage à se conformer à l'ensemble des obligations prévues par le RGPD s'il devait être conduit à collecter et traiter des données à caractère personnel aux fins de l'exécution de l'Accord de Participation.

Les Accords de Participation sont conservés par l'Organisateur et, sauf demande expresse du Participant, seront détruits au-delà d'une période de cinq années à compter de leur réception par l'Organisateur.

Article 9 - Modification du Règlement

L'Organisateur se réserve la possibilité de procéder à une ou plusieurs modifications du Règlement de la manière suivante :

- ajout, modification, retrait ou regroupement d'une ou plusieurs Catégories listées en Annexe 1 au présent Règlement en fonction du nombre et de la nature des Accords de Participation ;
- décalage du calendrier prévisionnel tel que fourni en Annexe 2 au présent Règlement ;
- et plus généralement, toute modification rendue nécessaire pour le bon déroulement de la Manifestation.

Les modifications au présent Règlement seront publiées sur le site Internet de l'Organisateur et communiquées aux Participants par e-mail au responsable et contact de la Manifestation au sein de l'entreprise, comme indiquée sur l'Accord de Participation du Participant.

Article 10 - Responsabilité et disqualification

La responsabilité de l'Organisateur ne peut être engagée en cas de modification des modalités de la Manifestation décidée conformément à l'Article 9 ci-dessus.

L'Organisateur se réserve aussi la possibilité de refuser une inscription sans que sa responsabilité puisse être recherchée de ce chef.

L'Organisateur se réserve la possibilité de disqualifier un Participant qui aurait des pratiques discriminantes ou déloyales envers un autre Participant (« **Acte inapproprié** »). L'Organisateur et le Participant acceptent d'ores et déjà que l'auteur d'un Acte inapproprié en méconnaissance des dispositions du Règlement est tenu de payer à l'Organisateur, à titre de clause pénale, la somme forfaitaire de 19 990 € (dix-neuf mille neuf cent quatre-vingt-dix euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur. L'application de la clause pénale ne prive pas l'Organisateur du droit d'obtenir réparation des préjudices subis au titre de l'atteinte de l'atteinte à la réputation et à l'image de la Manifestation.

Article 11 - Récompenses

La divulgation du palmarès se fera pendant la remise officielle des prix qui aura lieu lors d'un événement suivant le calendrier provisoire défini tel que fourni en Annexe 2.

Chaque Lauréat bénéficiera de dix (10) places pour la remise des prix. Il pourra attribuer ces places, à sa convenance, à ses collaborateurs ou à ses partenaires en relation client.

Dans le cas où le Lauréat souhaiterait bénéficier de places supplémentaires, il pourra en faire la demande à l'Organisateur qui les lui attribuera dans la limite des places disponibles. Chaque place supplémentaire fera l'objet d'une facturation complémentaire forfaitaire de 250 € (deux cent cinquante euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur.

Article 12 - Réclamation et question imprévue

Toute interprétation litigieuse du présent Règlement, toute réclamation concernant le classement ou la désignation des Lauréats ainsi que toute autre contestation doivent être formulées par écrit au plus tard dans les six jours ouvrés suivant la proclamation des résultats par l'Organisateur qui s'engage à les prendre en compte immédiatement.

L'Organisateur s'engage à répondre à toute question relative au déroulement de la Manifestation. En cas de désaccord persistant, les litiges seront tranchés en dernier ressort par les tribunaux de Paris compétents.

Article 13 - Propriété intellectuelle

Le Logo reproduit ci-après, fait l'objet d'une protection légale au titre des droits d'auteurs.



Le Logo fait également l'objet d'une protection légale au titre des droits de marque, selon deux marques enregistrées auprès de l'Institut National de la Propriété Industrielle sous les numéros 3 479 264, 3 495 351 et d'une marque déposée le 2 novembre 2011 sous le numéro 3 870 904 (ensemble désigné la « **Marque** »).

L'Organisateur déclare être titulaire des droits de reproduction, de représentation et d'exploitation du Logo et de la Marque.

Article 14 - Usage du Logo et de la Marque en faveur des Lauréats

Au titre des droits d'auteurs et de marque dont il est titulaire, l'Organisateur consent à chaque Lauréat une autorisation temporaire de reproduire, représenter et exploiter le Logo et la Marque dans les conditions définies ci-après.

Les Lauréats sont les uniques usagers autorisés à utiliser le Logo et la Marque. Les Participants ne peuvent utiliser le Logo, la Marque ou un signe similaire, sans l'autorisation écrite et préalable de l'Organisateur.

Cette autorisation est accordée à chaque Lauréat intuitu personae et ne peut en aucun cas être transmise, cédée ou licenciée à un tiers de quelque manière que ce soit.

14.1. Durée d'utilisation du Logo et de la Marque

Les Lauréats peuvent utiliser le Logo et la Marque en vertu du présent Règlement pour une période allant de la date de divulgation du palmarès au 31 octobre 2027 inclus, comme établi dans le présent Règlement.

14.2. Modalités d'utilisation du Logo et de la Marque

Sous réserve du paiement de la redevance prévue à l'Article 14.4. du Règlement et du maintien à minima du canal téléphone et du canal navigation Internet, les Lauréats sont autorisés à utiliser le Logo et la Marque exclusivement pour désigner et promouvoir les Services Clients de la Catégorie du Lauréat sur tous supports de communication écrit, radio, télévisuel, informatique ou multimédia.

Les Lauréats sont autorisés à utiliser le Logo et la Marque tels que reproduits ci-après :



L'intitulé de la Catégorie du Service Client du Lauréat doit systématiquement être apposé sur le Logo, suivi obligatoirement de la mention suivante :

« *Étude Ipsos bva - Viséo CI - Plus d'infos sur escda.fr ».

Lorsque le logo est utilisé dans une taille inférieure ou égale à 32 millimètres de hauteur, il devra être suivi obligatoirement de la mention suivante :

« *Catégorie [Intitulé de la catégorie] - Étude Ipsos bva - Viséo CI - Plus d'infos sur escda.fr ».

L'Organisateur de la Manifestation transmettra aux Lauréats le Logo ainsi que la mention relative à la Catégorie du Service Client du Lauréat et la mention obligatoire (ensemble désigné la « **Charte Graphique** ») sous un format électronique exploitable.

Les Lauréats doivent obtenir l'autorisation préalable de l'Organisateur, pour tout projet d'utilisation du Logo et de la Marque avant diffusion, en communiquant à l'Organisateur un bon à tirer dans un délai minimal de 48 heures avant mise en production à l'adresse e-mail suivante : bat@escda.fr. Les Lauréats s'engagent expressément à respecter la Charte Graphique et en particulier l'obligation de l'apposition de la mention susvisée.

Les Lauréats s'engagent à utiliser le Logo et la Marque en respectant scrupuleusement la Charte Graphique. Les Lauréats s'engagent à utiliser le Logo, la Marque et la Charte Graphique

sans y apporter de modification ou d'adjonction, sauf dérogation écrite et préalable donnée par l'Organisateur et lui seul. Les Lauréats s'interdisent l'utilisation ou l'adjonction de termes tels que « meilleur » ou « n°1 » ou « label ».

À défaut d'accord préalable et écrit de l'Organisateur, les Lauréats ne sont pas autorisés à utiliser un terme ou un signe autre que le Logo, la Marque ou la Charte Graphique pour identifier ou promouvoir, de quelque façon que ce soit, sur le Territoire, la Manifestation ou le(s) Service(s) Client(s) du Lauréat primé(s) dans le cadre de la Manifestation.

L'Organisateur se réserve le droit de prendre toutes les mesures nécessaires, y compris judiciaires, afin de faire cesser tous troubles résultant ou pouvant résulter du non-respect par un Lauréat des dispositions du présent Article 14.2..

14.3. Territoire

Les Lauréats peuvent utiliser le Logo et la Marque en France et dans les DOM-TOM, à l'exclusion de tout autre territoire.

14.4. Conditions financières

Du fait de son inscription à la Manifestation, chaque Lauréat s'engage à payer à l'Organisateur une redevance principale forfaitaire d'un montant de 19 990 € (dix-neuf mille neuf cent quatre-vingt-dix euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, soit la somme de 23 988 € (vingt-trois mille neuf cent quatre-vingt-huit euros) toutes taxes comprises par Service Client Lauréat d'une Catégorie, au titre d'une participation aux frais d'organisation et de promotion du Logo et de la Marque et du droit d'usage du Logo et de la Marque dans les conditions mentionnées au présent Article 14, pour l'ensemble des supports de communication visés à l'Article 14.2. ci-dessus à l'exception des supports télévisuels et assimilés accessibles depuis un téléviseur, un ordinateur, un smartphone et/ou une tablette qui permette l'accès à la diffusion en ligne ou non de films, de programmes télévisés, de podcasts et que ces programmes ou publicités soient en direct, en différé, en replay ou en preview (ensemble désigné les « **Supports télévisuels et assimilés** »).

La redevance principale doit être payée par le Lauréat au plus tard dans les 30 jours qui suivent la réception de la facture établie par l'Organisateur.

Chaque Lauréat peut bénéficier du droit d'usage du Logo et de la Marque, dans les conditions mentionnées au

présent Article 14, pour les Supports télévisuels et assimilés, en contrepartie du paiement à l'Organisateur d'une redevance additionnelle forfaitaire d'un montant de 17 990 € (dix-sept mille neuf cent quatre-vingt-dix euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, soit la somme de 21 588 € (vingt et un mille cinq cent quatre-vingt-huit euros) toutes taxes comprises par Service Client Lauréat. Tout usage du Logo ou de la Marque sur un support télévisuel, quel que soit la nature, l'importance, l'étendue ou la fréquence de l'usage, fait naître l'obligation de paiement de la redevance additionnelle au profit de l'Organisateur.

La redevance additionnelle doit être payée par le Lauréat au plus tard dans les 30 jours qui suivent le premier acte d'usage du Logo ou de la Marque sur un support télévisuel ou, au plus tard, dans les 30 jours qui suivent la réception de la facture établie par l'Organisateur.

14.5. Contrôle de l'utilisation

Chaque Lauréat s'engage à ne plus utiliser et à ne plus faire apparaître le Logo ou la Marque dans ses opérations de communication (emballage, publicité audiovisuelle, etc.) à partir du 1^{er} novembre 2027.

L'Organisateur se réserve le droit d'exercer tout contrôle qu'il juge utile et en particulier de contrôler la conformité de l'utilisation du Logo et de la Marque avec les dispositions du présent Règlement.

Les Lauréats s'engagent à communiquer sans délai à l'Organisateur toute information nécessaire à l'exercice de son droit de contrôle.

14.6. Sanctions

L'Organisateur est libre de prendre toutes mesures appropriées afin d'assurer le respect des dispositions du présent Règlement.

En particulier, l'Organisateur peut exercer toute contrainte visant à

rétablir la conformité de la situation avec les dispositions du présent Règlement et dispose de l'opportunité d'engager toute action judiciaire qu'il juge nécessaire.

Tout acte d'utilisation non autorisé du Logo ou de la Marque par un Participant ou un Lauréat constitue des actes de contrefaçon qui engagent la responsabilité de leur auteur.

L'Organisateur, le Participant et le Lauréat acceptent d'ores et déjà que l'auteur d'un acte individuel d'utilisation du Logo ou de la Marque en méconnaissance des dispositions du Règlement ou l'auteur d'un acte individuel non conforme aux dispositions de l'Article 14 du Règlement est tenu de payer à l'Organisateur, à titre de clause pénale, la somme forfaitaire de 2 000 € (deux mille euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, pour chaque acte individuel de diffusion ou de communication non conforme et, si l'acte non conforme devait se poursuivre sur plusieurs jours, par jour de constatation de l'infraction.

L'application de la clause pénale ne prive pas l'Organisateur du droit d'obtenir réparation des préjudices subis au titre de l'atteinte aux droits dont il dispose sur le Logo et sur la Marque du fait des actes de contrefaçon réalisés par le Participant ou le Lauréat.

14.7. Perte du droit d'utilisation

L'Organisateur peut retirer au Lauréat le droit d'utiliser le Logo et la Marque en cas de manquement aux dispositions du présent Règlement.

L'Organisateur notifie par écrit le manquement au Lauréat en lui enjoignant d'y remédier sous un délai qu'il lui impartit.

Faute pour le Lauréat d'avoir remédié au manquement sous le délai imparti, l'Organisateur notifie par lettre recommandée avec accusé de réception au Lauréat qu'il ne pourra plus utiliser le Logo ou la Marque sur quelque support que ce soit 15 jours ouvrés à compter de la notification et

le Lauréat perd le droit d'utilisation du Logo et de la Marque à compter de cette date.

14.8. Défense du Logo et de la Marque

Les Lauréats s'engagent à informer l'Organisateur de toutes atteintes aux droits sur le Logo ou sur la Marque dont ils auraient connaissance, et en particulier de toutes contrefaçons du Logo ou de la Marque.

Les Lauréats s'engagent à informer l'Organisateur de toutes actions en contrefaçon engagées contre eux ou de toutes atteintes à leur égard.

L'Organisateur assume à ses frais la défense du Logo ou de la Marque contre tout contrefacteur et est seul juge de l'opportunité des poursuites. Il perçoit seul l'intégralité des dommages et intérêts.

Les Lauréats peuvent intervenir aux actions introduites par l'Organisateur afin d'obtenir réparation de leur propre préjudice.

Article 15 - Dépôt du Règlement chez un Huissier de Justice

La participation à la Manifestation implique l'acceptation pleine et entière du présent Règlement déposé chez Maître Frédéric DEBU, Huissier de Justice à Puteaux - La Défense (92800) - 14, terrasse Bellini (Tél. : 01 45 06 82 74). Le Règlement peut être obtenu sur simple demande en écrivant à :

ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE - 12, rue Roger Bacon - 75017 Paris.

Chaque Participant doit approuver le présent Règlement, dont un exemplaire figure dans chaque dossier de candidature, par l'apposition sur l'Accord de Participation accompagnant le Règlement, de la signature du représentant légal du Participant ou d'un fondé de pouvoir dûment habilité et accompagnée du cachet du Participant.

Contact

ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE
12, rue Roger Bacon
75017 Paris
01 71 19 46 30
info@escda.fr

escda.fr



ANNEXE 1 - LISTE DES CATÉGORIES (catégories proposées, non limitatives)

L'intitulé d'une catégorie désigne un univers de consommation qui pourra être adapté et modifié en fonction de l'activité ou de la stratégie de communication du Participant après consultation et validation du Jury de la Manifestation.

1. Aéroport et gare
2. Alarme et télésurveillance
3. Alimentation
4. Aménagement de l'habitat
5. Assurance de biens
6. Assurance de personnes
7. Banque de réseau pour les particuliers
8. Banque en ligne pour entreprises
9. Banque en ligne pour les particuliers
10. Bourse en ligne
11. Bricolage, rénovation et agencement de la maison
12. Centre sportif et de remise en forme
13. Chaîne payante
14. Coffrets cadeaux et bons plans
15. Constructeur automobile
16. Constructeur de gros électroménager
17. Constructeur de smartphones et tablettes
18. Constructeur moto
19. Constructeur TV, son et vidéo
20. Cosmétique
21. Distributeur multimarque automobile
22. Distribution d'articles de sports et loisirs
23. Distribution d'eau
24. Distribution de jouets
25. Distribution de matériel de télécommunication
26. Distribution de plis et de colis
27. Distribution de produits de literie
28. Distribution de produits électroménager
29. Distribution de produits financiers
30. Distribution de produits techniques
31. Distribution spécialisée
32. Éditeur de logiciels
33. Édition et abonnement presse
34. Électroménager
35. Électronique grand public
36. Équipement pour la production d'énergie
37. Fournisseur d'énergie pour entreprises
38. Fournisseur d'énergie pour les particuliers
39. Fournitures et équipements pour l'entreprise
40. Grande distribution
41. Hébergement et nom de domaine
42. Hôtellerie
43. Informatique
44. Jardinier et animalerie
45. Jeux
46. Lieu de vie et services aux seniors
47. Livraison de fleurs
48. Location de matériel
49. Location de vacances
50. Location de véhicules
51. Location longue durée automobile
52. Manufacturier pneumatique
53. Matériel de communication
54. Matériels de santé et bien-être
55. Mobilier et décoration
56. Mode et accessoires
57. Opticien
58. Organisme de crédit
59. Outillage
60. Parc de jeux et de loisirs
61. Petit électroménager
62. Petites annonces et publicités digitales
63. Plateforme de réservations
64. Produits de luxe
65. Produits personnalisables
66. Programme minceur
67. Promotion immobilière
68. Renseignements téléphoniques
69. Réparation automobile
70. Réseau autoroutier
71. Réservation de spectacles et cinémas
72. Restauration
73. Services à l'habitat
74. Services à la personne
75. Services aux automobilistes
76. Services de livraison de restauration
77. Services de TV, streaming et VOD
78. Services funéraires
79. Services prépayés aux entreprises
80. Services publics
81. Site de rencontres
82. Solution d'aide à la conduite
83. Solutions auditives
84. Solutions communicantes pour entreprises
85. Solutions communicantes pour les particuliers
86. Solutions d'impression
87. Solutions de mobilité et d'accessibilité
88. Solutions de paiement
89. Solutions de self-stockage
90. Stationnement et parking
91. Tourisme
92. Transport collectif de voyageurs
93. Transport individuel de personnes
94. VAD marque électronique grand public
95. Vente à distance accessoires et pièces de véhicules
96. Vente à distance alimentaire
97. Vente à distance de produits culturels
98. Vente à distance mode et accessoires

ANNEXE 2 - CALENDRIER PRÉVISIONNEL

- ✓ **Lundi 5 janvier 2026** : ouverture des inscriptions
- ✓ **Vendredi 13 mars 2026** : clôture des inscriptions
- ✓ **Du lundi 16 au vendredi 20 mars 2026** : validation des accords de participation
- ✓ **Du lundi 11 mai au samedi 4 juillet 2026** : réalisation des tests clients mystères
- ✓ **Jeudi 19 novembre 2026** : remise des prix et divulgation officielle des lauréats

ANNEXE 3 - CRITÈRES D'ÉVALUATION TÉLÉPHONE

Les appels aboutissant à l'attribution d'une notation générale « Faux » ou « Inexistant » sont :

- les appels non décrochés après un temps de sonnerie supérieur à 60 secondes ;
- les appels avec un temps de prise en charge (tel que définit ci-dessous) supérieur ou égal à 4 minutes depuis le début de la communication sans que la demande n'ait pu être formulée ;
- les appels aboutissant à un message de saturation ou de dissuasion.

Gestion de la disponibilité		
C8	Temps de décroché	L'appel est décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.
C10	Accès au service désiré	Accès au service désiré par le biais d'un Standard Vocal Interactif ou d'un opérateur en moins d'1 minute (critère non applicable si la société ne dispose pas de SVI).
C9	Prise en charge du contact	Le client mystère est pris en charge en moins d'1 minute après avoir choisi de parler à un conseiller.
C12	Mise en attente	Le conseiller prévient le client mystère d'une mise en attente, l'oriente vers une musique ou un message vocal d'une durée maximum d'1 minute et reprend l'appel par une formule de politesse (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).
C11	Réponse différée	Proposition et engagement de rappel en moins de 12 heures ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).
Relationnel		
C2	Identification	La raison sociale ou le nom commercial du participant est énoncé lors de l'accueil par un Standard Vocal Interactif (SVI) ou un pré-décroché (critère non applicable si le client mystère est accueilli directement par un conseiller).
C1	Accueil du contact	Accueil de l'appel par l'identification du nom du participant (si celui-ci n'est pas donné par le pré-décroché ou le SVI) et du conseiller du participant avec une formule de politesse, une élocution correcte et un débit adapté.
C3	Savoir dire	Le conseiller utilise des mots adaptés au service demandé (vocabulaire aisément compréhensible, absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).
C4	Reformulation	Le conseiller reformule la demande du client mystère pour s'assurer de sa compréhension de la problématique et/ou utilise les informations transmises par le client mystère.
C5	Transfert	Lors d'un transfert vers un nouvel interlocuteur, le client mystère est mis en relation avec le bon interlocuteur et la problématique comme les informations du client mystère ont été préalablement transmises par le conseiller (critère non applicable si l'appel est géré dans son intégralité par un seul conseiller).
C6	Savoir écouter	Le conseiller ne coupe pas la parole au client mystère, toutefois, il peut recentrer le discours sur l'objet précis de la problématique de façon professionnelle et positive.
C7	Prise de congé	Le conseiller prend congé en utilisant le nom et/ou la civilité du client mystère. Il s'assure qu'il a bien répondu à sa demande et lui laisse l'initiative de mettre fin à l'appel.
Qualité de la réponse et qualité humaine		
C13	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
C14	Impression générale	La qualité globale de l'entretien est jugée dans l'absolu. Le client mystère analyse l'empathie comme le naturel de l'entretien (il se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).
C15	Qualité du ton	Le client mystère mesure la qualité et constance du ton employé par le conseiller tout au long de l'entretien.

ANNEXE 4 - CRITÈRES D'ÉVALUATION E-MAILS OU FORMULAIRES

Les e-mails ou formulaires aboutissant à l'attribution d'une notation générale « Faux » ou « Inexistant » sont :

- les e-mails ou formulaires envoyés provoquant et/ou revenant avec un message d'erreur (mauvaise adresse, adresse inconnue, formulaire impossible à valider...) ;
- les e-mails ou formulaires répondus dans un délai supérieur à 2 jours ouvrés ;
- les e-mails ou formulaire non répondus.

Gestion de la disponibilité

C9	Temps de réponse	L'e-mail est répondu sous 1 jour ouvré.
C10	E-mail relais	L'e-mail d'accusé de réception doit comprendre une date identifiée et respectée de réponse effective qui ne doit pas être supérieure à 1 jour ouvré (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).

Relationnel

C1	Expéditeur	L'adresse e-mail ou le nom de l'expéditeur est compréhensible et permet d'identifier le participant dans l'e-mail d'accusé de réception et l'e-mail de réponse.
C2	Objet	L'objet de l'e-mail de réponse est en adéquation avec la demande et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande formulée par le client mystère.
C3	Personnalisation	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.
C5	Contexte	La situation de la demande initiale est résumée (rappel du contexte).
C4	Rédaction	L'e-mail de réponse est rédigé dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).
C7	Identification	L'interlocuteur répondant à l'e-mail est identifié par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.
C8	Poursuite de la relation	L'e-mail comprend des coordonnées permettant de poursuivre la relation par un autre canal (numéros de téléphone ou adresses e-mails ou lien vers un formulaire de contact ou une session de chat...).
C6	Prise de congé	L'e-mail comprend une prise de congé avec une formule de politesse.

Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
C12	Impression générale	La qualité globale de l'accusé de réception et de l'e-mail de réponse est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).
C13	Ton employé	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.
C14	Lisibilité	L'e-mail de réponse est lisible et ne comporte pas de signe d'incompatibilité avec le navigateur Internet, le logiciel ou le fournisseur utilisé.

ANNEXE 5 - CRITÈRES D'ÉVALUATION NAVIGATIONS INTERNET

Les navigations Internet aboutissant à l'attribution d'une notation générale « Faux » ou « Inexistant » sont :

- les navigations Internet non répondues par le serveur du Participant ;
- les navigations Internet donnant accès à un message d'erreur insurmontable par une rétroaction.

Ergonomie et accessibilité		
C1	Visibilité	Le libre-service ou le moteur de recherche ou l'agent virtuel ou le chatbot est visible et accessible à partir de la page d'accueil.
C2	Fonctionnalité	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).
C3	Efficacité	Les pages visitées sont toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée, pop-in ou pop-up publicitaire ou d'enquête de satisfaction).
C4	Rétroactivité	Le client mystère, en cours de navigation, peut revenir sur la page précédente sans l'affichage d'un message d'erreur.
C5	Attractivité	Le nombre de clics pour accéder à une information est inférieur ou égal à 4.
C6	Identification	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.
C7	Forme de la réponse	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page pour un écran d'ordinateur ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur un smartphone.
C8	Savoir faire	Le moteur de recherche ou l'agent virtuel ou le chatbot comprend des mots simples (absence de mot technique) (critère non applicable en cas d'absence de moteur de recherche ou d'agent virtuel ou de chatbot).

Qualité de la réponse		
C9	Rédaction	La réponse est rédigée dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).
C10	Poursuite de la relation	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé pour obtenir la réponse souhaitée (critère non applicable en cas de réponse effective).
C11	Qualité de la réponse	Le client mystère consulte une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.

Impression générale sur le service		
C12	Impression générale	La qualité globale du site Internet est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).

Qualité technique		
C13	Lisibilité	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur, le fournisseur ou le modèle de smartphone.

ANNEXE 6 - CRITÈRES D'ÉVALUATION RÉSEAUX SOCIAUX (FACEBOOK)

Les publications de message sur les réseaux sociaux aboutissant à l'attribution d'une notation générale « Faux » ou « Inexistant » sont :

- les sollicitations ne pouvant être envoyées en message privé ;
- les sollicitations envoyées en message privé répondues dans un délai supérieur à 12 heures ouvrées ;
- les sollicitations envoyées en message privé non répondues.

Ergonomie et accessibilité

C1	Identification du Participant	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice (un logo, une photo...).
C2	Coordonnées du Participant	L'espace dédié du participant sur le réseau social propose clairement d'autres canaux de contact (numéros de téléphone ou adresses e-mails ou lien vers un formulaire de contact ou une session de chat...).

Relationnel

C3	Personnalisation	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.
C4	Rédaction	Le message est rédigé dans un français adapté au canal et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).
C5	Forme de la réponse	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page pour un écran d'ordinateur ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur une fenêtre de conversation.
C6	Prise de congé	La réponse comprend une prise de congé avec une formule de politesse.
C7	Identification de l'interlocuteur	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.
C8	Poursuite de la relation	Le répondant laisse ses coordonnées dans le message de réponse (numéros de téléphone ou adresses e-mails ou lien vers un formulaire de contact ou une session de chat...) (critère non applicable si d'autres canaux de contact sont clairement proposés et visibles sur l'espace dédié du participant).

Gestion de la disponibilité

C9	Temps de réponse	Le message est répondu sous 2 heures ouvrées.
C10	Message relais	Le participant peut adresser un message d'attente qui doit comprendre une date identifiée et respectée de réponse effective qui ne doit pas être supérieure à 6 heures ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).

Qualité de la réponse

C11	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
C12	Fonctionnalité du lien	Le lien hypertexte présent dans le message de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).

Qualité humaine

C13	Impression générale	La qualité globale de l'échange est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).
C14	Ton employé	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.

Qualité technique

C15	Savoir faire	Le chatbot du réseau social comprend des mots simples (critère non applicable en cas d'absence de chatbot).
-----	--------------	---

ANNEXE 7 - CRITÈRES D'ÉVALUATION CHAT

Les conversations par chat aboutissant à l'attribution d'une notation générale « Faux » ou « Inexistant » sont :

- les fenêtres de chat indisponibles ou non proposées après un temps de navigation supérieur à 7 clics ou à 90 secondes depuis la page d'accueil du site Internet ;
- les conversations déclenchées par la validation d'un formulaire dont la prise en charge est supérieure ou égale à 3 minutes ;
- les conversations déclenchées par une première interaction depuis une fenêtre de chat déjà ouverte dont le temps de réponse est supérieur ou égal à 3 minutes.

Accessibilité et gestion de la disponibilité

C1	Visibilité	Le nombre de clics pour accéder à la fenêtre de chat est inférieur ou égal à 4.
C2	Temps de prise en charge	Le client mystère est pris en charge par un conseiller via une fenêtre de chat en moins de 30 secondes.
C3	Réactivité	Le conseiller répond à chaque question du client mystère de manière réactive en moins de 45 secondes.

Relationnel

C4	Accueil	Le conseiller est identifié par son prénom et/ou son nom et débute la conversation par une formule de politesse.
C5	Personnalisation	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom du client mystère (critère non applicable dans le cadre d'une fenêtre disponible immédiatement ou lorsque aucune information personnelle n'est demandée).
C6	Rédaction	L'ensemble de la conversation est rédigé dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (certaines abréviations ou certains termes techniques pourront être considérés comme du vocabulaire ou des mots adaptés si le contexte et le secteur d'activité de l'entreprise s'y prêtent).
C7	Prise de congé	Le conseiller s'assure d'avoir répondu à toutes les questions du client mystère et prend congé au moyen d'une formule de politesse.

Qualité de la réponse

C8	Forme de la réponse	Le conseiller envoie ses réponses phrase par phrase et non par bloc afin de faciliter l'expérience du client mystère.
C9	Fonctionnalité du lien	Le lien hypertexte présent dans le message de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).
C10	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.

Qualité technique

C11	Lisibilité	La conversation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur ou le fournisseur.
C12	Historique de conversation	Un moyen de sauvegarder la conversation est clairement visible depuis la fenêtre de chat ou est proposé par le conseiller ou est envoyé par e-mail lorsque l'adresse a été communiquée.

Qualité humaine

C13	Impression générale	La qualité globale de l'échange est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).
C14	Ton employé	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.