



CONDITIONS COMMERCIALES GÉNÉRALES

GfK SWITZERLAND AG

Préambule

L'objectif des «Conditions commerciales générales (CCG)» est de créer un juste équilibre d'intérêts entre ceux qui réalisent et ceux qui utilisent des études de marché et des études sociales. C'est pourquoi les présentes CCG ont été élaborées au sein du comité de l'ASMS, l'Association suisse des recherches de marché et sociales, lequel est paritairement composé d'opérateurs et d'utilisateurs.

Introduction

L'institut exerce son activité à titre de consultant, en conformité avec les règles reconnues de la profession.

Les règles reconnues de la profession sont celles des codes et directives de l'ESOMAR, Eurocenter 2, Barbara Strozilaan 384, 1083 HN Amsterdam, The Netherlands, www.esomar.org) et les règles du Règlement et de ses annexes pour l'utilisation de la marque collective [asms swiss interview institute®](http://www.asms.ch) publié par l'asms, l'Association suisse des recherches de marché et sociales, dont le siège est à Alpnach. Elles sont contraignantes pour l'institut.

Offres

L'institut remet à l'intéressé une offre, en principe sous forme d'une proposition d'étude rédigée sur la base d'un briefing détaillé du client. La proposition d'étude est une proposition cadre comprenant le but de l'étude, le plan de l'étude (méthodologie, échantillon représentatif, longueur d'interview) et les méthodes d'évaluation, ainsi que les honoraires demandés, le temps nécessaire pour l'étude et le type de rapport remis.

Les frais inhérents à l'élaboration d'une offre ne sont facturés à l'intéressé que si ce dernier en a été avisé. L'offre est valable durant 60 jours à compter de la date de son élaboration.

Si l'institut élabore le briefing conjointement avec le client, on doit alors partir du principe qu'il s'agit d'un mandat de consultation qui, sauf accord exprès contraire, fait l'objet d'une facturation séparée, s'ajoutant aux honoraires mentionnés dans l'offre et due indépendamment de l'attribution du mandat principal. L'intéressé doit être avisé des coûts du mandat de consultation avant le début de cette étape du travail.

Prestations et honoraires

L'institut informe le client au préalable si

- a) les travaux effectués pour son compte sont multi-clients ou s'ils sont combinés avec des travaux réalisés pour d'autres clients. L'identité des autres clients ne doit pas être dévoilée;
- b) une partie substantielle des prestations est fournie par un sous-traitant ou par un consultant externe. Sauf accord contraire, l'institut est autorisé à céder le mandat. Sur demande, l'identité du sous-traitant et du consultant est communiquée au client.

Les honoraires mentionnés dans la proposition d'étude comprennent en principe toutes les prestations définies que l'institut s'engage à fournir en exécution du mandat, y compris les prestations fournies par les sous-traitants et consultants.

Les prestations supplémentaires commandées par le client, telles que les présentations, la remise d'exemplaires supplémentaires de rapports, la traduction etc., seront facturées séparément. Le client doit être rendu attentif aux coûts de ces prestations.

Si après la conclusion du contrat, le client souhaite des modifications ou des prestations supplémentaires, l'institut peut facturer des coûts supplémentaires s'il fait au client une offre correspondante pour les prestations dépassant le cadre des honoraires convenus dans les 5 jours ouvrables suivants, mais dans tous les cas avant la fourniture des prestations et pour autant que le client ne rejette pas l'offre en temps utile. Le client est autorisé à couvrir ces coûts supplémentaires en réduisant d'autres prestations non encore fournies par l'institut, dans la mesure où l'institut ne prouve subir aucun préjudice en raison de cette opération.

Dans un contrat forfaitaire, c'est l'institut qui assume le risque lié à une élaboration correcte de l'offre. Mais si certains éléments de prestation ont été quantifiés dans le cadre d'un accord forfaitaire, c'est-à-dire si les pré-supposés constituant la base de la rédaction de l'offre ont été exposés, l'institut ne peut facturer des coûts supplémentaires pour les dites prestations que s'il prouve que ces coûts n'étaient pas prévisibles lors de la passation de la commande bien que toute la diligence requise ait été déployée et que le client ait été dûment informé.

Si le client révoque le mandat, il est tenu de payer à l'institut les honoraires correspondants aux prestations fournies conformément au contrat jusqu'à la révocation du mandat et de lui rembourser tous les frais annexes avérés occasionnés jusque là. Si la révocation intervient en temps inopportun et si aucune faute n'est imputable à l'institut, ce dernier est autorisé à facturer un supplément de 10 % des honoraires pour la partie de la

commande lui ayant été retirée, en plus des honoraires correspondants aux prestations fournies conformément au contrat. Sont réservés des dommages-intérêts pour un préjudice plus élevé.

L'ajournement d'un mandat équivaut à sa révocation, si aucune date n'a été fixée pour l'exécution du contrat. Lorsqu'un mandat est ajourné, l'institut est autorisé à facturer séparément ses prestations et frais inhérents à l'ajournement (p. ex. prestations pour la modification du projet, coûts pour le temps réservé aux interviews).

Droits de propriété et droits d'auteur

Les droits de propriété et les droits d'auteur sur la conception de l'étude et sur le matériel utilisé lors de l'exécution du mandat – les supports de données de toute sorte, les questionnaires, d'autres documents écrits, etc. restent à l'institut de recherche. Les droits de propriété et les droits d'auteur sur les données saisies passent au client sous forme anonyme. Sont réservés les droits d'auteur du client sur les documents qu'il a élaborés. Sous réserve de dispositions contraires énoncées au paragraphe suivant.

Maîtrise des données et obligation de garder le secret

a) Principe

Les données issues d'études de marché, d'opinion et d'environnement social ne sont transmises au client que sous forme anonyme, à moins que le client ne soit lui-même un institut autorisé à utiliser la marque collective *asms swiss interview institute®* (pour les clients étrangers: membres d'une organisation similaire), affilié à l'ESOMAR ou à un organisme officiel qui s'est engagé par écrit à respecter les règles émises par *asms swiss interview institute®* et les dispositions législatives de protection des données et de la personnalité. Constituent une autre exception à l'anonymat les cas dans lesquels le répondant souhaite expressément la divulgation de son identité ou donne expressément l'autorisation de transmettre son identité. Dans les deux cas, le consentement de l'intéressé doit être recueilli par une double question rédigée en termes exprès dans le questionnaire.

b) Etudes de type multi-clients («Syndicated Studies»)

Les droits d'auteur sur toutes les informations transmises au client et la maîtrise des données appartiennent intégralement à l'institut. Le client reçoit l'étude pour un usage exclusivement personnel. Sauf accord écrit contraire, il s'engage à ne pas transmettre à des tiers les résultats d'enquête, rapports, etc. ainsi que le matériel sur lesquels ils se basent, et ce ni dans leur intégralité, ni en extraits, ni sous n'importe quelle autre forme d'information pouvant être utilisée. Ne sont pas considérés comme tiers les personnes ou sociétés avec lesquelles le client est lié par des participations importantes, avec lesquelles il entretient des rapports d'agence ou qui

ont besoin d'informations de ce type pour remplir une obligation contractuelle vis-à-vis du client. Cependant, en cas de transfert d'informations à de telles personnes et sociétés, le client s'engage à leur imposer l'obligation contractuelle de ne pas communiquer ces informations.

Si des circonstances particulières requièrent que le client porte à la connaissance de tiers des données fournies par l'institut, ce dernier décide, sur requête du client et au besoin après consultation des acquéreurs de ces informations, d'accorder son consentement à une telle divulgation à des tiers.

Le client est responsable du respect de la présente disposition ainsi que de son respect par les personnes et sociétés auxquelles le client a transmis les informations. En cas de violation de cette disposition, le client est redevable envers l'institut d'une peine conventionnelle dont le montant est déterminé par les parties, séparément pour chaque mandat. Cela n'exclut pas la prétention à non utilisation ultérieure des données et une demande de dommages-intérêts.

c) Études sur mandat

Lors d'études sur mandat, le client peut utiliser les données anonymisées et les conclusions de l'étude pour d'autres projets de recherche, pour l'archivage et la publication d'une quelconque manière. Il peut accorder à des tiers des droits d'utiliser les données et les conclusions. Le client détient exclusivement la maîtrise des données. L'institut garantit au client que sans son autorisation expresse, il ne transmettra pas à des tiers des données spécifiques et/ou des connaissances concernant le mandat, acquises à l'occasion de la réalisation de l'étude.

Cependant, l'institut peut continuer à utiliser des connaissances générales émanant de l'étude, par exemple pour standardiser la formulation de questions ou pour établir des valeurs moyennes anonymes à partir de plusieurs études pour différents clients. Il veille à ce que des tiers ne puissent pas déduire de ce savoir-faire les résultats de l'étude ainsi que l'identité du client.

Pour les études destinées à être publiées dans les médias, l'institut et le client veillent à ce que les informations supplémentaires suivantes soient diffusées lors de la première publication:

- le nom de l'institut
- le nom du client
- la méthode d'enquête
- la période d'enquête
- la formulation exacte des questions
- la définition de l'univers
- la description de la méthode d'échantillonnage, ainsi que
- le nombre d'interviews

Demeurent réservées les dispositions particulières de la «Directive pour la réalisation de sondages portant sur des élections et votations, et destinés à être publiés avant les scrutins» relatives à la publication obligatoire de la «communication méthodologique» sur le site www.asms-vsms.ch par l'institut même.

Copie de données

Dans le cadre d'études sur mandat, le client peut demander à l'institut une copie anonymisée d'un jeu de données, contre paiement.

Droit de consultation/Anonymat

Le client a le droit de consulter les documents originaux relatifs à l'enquête dans les locaux commerciaux de l'institut. Cependant, l'anonymat des informateurs ne doit pas être violé. Si certaines mesures s'avérant nécessaires pour protéger l'anonymat occasionnent des coûts, ceux-ci doivent être supportés pas le client, pour autant qu'il en soit informé.

Obligation de conserver les documents

Après remise du rapport d'étude, l'institut est tenu de conserver pendant un an les documents relatifs à l'enquête et pendant deux ans les supports de données. Des délais plus longs doivent être convenus expressément.

Confidentialité

L'institut ne communique pas l'identité du client en liaison avec un mandat précis. Il est tenu de traiter avec la plus grande confidentialité la totalité des informations transmises par le client et de les utiliser exclusivement pour l'exécution du mandat. Les accords contraires sont réservés.

Les résultats obtenus sont uniquement à la disposition du client concerné, sauf s'il s'agit de d'études multi-clients (Syndicated Studies) ou de prestations de services devant être clairement fournies pour différents clients.

L'institut est autorisé à évoquer le nom du client comme référence, sans mentionner un mandat précis.

Responsabilité de l'institut

L'institut réalise les études (enquête, saisie, exploitation et établissement de données) avec la diligence commandée par les circonstances et conformément aux règles reconnues des recherches marketing et sociales. Si le mandat laisse une marge d'appréciation, l'institut en fait usage en toute conscience. Il n'y a défaut dans l'exécution de l'étude que si l'institut viole son devoir de diligence de façon fautive.

L'institut s'engage à définir les documents d'enquête et

les informations ainsi recueillies en toute conscience («Best Practice») de façon telle qu'ils correspondent à l'utilisation déclarée dans le briefing du client. De même, les études doivent être réalisées conformément aux règles de «Best Practice» applicables à l'étude du marché. Est dans tous les cas exclue toute responsabilité pour dommages subséquents et indirects, notamment la perte éprouvée, la perte de données ou le gain manqué.

L'obligation de l'institut de réparer le dommage est limitée au montant total des honoraires convenus pour le mandat en question.

Les réclamations doivent être adressées par écrit à l'institut dans les 60 jours après réception de l'information.

Si des programmes d'évaluation sont mis à disposition par le client, l'institut n'assume aucune responsabilité pour les défauts consécutifs à l'utilisation de ces programmes.

L'institut n'est pas responsable des conséquences d'une livraison tardive, de la perte ou de la détérioration de matériel de test, si le retard, la perte ou la détérioration interviennent dans des circonstances étrangères à l'exercice des activités de l'institut, ou qui n'ont pas été provoqués par l'institut, ainsi par exemple en cas de catastrophes naturelles ou d'autres cas de force majeure, décisions de l'autorité ou conflits sociaux.

Responsabilité du client

Le client est responsable de tous les dommages directs et indirects, même non fautifs, causés à l'institut ou à des tiers par l'utilisation de matériel de test mis à disposition par le client.

Facturation

Les honoraires convenus servent à financer le projet de recherche concerné. C'est pourquoi, sauf accord contraire, les honoraires sont exigibles en trois acomptes: 1/3 lors de l'octroi du mandat, 1/3 au début du travail d'enquête et 1/3 à la remise des résultats. Pour les études dont les honoraires sont inférieurs à 20'000 francs et/ou dont les résultats doivent être présentés dans moins de huit semaines, la moitié des honoraires est exigible lors de l'octroi du mandat et l'autre moitié lors de la remise des résultats. En cas de non paiement des acomptes, l'institut est en droit de surseoir à la livraison des données.

Clause d'exclusivité

L'institut ne peut garantir l'exclusivité pour des gammes de produits, objets d'enquête et méthodes d'enquête, à moins que le contraire n'ait été expressément convenu. Lorsqu'une exclusivité a été convenue, sa durée et d'éventuels honoraires supplémentaires doivent être déterminés.

Cependant, si l'institut est requis d'effectuer une étude que le client souhaite publier dans un cercle large ou auprès d'un public cible (p. ex. pour acquisition de clients) et qui est déjà utilisée pour un autre client ou pour son propre compte, l'institut doit si possible en présentant l'offre ou au plus tard lors de l'octroi du mandat:

- a) décliner ce mandat, ou
- b) informer le premier client pour obtenir son consentement et informer également l'intéressé sur le premier projet en cours.

Fin des rapports contractuels

Pour les contrats conclus pour une durée indéterminée et qui portent sur des prestations à fournir périodiquement, sauf accord contraire des parties, le client et l'institut ont le droit de résilier le contrat en tout temps, par écrit et par lettre signature, moyennant le respect d'un délai de résiliation de trois mois.

Le contrat peut en outre être résilié en tout temps avec effet immédiat si une partie est en retard de quatre semaines pour le respect de ses obligations contractuelles (retard prouvable).

Loi applicable/For

Ce contrat est régi par la loi suisse. Pour tous litiges, les parties conviennent que le for est au siège de l'institut. L'institut est cependant en droit de porter le litige devant les tribunaux du for ordinaire du client.

Entrée en vigueur

Ce modèle de conditions commerciales générales a été promulgué le 12 septembre 2013 par le Comité d'asms.