

## Protocoles pour les achats mystères face à face pendant la période Covid-19

### Objectif :

L'objectif de ce document est de fournir des conseils aux membres de MSPA Europe/Afrique sur les protocoles à envisager pour les achats mystères en face-à-face pendant la période de levée du confinement et la reprise des activités de nos membres.

### Avertissement important :

- En tant que tel, la MSPA Europe/Afrique ne peut en aucun cas être tenue responsable de ces recommandations et partage ses conseils afin de générer une compréhension commune parmi ses membres et leurs clients mystères ;
- Les dernières recommandations sur le Covid-19 indiquent qu'il existe certaines caractéristiques démographiques et conditions sanitaires susceptibles d'augmenter le risque d'infection, la gravité des symptômes et le taux de létalité. Il est de votre responsabilité, en tant que client mystère, d'auto-évaluer vos facteurs de risques et de prendre une décision éclairée quant à l'acceptation d'une mission. Un prestataire ne peut être tenu responsable de votre décision d'accepter une mission ;
- Avant tout, les membres de la MSPA Europe/Afrique et les clients mystères doivent toujours se conformer aux exigences législatives spécifiques de leurs autorités locales, celles-ci ayant préséance sur tout conseil donné dans le présent document ;
- De plus, les clients mystères doivent se tenir au courant des développements locaux et se tenir informés des mises à jour des gouvernements, des services de santé et des autorités connexes dans les régions où ils opèrent.

Les objectifs de ce document sont d'assurer (dans la mesure du possible) :

- **Un devoir de diligence** : Pour les clients, les employés de nos clients et leurs clients. Pour les membres de la MSPA EA, leurs employés et les enquêteurs. Assurer la prévention concernant les risques de transmission de l'infection à la suite de l'activité Mystery Shopping.
- **Notre réputation et la limitation de toute responsabilité** : Pour les membres, en fournissant des conseils clairs qui peuvent être partagés de manière appropriée avec les clients, les collègues et enquêteurs.

## Étapes recommandées

Celles-ci sont présentées dans un ordre logique pour s'assurer que des actions relatives à l'ensemble des étapes de notre métier (business courant, création de projets spécifiques, recrutement, travail sur le terrain et retour terrain) sont prises :

### A. Lignes directrices du business courant

#### VÉRIFIER LES LIGNES DIRECTRICES CONCERNANT LA LÉGISLATION LOCALE, LE SECTEUR, LE CLIENT ET L'EMPLOI

- Tout d'abord, et surtout, respecter la législation locale et les protocoles des autorités gouvernementales en vigueur.
- Deuxièmement, s'assurer des protocoles du secteur du client, en veillant toujours à ce qu'ils respectent les exigences législatives en vigueur.
- Troisièmement, s'assurer qu'en tant que prestataire, vous ayez une protection juridique contractuellement à ce qui suit :

Tout préjudice causé par le Covid-19 aux enquêteurs :

- Vos contrats enquêteurs doivent mentionner les nouvelles obligations de sécurité à respecter par l'enquêteur et les sanctions éventuelles en cas de non-conformité
- Les prestataires doivent imposer aux enquêteurs des règles de sécurité claires compatibles avec les lois du pays et au-delà si celles-ci sont insuffisantes
- En tant que prestataire, vous n'avez peut-être pas les moyens de vérifier que l'enquêteur s'est bien protégé, vous devez donc demander aux enquêteurs d'accepter les risques associés à la mission et de renoncer à votre responsabilité en conséquence.
- Les prestataires doivent autoriser les enquêteurs à ne pas effectuer de visite lorsque les procédures mises en place par le client lui semblent susceptibles de le mettre en danger ; et évidemment faire un rapport immédiat comme une alerte à chaud de retour à vous le prestataire (Voir ci-dessous - Au cours de la visite).

Tout préjudice causé par le Covid-19 aux employés du client :

- Le contrat entre le prestataire et le client doit détailler toutes les mesures de sécurité imposées au client pour sa propre sécurité, ainsi que les règles de comportement imposées aux enquêteurs afin d'éliminer tout risque dans leurs interactions avec le personnel du client.
- Celles-ci devraient être élaborées avec le client, comprises et convenues, comme preuves claires d'agir de façon responsable et atténuant le risque (adaptation du scénario)
- Veiller à ce que les procédures de sélection des enquêteurs et critères d'acceptation soient suivies et que ceux qui ne répondent pas aux critères de présélection ne soient pas autorisés à effectuer des missions en face à face.

## B. Mise en place de Projet

### Accords avec le client

- Envisager si possible d'autres méthodes plutôt que le face à face pour effectuer la mission (téléphone, en ligne, etc.). Toutefois, si l'objectif est d'évaluer la qualité de la relation client en face à face, il faut une compréhension et entente mutuelles sur les objectifs et les risques en jeu.
- En tant que prestataire, vous devez présenter vos lignes directrices à votre client et avoir leur approbation par écrit.
- Demandez à votre client, par écrit, s'il y a des lignes directrices que vous devez respecter pendant le travail sur le terrain. Il pourrait s'agir de lignes directrices pour les prestataires ou pour les clients – en tant qu'enquêteur mystère, nous agissons en tant que client. Analyser si celles-ci doivent être reflétées dans le questionnaire.
- Délais : Alignez-vous avec le client sur les périodes de travail sur le terrain et les frais d'achat. Les visites prendront probablement plus de temps lorsque vous respectez les files d'attente pour entrer dans les magasins.

### Accords avec les enquêteurs

- Soumettre une liste de vérification s'appliquant aux enquêteurs lorsqu'ils acceptent d'effectuer la mission et indiquer clairement que l'enquêteur effectue cette mission de son plein gré tout en effectuant des routines normales d'achat et que l'agence n'accepte aucune responsabilité pour toute maladie ou blessure encourue.
- Il ne sera jamais demandé aux enquêteurs d'agir d'une manière qui contrevient aux règlements des administrations locales afin de tester une mesure corrective dans un point de vente au détail, c'est-à-dire de demander aux enquêteurs de ne pas porter de masque facial et de voir s'ils sont invités à en porter un.
- Envisager des modifications au questionnaire : insérer une boîte de commentaires ouverte (non visible pour le client) avec la question suivante : « Vous êtes-vous senti en sécurité et avez-vous des commentaires ou des recommandations concernant des questions de santé et de sécurité ? »

### C. Recrutement et briefing

Il est important d'évaluer qui vous sélectionnez et de poser des questions relatives au Covid-19 et s'assurer de l'acceptation des risques par l'enquêteur. Les informations disponibles à ce jour au sujet du Covid-19, indiquent que certaines caractéristiques démographiques et certaines conditions de santé peuvent augmenter le risque d'infection, la gravité des symptômes et le taux de létalité.

Les messages de recrutement pour les projets devraient inclure cette information avec une note indiquant que les enquêteurs dans ces circonstances sont plus vulnérables au Covid-19 et devraient donc tenir compte de ces risques avant d'accepter toute mission.

Un enquêteur n'est PAS AUTORISÉ à effectuer des visites d'achats mystère s'il :

- Se sent malade, a une toux ou de la température (supérieure à 37°) ou tout autre symptôme que l'autorité sanitaire locale identifie comme un indicateur de l'infection.
- A été en contact direct, au cours des 14 derniers jours, avec des personnes symptomatiques ou ayant été testées positives au Covid-19. (Sur la base des conseils de l'autorité de santé locale)

En plus de ce qui précède :

- Il est recommandé de prendre des précautions supplémentaires auprès des enquêteurs qui ont des problèmes de santé sous-jacents que votre autorité sanitaire locale identifie comme un risque élevé et une faible immunité.
- A la lumière du GDPR, il est difficile d'inclure des questions de dépistage sur la santé. Par conséquent, tous les enquêteurs devraient signer une clause indiquant qu'ils ont compris les risques associés et qu'ils assument l'entière responsabilité de faire des visites d'achats mystères en bonne santé, et qu'ils respecteront les lois locales des autorités gouvernementales et des ministères de la santé au cours de chaque visite mystère.
- De façon contractuelle et claire, un avertissement supplémentaire devrait être donné dans les cas où le projet peut comporter des risques supplémentaires, par exemple les transports en commun et les entreprises où il est plus difficile de garder une distance sociale.

Il est également important de tenir compte des éléments suivants :

- Les prestataires et les enquêteurs devraient éviter de planifier des visites aux heures de pointe
- Dans la mesure du possible, utilisez de vrais clients qui évalueront les services dans leurs lieux d'achats habituels
- Les enquêteurs devraient éviter les transports en commun si possible
- Dans la mesure du possible, utilisez les enquêteurs locaux pour éviter les déplacements inutiles
- Lorsque des itinéraires sont nécessaires, avvertissez les enquêteurs des risques de contamination croisée lors de la visite de plusieurs points de vente. En général, il est conseillé d'empêcher un client d'accepter plusieurs missions

- Comme l'équipement de sécurité est coûteux (masques, gants, désinfectant pour les mains, etc.), les prestataires doivent examiner avec leurs clients l'équipement recommandé, selon le pays ou le type d'entreprise. Il peut être nécessaire de rembourser ces dépenses pour les enquêteurs.

## D. Formation de vos enquêteurs

Les prestataires doivent offrir une formation aux employés et nous devons également les refléter dans les séances d'information aux enquêteurs, afin de s'adapter à la nouvelle économie « sans contact ». (S'il vous plaît, ne présumer pas du bon respect des règles par les enquêteurs sous prétexte que lesdites règles relèvent du bon sens – ça ne l'est pas.)

- Certains éléments d'évaluation ont peut-être changé (dans certains projets, les enquêteurs ont utilisé pour évaluer les poignées de main, les techniques de vente qui impliquaient la manipulation de plusieurs produits, etc.).
- En se fondant sur la (nouvelle) expérience souhaitée, les enquêteurs doivent être conscients des principaux facteurs de risque. Exemples : boutons de porte, stylos disponibles sur place, chaises, menus, écrans tactiles, samplers, cartes de visite, etc. Effets personnels de l'enquêteur (téléphone portable, sac, etc.).

## E. Préparation de la visite – Liste des vérifications des enquêteurs

Avant de partir pour effectuer des missions, les enquêteurs doivent vérifier tous les symptômes typiques du COVID-19 (toux, température élevée, essoufflement). Comme beaucoup de patients infectés sont asymptomatiques, les enquêteurs doivent s'abstenir de travail s'ils sont informés d'avoir été en contact avec des patients infectés, durant les 14 derniers jours.

- Que ce soit dans le cadre de la législation locale ou non, nous recommandons aux enquêteurs de
  - S'assurer qu'ils ont leurs masques avec eux.
  - Transporter avec eux des désinfectants pour les mains avec une teneur minimale en alcool de 70%.
- Il faut conseiller aux enquêteurs de ne pas prendre d'effets inutiles pour minimiser la contamination croisée.

## F. Au cours de la visite

Il convient de conseiller aux enquêteurs de :

- Annuler la visite si, à tout moment, ils se sentent à risque et informez votre client. Plus précisément, lorsqu'il existe des preuves que l'emplacement n'est conforme à aucune des lois locales ou des exigences spécifiques des clients relatives au Covid-19
- Il ne faut pas demander aux enquêteurs d'effectuer une mission si cela peut présenter un risque important. Par exemple, si un enquêteur entre dans un magasin et que les employés ne portent pas de masque (lorsque c'est obligatoire) ou que le nombre de clients est nettement supérieur au maximum autorisé en raison du besoin de distance physique, l'enquêteur devrait considérer la visite comme terminée et déclarer les résultats.
- Les enquêteurs ne devraient pas être pénalisés (financièrement et/ou leur notation [note de visite/magasin]) pour ne pas avoir terminé l'ensemble de la visite dans ces cas-là.
- Les entreprises doivent disposer d'un canal dédié (téléphone ou courriel) où les enquêteurs peuvent rapidement signaler ce genre de situation, afin que les clients puissent être alertés rapidement et que la situation puisse être corrigée dès que possible.
- Mettre les masques avant d'entrer dans le magasin
- Maintenir la distanciation sociale (par exemple 2 mètres, selon la réglementation locale)
- Se tenir informé des normes de sécurité / santé imposées dans les magasins
- Utiliser le gel hydroalcoolique disponible à l'entrée de tous les magasins / points de vente
- Utiliser une carte de débit ou de crédit, de préférence avec des paiements sans contact - si possible pour éviter la manipulation d'argent
- Éviter de manipuler inutilement les marchandises et tout contact avec les surfaces autant que possible
- Si les toilettes doivent être visitées, se laver les mains avant et après avoir quitté les toilettes et se désinfecter les mains
- En sortant du magasin utiliser un gel hydroalcoolique
- L'hygiène des mains doit être une priorité absolue, avant et après chaque visite. Dans le cas où l'enquêteur porte des gants jetables ; ceux-ci doivent être jetés après la visite (ou désinfectés). Une attention particulière doit être prise avec les téléphones mobiles et les cartes de paiement
- Suivre les règles de sécurité mises en œuvre - par exemple coopérer dans le cas où les entreprises vérifient les températures

- Ne pas s'attarder en faisant du shopping ou discuter avec les voisins / amis / personnel du magasin plus que ce qui est nécessaire pour la visite.

### G. Après la visite

Les prestataires doivent garder un canal de communication ouvert avec les enquêteurs et demander à être informés en cas d'infection déclarée par l'enquêteur ou son entourage proche. Dans le cas où un client mystère est déclaré positif au Covid-19, les prestataires doivent vérifier dans quels projets ils ont été impliqués les 14 jours précédents et aviser les clients le cas échéant.