

Art. 1 - Norme generali – Oggetto del Contratto

1.1 Le presenti Condizioni Generali, unitamente al contratto, disciplinano i rapporti tra Consumer Panel Italy GfK S.r.l. ed i propri clienti nell'espletamento di incarichi per servizi aventi quale oggetto la realizzazione di indagini di mercato, sondaggi di opinione e ricerche sociali.

1.2 Si conviene che le seguenti dizioni ed espressioni, menzionati in maiuscolo nel Contratto, avranno i seguenti significati:

Contratto: le presenti Condizioni Generali unitamente alla Proposta, agli specifici Ordini d'Acquisto ed ai relativi allegati, che costituiscono parte integrale e sostanziale del Contratto stesso;

Codici: i codici di autodisciplina e di standard di qualità approvati dalla Assirm (Associazione tra Istituti di ricerca di mercato, sondaggi d'opinione, ricerca sociale) e dalla Esomar;

Committente/Cliente: chi commissiona a Consumer Panel Italy GfK la Ricerca;

Condizioni Generali: le presenti condizioni generali;

Gruppo GfK: tutte le società italiane e/o estere collegate a e/o controllate da GfK GmbH avente sede legale a Norimberga, Germania, partita I.V.A. n. DE133500719;

Consumer Panel Italy GfK: Consumer Panel Italy GfK S.r.l., con sede legale in Milano 20144, Via Tortona n. 33, codice fiscale e partita IVA 13125400963, iscritta al Registro delle Imprese di Milano, REA n. 2703948;

Ordine d'Acquisto: l'accettazione scritta della Proposta;

Prodotti di proprietà di Consumer Panel Italy GfK:

- **Multiclient:** ricerche di proprietà di Consumer Panel Italy GfK vendibili ad una pluralità di Clienti;
- **Panel ConsumerScan:** servizio di Panel Tracking Famiglie di proprietà di Consumer Panel Italy GfK volto a misurare in modo continuativo i comportamenti di acquisto dei Beni di Largo Consumo delle famiglie italiane;
- **Item di orientamento, atteggiamento, comportamento rilevati a qualsiasi titolo su Panel di proprietà di Consumer Panel Italy GfK;**

Ricerca Ad Hoc: una ricerca eseguita da Consumer Panel Italy GfK in relazione a specifiche esigenze di un singolo Cliente;

Parte/i: al singolare alternativamente Consumer Panel Italy GfK o il Committente/Cliente, al plurale congiuntamente Consumer Panel Italy GfK ed il Committente/Cliente;

Progetto: le informazioni contenute nella Proposta riguardanti gli obiettivi, le metodologie, la descrizione del prodotto finale nonché i tempi della Ricerca;

Proposta: la proposta contrattuale avente ad oggetto la Ricerca trasmessa da Consumer Panel Italy GfK al Committente;

Ricerca: l'insieme dei servizi offerti da Consumer Panel Italy GfK ed in particolare la progettazione e la definizione metodologica di ricerche e sondaggi, la raccolta sistematica, la registrazione, classificazione, analisi e rielaborazione di dati che riguardano il comportamento, i bisogni, gli atteggiamenti, le motivazioni, le opinioni di persone fisiche o giuridiche nell'ambito delle loro attività quotidiane, economiche, sociali e politiche.

1.3 Le Condizioni Generali sono efficaci a decorrere dalla data di accettazione della Proposta e sono vincolanti per qualsiasi contratto successivo o in corso a tale data, anche in assenza di specifico riferimento alle stesse, salvo che vengano sostituite da nuove Condizioni Generali di Consumer Panel Italy GfK sottoscritte dal Cliente.

1.4 Le Condizioni Generali, così come eventualmente integrate dai Contratti sottoscritti tra le Parti, contengono i termini e le condizioni che regolano il rapporto tra le Parti in merito ad un Ricerca.

1.5 Eventuali condizioni generali o termini di acquisto proposti dal Cliente al momento dell'Ordine d'Acquisto o della registrazione nella lista dei fornitori, non saranno considerate parte integrante delle presenti Condizioni Generali, né vincoleranno in alcun modo Consumer Panel Italy GfK.

1.6 Con riferimento ai documenti costituenti il Contratto si precisa che in caso di difformità o incompatibilità tra di essi, le clausole della Proposta prevarranno sulle Condizioni Generali.

1.7 Nessuna modifica al Contratto sarà ritenuta valida salvo che sia stata confermata per iscritto dalle Parti.

Art. 2 – Autodisciplina

2.1 Consumer Panel Italy GfK ed il Committente osservano nei loro rapporti le norme di comportamento dei Codici che il Committente dichiara di conoscere ed accettare. Consumer Panel Italy GfK mette a disposizione del Committente, su sua richiesta scritta, copia dei Codici.

Art. 3 - Validità della Proposta

3.1 La Proposta, contenente il Progetto è valida per un periodo di 3 (tre) mesi dalla data di ricevimento da parte del Committente.

3.2 Qualora Consumer Panel Italy GfK non riceva l'Ordine d'Acquisto entro il termine di 3 (tre) mesi sopra indicato, la Proposta si intenderà automaticamente nulla e priva di efficacia.

Art. 4 - Riservatezza delle Informazioni

4.1 Le informazioni contenute nella Proposta di Consumer Panel Italy GfK sono riservate e confidenziali ed il Committente si obbliga, anche in caso di non accettazione della Proposta, a non divulgarne a terzi il contenuto e fare sì che il medesimo impegno sia tenuto da suoi consulenti e/o collaboratori.

4.2 Il Committente si obbliga, altresì, a non divulgare ad alcun titolo le metodologie esclusive, ivi compresi i questionari di intervista, utilizzati da Consumer Panel Italy GfK per l'esecuzione della Ricerca, siano esse di proprietà di quest'ultimo e/o ad esso concesse in licenza da terzi.

4.3 Le informazioni fornite dal Committente a Consumer Panel Italy GfK in relazione al Progetto e alla Ricerca sono riservate e confidenziali e Consumer Panel Italy GfK si impegna a non divulgarne a terzi il contenuto. Non sono considerati terzi i dipendenti, i collaboratori, i consulenti e le società del Gruppo GfK che abbiano necessità di tali informazioni per svolgere la Ricerca.

4.4 Consumer Panel Italy GfK si obbliga, se non autorizzata per iscritto, a non rivelare a terzi l'identità e le informazioni confidenziali del Committente, i risultati della Ricerca (ad esclusione dei Prodotti di proprietà di Consumer Panel Italy GfK e/o delle società del Gruppo GfK) e/o qualsiasi informazione confidenziale ottenuta nel corso dell'esecuzione della Ricerca, fatti salvi gli obblighi di legge e segnatamente gli obblighi di comunicazione previsti dall'Allegato A alla delibera n. 256/10/CSP ("Approvazione del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa") dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. Parimenti Consumer Panel Italy GfK si obbliga ad adottare tutte le precauzioni necessarie per tutelare l'anonimato degli intervistati e segnatamente gli obblighi di cui al Regolamento UE generale sulla protezione dei dati n. 2016/679 (ed eventuali successive modifiche e/o integrazioni) ("GDPR n. 2016/679").

Art. 5 - Standard di qualità della Ricerca

- 5.1 Consumer Panel Italy GfK si obbliga ad eseguire la Ricerca secondo le norme dettate dai Codici e con la diligenza di cui all'art. 1710 c.c. sulla base di standard di qualità non inferiori a quelli indicati nei Codici. A tal fine, resta inteso tra le Parti che, relativamente alle Ricerche Prodotti di proprietà di Consumer Panel Italy GfK (e/o delle società del Gruppo GfK), quest'ultima ha il diritto, in tutto o in parte, di modificare e/o sostituire le metodologie utilizzate, il formato e le modalità di accesso ai risultati, i canali e/o altre modalità operative al fine di migliorare i servizi, effettuare gli adattamenti che si rendessero necessari a fronte dei mutamenti intervenuti o per ragioni economiche.
- 5.2 Il Committente riconosce che i dati contenuti nei risultati della Ricerca sono stimati sulla base di ricerche campionarie effettuate in conformità con i metodi di ricerca comunemente accettati e con le regole previste nei predetti Codici e, pertanto, accetta il limite dell'errore statistico.

Art. 6 - Obblighi del Committente

- 6.1 Nel caso in cui la Ricerca riguardi test di prodotto, il Committente garantisce che tali prodotti sono conformi alle norme vigenti in Italia, nei paesi dell'Unione Europea e di ogni altra eventuale nazione in cui circoli il prodotto o si svolga la Ricerca.
- 6.2 Il Committente garantisce, altresì, che la circolazione del prodotto non è vietata da per legge e che tale circolazione non è lesiva dei diritti di terzi.
- 6.3 Le garanzie di cui ai precedenti art. 6.1 e 6.2 dovranno essere fornite dal Committente anche in relazione a prodotti non ancora in commercio.
- 6.4 Il Committente si impegna a tenere indenne e manlevare Consumer Panel Italy GfK da ogni sopravvenienza passiva, incluse le spese legali, responsabilità, sanzioni e/o pretese risarcitorie avanzate da terzi che sorga, direttamente o indirettamente, dalla circolazione, descrizione, presentazione, uso o consumo dei prodotti oggetto della Ricerca.
- 6.5 Qualora le modalità di esecuzione della Ricerca siano stabilite dal Committente, quest'ultimo garantisce che tali modalità non violano alcuna delle norme di cui all'art. 6.1 che precede e si impegna a tenere indenne e manlevare Consumer Panel Italy GfK da ogni sopravvenienza passiva, incluse le spese legali, responsabilità, sanzioni e/o pretese risarcitorie avanzate da terzi che possa derivare a quest'ultimo dall'esecuzione della Ricerca con le modalità richieste dal Committente.
- 6.6 Con la sottoscrizione del Contratto il Committente autorizza Consumer Panel Italy GfK, fatto salvo eventuali limiti di legge, a subappaltare parte delle attività di volta in volta commesse in collaborazione con terze parti, restando inteso che Consumer Panel Italy GfK sarà considerata pienamente responsabile per l'esecuzione degli obblighi derivanti dal Contratto da parte dei propri subappaltatori.
- 6.7 Resta espressamente inteso tra le Parti che l'eventuale affidamento di tutta o parte delle attività oggetto della Ricerca a società del Gruppo GfK non sarà in alcun modo considerato sub-appalto.

Art. 7 - Corrispettivo

- 7.1 Il corrispettivo indicato nella Proposta rappresenta il corrispettivo globale per la realizzazione della Ricerca e si deve intendere al netto di I.V.A.
- 7.2 Se il corrispettivo della Ricerca è stato stabilito sulla base di informazioni fornite dal Committente e queste si rivelano successivamente inesatte, Consumer Panel Italy GfK avrà il

diritto di richiedere al Committente il rimborso degli eventuali maggiori oneri sostenuti e documentati a causa di dette inesattezze.

- 7.3 Consumer Panel Italy GfK ha facoltà di addebitare i costi aggiuntivi che insorgono a causa dell'imposizione di nuove tasse, di variazioni delle normative vigenti, dei tassi di cambio o di altre cause non dipendenti dalla volontà di Consumer Panel Italy GfK.

Art. 8 - Condizioni di pagamento

- 8.1 Il corrispettivo della Ricerca Ad Hoc è fatturato per il 60% (sessanta per cento) al ricevimento dell'Ordine d'Acquisto e per il 40% (quaranta per cento) alla presentazione dei risultati o alla consegna del rapporto conclusivo o del materiale statistico, quale degli eventi avvenga prima. Per tutte le altre Ricerche, la fatturazione avverrà contestualmente al mese/ai mesi di consegna dei dati.
- 8.2 I pagamenti devono essere effettuati dal Committente entro 30 (trenta) giorni dal ricevimento delle relative fatture.
- 8.3 In caso di ritardo nei pagamenti da parte del Committente, Consumer Panel Italy GfK è legittimata ad addebitare allo stesso interessi moratori nella misura stabilita dal D.lgs. 231/02 senza la necessità di alcuna formale messa in mora.

Art. 9 - Termini di consegna. Forza maggiore

- 9.1 La Proposta prevede la consegna di un rapporto descrittivo finale e/o di un tabulato statistico, ove pertinente.
- 9.2 Consumer Panel Italy GfK si impegna a consegnare i risultati della Ricerca nei tempi preventivati ma non sarà responsabile per eventuali ritardi e inadempimenti dovuti a cause di forza maggiore estranee alla sua volontà.

Art. 10 - Annullamenti, sospensioni, variazioni e ritardi

- 10.1 Il Cliente potrà recedere anticipatamente dalla Ricerca Ad Hoc per qualsiasi motivo, trasmettendo a Consumer Panel Italy GfK relativa comunicazione scritta a mezzo raccomandata con avviso di ricevimento con un minimo di 30 (trenta) giorni di preavviso. In tale caso il Committente sarà comunque tenuto al pagamento dei corrispettivi indicati nella Proposta su base pro-rata per tutti i servizi di Ricerca Ad Hoc effettuati tenuto conto del tempo investito per effettuarli e al rimborso di tutti gli impegni finanziari assunti da Consumer Panel Italy GfK sino alla data di efficacia recesso.
- 10.2 Eventuali variazioni al Progetto iniziale, richieste dal Committente, dovranno essere oggetto di modifica scritta del Contratto, in caso contrario si intenderanno non efficaci e Consumer Panel Italy GfK non sarà tenuta a tenerne conto.
- 10.3 Qualora l'esecuzione della Ricerca sia ritardata per qualsiasi azione, decisione o motivo dipendente dal Committente (tra cui, a titolo indicativo e non esaustivo il ritardo nella consegna di prodotti, materiali o informazioni necessari al suo svolgimento) il Committente sarà tenuto al pagamento dei costi aggiuntivi sostenuti da Consumer Panel Italy GfK.

Art. 11 - Limitazioni della responsabilità di Consumer Panel Italy GfK

- 11.1 Consumer Panel Italy GfK è esclusivamente responsabile dei mezzi e delle metodologie utilizzate per la raccolta, l'analisi, l'elaborazione e/o la gestione dei dati oggetto della Ricerca.
- 11.2 Consumer Panel Italy GfK si impegna ad eseguire la Ricerca sulla base di quanto stabilito al precedente art. 5 e, fermo il limite di cui all'art. 1229 del codice civile, Consumer Panel Italy GfK (né alcuna delle società del Gruppo GfK) non sarà in alcun modo responsabile di eventuali danni indiretti, quali a titolo esemplificativo, ma non limitativo: perdite di profitti, danni di immagine, ecc., derivanti da – o connessi con – l'esecuzione del Contratto da parte di Consumer Panel Italy GfK.

- 11.3 Consumer Panel Italy GfK non è, altresì, responsabile per ritardi e/o inadempimenti aventi ad oggetto l'esecuzione del Contratto e/o la consegna del rapporto finale contenente i risultati della Ricerca non causati da sua esclusiva responsabilità.
- 11.4 Consumer Panel Italy GfK non sarà considerata inadempiente qualora ritardi nell'inizio dell'esecuzione del Contratto o nella consegna del rapporto finale siano contenuti nei limiti di 15 (quindici) giorni rispetto alla data prevista nella Proposta.
- 11.5 Fermo quanto previsto all'art. 11.2 che precede, la responsabilità per danni di Consumer Panel Italy GfK (incluse le società del Gruppo GfK), per eventuali inadempimenti nell'esecuzione del Contratto, fermo quanto disposto dall'art. 1229 del codice civile, non potrà mai eccedere l'importo minore tra: a) il corrispettivo netto pagato dal Cliente per la singola Ricerca che dà origine a tale responsabilità e b) un milione di euro.

Art. 12 - Conservazione dei dati e dei materiali di Ricerca

- 12.1 I questionari compilati ed i supporti magnetici su cui sono stati caricati i dati della Ricerca sono di proprietà esclusiva di Consumer Panel Italy GfK.
- 12.2 Consumer Panel Italy GfK ha la facoltà di distruggere, senza necessità di alcun preavviso al Committente, i questionari ed i materiali di ricerca 6 (sei) mesi dopo la consegna dei risultati a condizione che i dati relativi siano conservati su supporto magnetico per l'intero periodo di 2 (due) anni dalla consegna della Ricerca.
- 12.3 Il Committente può (ad esclusione dei Prodotti di proprietà di Consumer Panel Italy GfK) a propria cura e a proprie spese, richiedere per iscritto copie dei questionari subordinatamente al rispetto dei Codici e segnatamente al rispetto dell'anonimato degli intervistati.

Art. 13 - Proprietà della Ricerca e limiti all'utilizzazione economica dei risultati della Ricerca

- 13.1 I risultati ottenuti dall'applicazione dei Prodotti di proprietà di Consumer Panel Italy GfK (per come definiti all'art. 1.2) o dei prodotti/servizi di esclusiva proprietà di terzi di cui Consumer Panel Italy GfK abbia una licenza sono di proprietà esclusiva di Consumer Panel Italy GfK e/o del terzo.
- Solo i risultati delle Ricerche Ad Hoc, al momento dell'integrale pagamento del corrispettivo indicato nel Contratto, diventano di proprietà del Cliente.
- I risultati della Ricerca i potranno essere utilizzati dal Committente come segue:
- 13.1.1 Il Committente ha il diritto di utilizzare i risultati internamente alla propria azienda e/o di farne conoscere il contenuto esclusivamente ai propri dipendenti e collaboratori;
- 13.1.2 Il Committente si impegna, fin d'ora, a non cedere i risultati della Ricerca a terzi, o, comunque, a non consentirne l'uso, sia a titolo gratuito che oneroso, a terzi diversi da quelli indicati al par. 13.1.1;
- 13.1.3 Una utilizzazione e diffusione dei risultati della Ricerca diversa e più ampia di quella indicata al par.13.1.1, deve essere previamente autorizzata per iscritto da Consumer Panel Italy GfK nel rispetto delle norme deontologiche previste dai Codici.

Art. 14 - Proprietà intellettuale relativa ai Prodotti di proprietà di Consumer Panel Italy GfK

- 14.1 Il Progetto e tutti i materiali utilizzati e prodotti per l'esecuzione della Ricerca (come, a titolo meramente

esemplificativo, supporti hardware, software, formulari, questionari, strumenti di rilevazione, ecc.) sono e rimangono - anche dopo la scadenza o la risoluzione del Contratto - di esclusiva proprietà di Consumer Panel Italy GfK.

- 14.2 La proprietà intellettuale dei Prodotti di proprietà di Consumer Panel Italy GfK (per come definiti all'art. 1.2) o dei prodotti/servizi di esclusiva proprietà di terzi di cui Consumer Panel Italy GfK abbia una licenza appartiene in esclusiva a Consumer Panel Italy GfK e/o al terzo.
- 14.3 Il Committente riconosce a Consumer Panel Italy GfK la proprietà intellettuale a titolo di diritto d'autore (legge 22 aprile 1941 n. 633 e successive integrazioni e modificazioni) delle forniture dei Prodotti di proprietà di Consumer Panel Italy GfK (per come definiti all'art. 1.2), per quanto riguarda sia la loro impostazione sia i dati elaborati sia la sintesi offerta.

Art. 15 - Utilizzo dei loghi di riconoscimento

- 15.1 Il Committente autorizza Consumer Panel Italy GfK a utilizzare il proprio logo o i propri loghi al fine di predisporre al meglio gli eventuali materiali di rilevazione e presentazione legati all'attività di Ricerca richiesta.

Art. 16 - Gestione della Qualità dei dati in ambito Consumer Panel

- 16.1 Per validare e aumentare l'affidabilità dei dati e dei risultati prodotti, Consumer Panel Italy GfK può eseguire controlli di coerenza e correzioni dei dati grezzi secondo determinate procedure. Ciò può comprendere, a seconda dei casi: (i) la correzione di prezzi e quantità; (ii) l'eliminazione di insiemi di dati non plausibili o incompleti; (iii) il controllo e la correzione dei valori anomali (come la correzione dei prezzi in base all'opportuna valutazione delle serie storiche) e la plausibilità (come la corrispondenza delle marche private con il relativo negozio di appartenenza); (iv) adeguare insiemi di dati non plausibili o incompleti in base alla distribuzione di frequenza; (v) la validazione dei risultati in base ai dati storici esistenti e confronto della ponderazione statistica e dei dati grezzi per la finalizzazione della reportistica. Inoltre, Consumer Panel Italy GfK può utilizzare tecniche di confronto e calibrazione dei dati tra cui, ad esempio: (i) il confronto e la calibrazione dei dati con informazioni ufficiali disponibili da enti governativi o da terze parti riconosciute dal settore (come i dati retail) utilizzando fattori o pesi aggiuntivi; (ii) adeguare le coperture utilizzando fattori standardizzati e, se utile, aggregando più periodi; (iii) validare e adattare la struttura delle famiglie che hanno già dichiarato acquisti online all'attuale livello percepito di utilizzo di Internet; (iv) l'utilizzo di fattori di calibrazione per compensare eventuali differenze di copertura del panel (sovra-coperture o sotto-coperture) identificate con i benchmark esterni sopra descritti (v) la possibilità di adeguare i trend derivanti dai dati Panel a fonti esterne solide in caso di forti deviazioni, secondo un processo non necessariamente automatizzato, ma anche valutato caso per caso.

Art. 17 - Protezione dei dati personali - Manleva

- 17.1 Le Parti si danno atto che nel corso dell'esecuzione della Ricerca rispetteranno reciprocamente le disposizioni di cui al Regolamento UE generale sulla protezione dei dati n. 2016/679 (ed eventuali successive modifiche e/o integrazioni) ("GDPR n. 2016/679").
- 17.2 Nel caso in cui per la realizzazione della Ricerca sia necessario ricevere e trattare data base / elenchi di nominativi forniti dal Committente, quest'ultimo si impegna a manlevare e tenere indenne Consumer Panel Italy GfK da qualsiasi danno e/o conseguenza pregiudizievole che possa derivare a Consumer Panel Italy GfK stessa dal trasferimento e l'utilizzo dei dati



CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO

personali ricevuti per la realizzazione dell'oggetto del Contratto.

Art. 18 - Foro competente e legge applicabile

- 18.1 Qualsiasi controversia relativa alla validità, interpretazione, esecuzione e risoluzione del Contratto è devoluta alla competenza esclusiva del Foro di Milano con espressa concorde esclusione di qualunque altro foro eventualmente concorrente o alternativo.
- 18.2 Il Contratto è regolato dalla legge e italiana.

Data: _____

Timbro e Firma del Committente

Il Committente approva specificamente, ai sensi e per gli effetti di cui agli articoli 1341 e 1342 del Codice Civile, gli artt. 1.3,1.4 e 1.5 (Norme generali-Oggetto del Contratto), 10.1 (**Recesso**), 11 (**Limitazioni della responsabilità di Consumer Panel Italy GfK**), 13 (**Proprietà della Ricerca e limiti all'utilizzazione economica dei risultati della Ricerca**), 14 (**Proprietà intellettuale relativa ai Prodotti di proprietà di Consumer Panel Italy GfK**), 15 (**Utilizzo dei loghi di riconoscimento**), 16 (**Gestione della Qualità dei dati in ambito Consumer Panel**),¹⁷ (**Protezione dei dati personali - Manleva**) e 18 (**Foro competente e legge applicabile**).

Data: _____

Timbro e Firma del Committente

Ragione sociale del Cliente

Indirizzo _____

Codice Fiscale / Partita

I.V.A. _____