



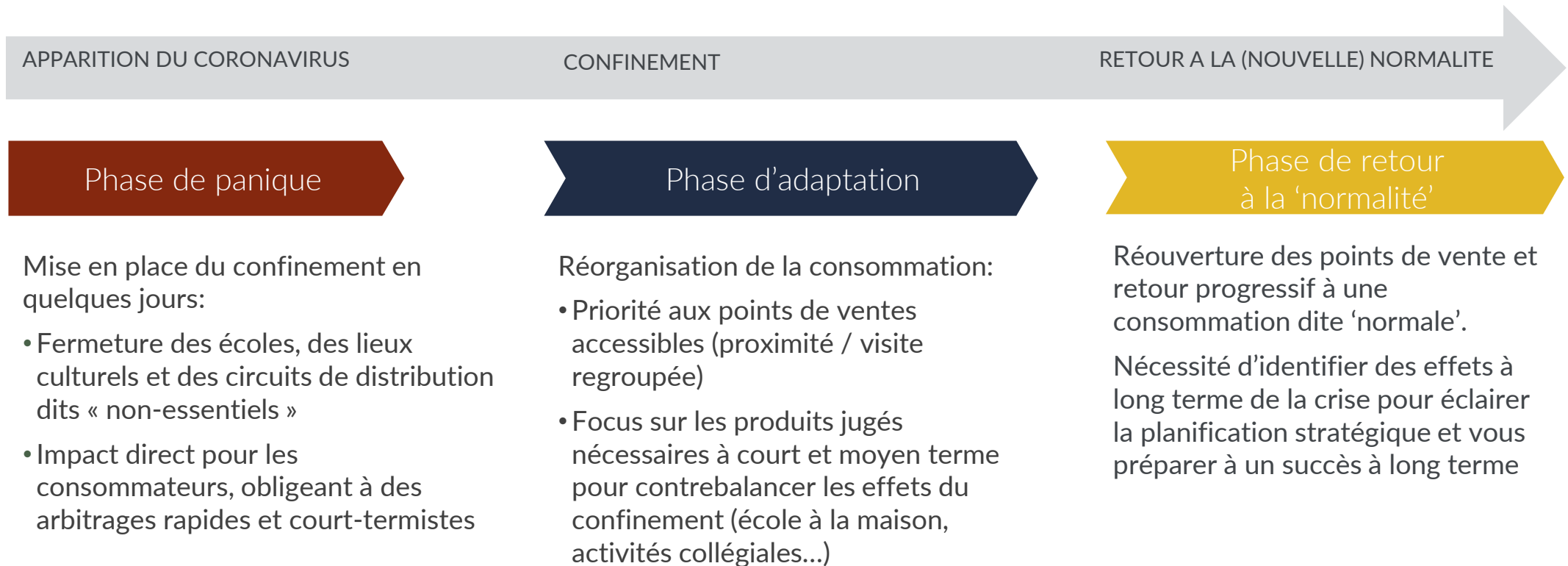
Growth
from
Knowledge

Biens culturels : modes de consommation et d'achat post-Covid19

Septembre 2020 | GfK



La crise de la covid-19 a modifié la donne



Un contexte inédit et complexe

Des impacts business forts et des changements structurels potentiels



Un début d'année
en croissance



Crise sanitaire
Covid 19 & bouleversement
des logiques de
consommation



Evolution des attentes
et comportements
consommateurs
post-confinement:
Internet vs commerce de
proximité, dématérialisé vs
physique



Perspectives
Définissez la stratégie
gagnante pour votre
entreprise



➔ Objectif business

Dans ce nouveau contexte, identifier & comprendre l'évolution des comportements d'achat de biens culturels pour mieux adapter votre stratégie

Comment mesurer l'impact de la crise sur la consommation de Biens Culturels ?



Circuits de distribution

Quels circuits ont attiré et retenu les shoppers?

Les GSA et Internet ont-ils su tirer profit du confinement ? Dans quelles limites ?

Y a-t-il eu un regain d'activité pour les commerces de proximité au moment du déconfinement ?

Qui sont les gagnants/les perdants de cette crise ? Quels circuits attirent le plus Shoppers ?



Type de biens culturels

Y-a-t-il de nouvelles tendances de consommation ?

Quelle est la place désormais allouée aux biens culturels ?

Quels biens culturels sont privilégiés : Cible Enfants et contenus familiaux, aides à l'enseignement, pratique ? A contrario, quels segments de marché ont été négativement impactés ?

Comment a évolué la consommation de biens culturels dématérialisés ? Et les abonnements SVOD / streaming ?

Ces consommations initiées pendant le confinement ont-elles perduré ?



Profils consommateurs

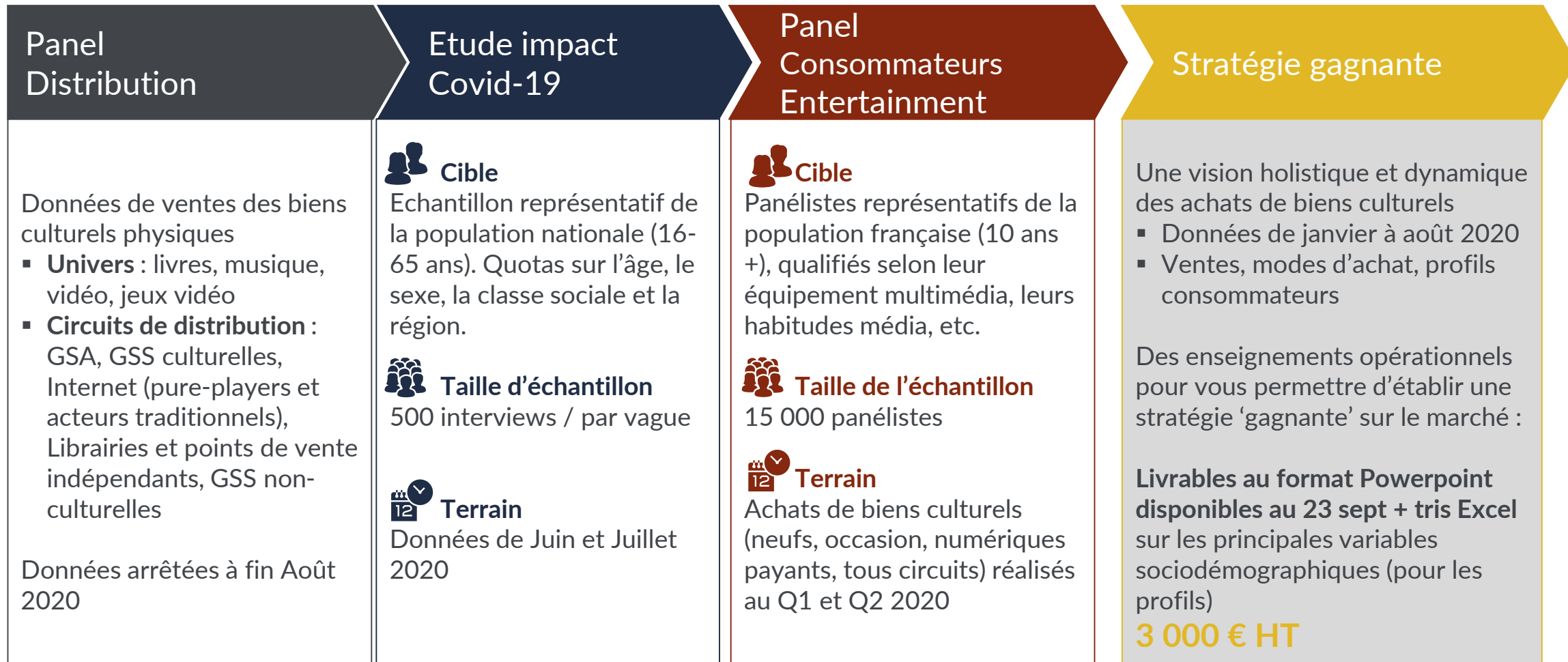
Qui sont les nouveaux consommateurs de Biens Culturels ?

Quels ont été les impacts sur les petits/moyens/gros acheteurs de biens culturels ? Et les paniers moyens ?

Le profil des acheteurs par circuits de distribution a-t-il été modifié ?

Qui sont les 'nouveaux' acheteurs de biens culturels ?

Une approche multi-source et des insights actionnables immédiatement



Bon de commande



N° d'opportunité :
Contact / Nom : Fabien Rondeau
Tél. : +33 1 74 18 66 93

Date de la commande : 16/09/2020
Fonction: One Industry Account Manager
Contact : fabien.rondeau@gfk.com
à compléter

* Nom de la société	GfK Retail & Technology France
* N°TVA intracommunautaire	FR53316083567
* PO obligatoire oui/non	
* Siret	316 083 567 000 40
* Mail de la comptabilité :	account.payable.fr@gfk.com
* Contact comptable	Valérie DARGAISSE / Hélène TIROUFLET
* Tel de la comptabilité	01 74 18 60 02
* Adresse de facturation:	GfK Retail & Technology France France Siège Social : 40 rue Pasteur 92156 SURESNES CEDEX
* Adresse Postale pour envoi des factures:	GfK Retail & Technology France France Siège Social : 40 rue Pasteur 92156 SURESNES CEDEX
* Email générique pour l'envoi des factures :	invoice-013@gfk.com

Le Client a la faculté de résilier le contrat, à tout moment, sous réserve de respecter un préavis de trois (3) mois notifié par courrier recommandé avec accusé de réception. Dans ce cas, le Client sera tenu de payer à l'Institut d'Etudes et Conseils les honoraires engagés par l'Institut d'Etudes et Conseils pour la réalisation du service au prorata du temps passé jusqu'à la fin de la période de préavis y compris les frais externes engagés par l'Institut d'Etudes et Conseils.

Code DPT :

Libellé étude :

Contenu de la prestation:	Biens culturels : modes de consommation et d'achat post-Covid19
Enveloppe budgétaire associée (HT) :	3 000 €
Période de réalisation	Septembre 2020

TOTAL HT	3 000 €
TVA 20.0%*	600 €
TOTAL TTC	3 600 €

ECHEANCIER FACTURE

DATE FACTURATION	MONTANT Euros (HT)
A la commande (septembre 2020)	3 000 € HT

Date :

A :

Cachet & signature société
précédé de la mention « bon pour accord »

Sauf stipulation contraire, nos prestations sont payables à 30 jours fin de mois

*No VAT for clients established out of France

Conditions Générales de Vente et de Services (1/3)



GfK Retail and Technology France (GfK) exerce dans le domaine des prestations de service liées au traitement de données et fournit les résultats de ces traitements méthodologiques, études, analyses, synthèses sous forme de rapport et/ou de recommandations (ci-après désignés : les « Résultats »). Afin d'accomplir ses différentes missions, GfK effectue un travail d'analyse des données brutes provenant de son Panel Distributeur (ci-après désignées : les « Données »).

1- OBJET

Les présentes conditions générales de ventes et de services » (ci-après désignées les « Conditions Générales ») ont pour objet de régir les prestations et/ou fournitures de ces Résultats à des clients (ci-après désignés : les « Clients »).

2- OFFRE ET COMMANDE

Toute dérogation ou modification aux présentes Conditions Générales devra faire l'objet d'un avenant.

Les engagements réciproques des parties résultent des documents suivants :

- Les Conditions Particulières de l'Offre et/ou de la Commande, lesquelles primeront sur les Conditions Générales en cas de contradiction avec ces dernières,
- Les Conditions Générales.

Celles-ci étant ci-après-désignées par le « Contrat ».

3- CONDITIONS D'EXECUTION

3.1- Obligations générales :

Aux fins de faciliter l'exécution du Contrat, le Client et GfK désigneront respectivement un interlocuteur dédié, lesquels n'auront pas compétence pour modifier les conditions du Contrat mais pour optimiser la collaboration et les échanges d'informations.

3.2- Obligations du Client :

3.2.1- Le Client s'engage à fournir, en temps utile, les informations et documents dont la communication s'avérerait nécessaire à GfK pour la bonne exécution du Contrat.

3-2-2- Le Client vérifiera en temps utile les documents soumis à son approbation ou à son avis, en formulant par écrit toute observation qu'il jugerait utile dans un délai de 10 jours à compter de cette remise, à défaut le Client sera considéré comme ayant approuvé celui-ci.

3.3 - Obligation de GfK :

Les panels GfK utilisent des outils et méthodes modernes dans les domaines statistiques, économiques et techniques.

GfK s'engage, pour la réalisation des prestations et fournitures convenues, à disposer d'un ensemble de compétences, de moyens humains qualifiés et à apporter à la bonne exécution du Contrat les soins et diligences reconnues dans le secteur d'activité.

4- HONORAIRES GfK

4.1. Définition :

Les Honoraires correspondent à la rémunération des prestations et/ou fournitures de GfK, objet du Contrat, et relatives à l'exécution de la commande, telles que décrites dans les Conditions Particulières.

GfK percevra la (les) somme(s) dont le (les) montant(s) est (sont) fixé(s) sur la base du tarif en vigueur au jour de l'acceptation de la commande ou du renouvellement du Contrat. Sauf dérogation prévue aux Conditions Particulières ou lors de la commande, les factures sont payables à 30 jours date de facture. Les pénalités de retard sont calculées depuis la date d'échéance jusqu'au jour du paiement effectif, au taux de 3 fois le taux d'intérêt légal applicable à la date d'exigibilité de la dette. S'ajoutera aux pénalités de retard l'indemnité globale et forfaitaire de 40 € pour frais de recouvrement, conformément à la réglementation applicable. Dans le cas où les frais de recouvrement exposés seraient supérieurs au montant de cette indemnité forfaitaire, GfK pourra demander une indemnisation complémentaire, sur justificatif.

Les prix indiqués sont hors taxes. Les droits et taxes seront facturés à leur taux légal au moment de la facturation.

4.2. Demande spéciale :

Toute demande de modification substantielle ou demande d'extension des services au cours de l'exécution du Contrat devra faire l'objet d'une demande écrite du Client par courrier recommandé dans un délai de 15 jours.

GfK répondra à cette demande par le biais d'une proposition écrite qui mentionnera le coût, les conditions et délais d'exécution des services modifiés ou des nouveaux services demandés par le client. L'accord sera réputé conclu par la signature d'un avenant au Contrat.

4.3. Honoraires relatifs à une étude :

Les honoraires relatifs à une étude servent à financer cette étude ; c'est pourquoi un premier règlement est demandé lors de la signature du Contrat.

4.4. Les honoraires annuels :

Les honoraires annuels sont payables en plusieurs versements dont les modalités sont stipulées au Contrat.

Les honoraires prévus par le Contrat pour l'année en cours ne peuvent être modifiés.

4.5. Les Contrats de longue durée (un an ou plus) :

GfK se réserve le droit, sur notification au Client, d'augmenter annuellement les honoraires et/ou le prix convenus conformément aux augmentations prévisionnelles du salaire annuel médian dans les pays respectifs basées sur les dernières données de références disponibles de la société WillisTowersWatson. WillisTowersWatson est un fournisseur neutre externe de données de références en matière de salaires (non affiliée à GfK) qui surveille les développements par pays des salaires professionnels. GfK communiquera les dernières données de référence disponibles en matière de salaire de WillisTowersWatson sur demande.

5- MODIFICATION DES RAPPORTS

GfK se réserve le droit d'effectuer, dans les rapports de Résultats ou informations fournies, toute modification et/ou correctif justifiés et de nature à améliorer la qualité des prestations et/ou fournitures GfK.

6- EXCLUSIVITE

GfK ne peut accorder d'exclusivité pour une ou plusieurs catégories de prestations et/ou de fournitures, pour des Résultats ou des méthodes.

A titre exceptionnel, si des exclusivités limitées étaient accordées au Client, leur durée et périmètre seront précisés dans les conditions particulières ou le cas échéant par avenant au présent contrat et feraient l'objet d'honoraires supplémentaires spécifiques.

7- PROPRIETE INTELLECTUELLE

Chacune des parties conserve l'entière propriété des droits qu'elle détient à la date d'entrée en vigueur du contrat.

GfK garantit le Client contre toute revendication, opposition ou action de tierces personnes directement liée aux éventuels droits de propriété intellectuelle portant sur la (les) création(s) visée(s) ci-dessous et créées par GfK.

Les droits accordés au Client au titre du Contrat n'entraînent aucun transfert de droit de propriété intellectuelle au bénéfice du Client.

GfK demeure seul titulaire de l'ensemble des droits de propriété intellectuelle (et notamment des droits d'auteur et droits voisins, droits des producteurs de bases de données, droits des marques, droit des dessins et modèles, droit des brevets), attachés :

- aux Résultats et/ou bases de données et à leurs contenus,
- aux documents produits : supports informatiques (bandes, disquettes, e-mails contenant les fichiers des données...), matériel d'enquête, questionnaires, conception et réalisation de Résultats, rapports d'études, d'analyses, méthodes de recherche relatives aux marques, enseignes, noms commerciaux, noms de domaine et autres signes distinctifs utilisés pour la désignation des Données, Résultats et, plus généralement de toute ou partie de l'activité de GfK.

Le Client s'interdit, de manière générale, toute utilisation, reproduction, représentation, modification, adaptation ou toute extraction ou réutilisation non autorisée par le titulaire des droits de la totalité ou d'une partie du contenu, d'une base de données ; ou si cette extraction a été autorisée, toute extraction ne respectant pas l'ensemble des droits du producteur de bases de données.

Sauf autorisation préalable, expresse et par écrit de GfK, le Client ne pourra, en aucun cas, divulguer, communiquer à un tiers, de quelle que manière que ce soit, tout ou partie des Résultats GfK.

Plus généralement, le Client s'engage à ne pas porter atteinte, directement ou par l'intermédiaire de tiers auxquels il serait associé ou non, aux droits de propriété intellectuelle appartenant à GfK.

Toute exploitation non autorisée de tout ou partie du contenu de ces droits de propriété intellectuelle constituerait une contrefaçon.

8- RESPONSABILITE

GfK, tenue au titre du Contrat à des obligations de moyens, ne pourra notamment pas être responsable de l'inexactitude, de la déficience ou de l'altération des Résultats qui résulterait d'informations et/ou de Données erronées ou manquantes transmises par le Client.

Conditions Générales de Vente et de Services (2/3)



Il est précisé que la responsabilité de GfK est limitée au dommage direct en cas de préjudice du Client que celui-ci pourrait subir du fait d'un manquement grave à l'exécution de ses obligations lui incombant au titre du Contrat. En tout état de cause, la responsabilité de GfK pour les préjudices directs dont elle pourrait avoir à répondre serait limitée au montant total des honoraires annuels convenus pour le Contrat concerné. GfK ne saurait être responsable des conséquences indirectes de ces préjudices.

GfK ne pourra être tenue pour responsable des dommages matériels ou immatériels, consécutifs ou non consécutifs causés notamment par les décisions du Client se fondant sur les Résultats, incluant mais sans s'y limiter pertes de bénéfices, de chiffres d'affaires, préjudices commerciaux, d'image et de réputation.

9- RESILIATION ANTICIPEE

Si l'une des Parties ne respecte pas l'une de ses obligations contractuelles essentielles, l'autre Partie peut résilier le Contrat de plein droit. Cette résiliation prendra effet trente (30) jours après avis formel de la Partie non-défaillante, par courrier recommandé avec accusé de réception, s'il n'a pas été remédié à ladite inexécution durant cette période, et ce sans préjudice des dommages-intérêts auxquels pourrait prétendre l'autre Partie. Sont considérées comme des obligations contractuelles essentielles du Client, la fourniture des Données telles que prévues dans les Conditions Particulières ou les commandes, le paiement des honoraires.

Sont considérées comme des obligations contractuelles essentielles de GfK, la fourniture des Résultats.

Le Client sera tenu de payer à GfK les honoraires engagés par GfK pour la réalisation du service au prorata du temps passé jusqu'à la date de résiliation effective, y compris les frais externes engagés par GfK.

10- CONFIDENTIALITE

GfK s'engage à considérer les informations qui lui sont données par le Client comme confidentielles et à ne les utiliser que pour la rédaction des rapports et la bonne exécution du Contrat.

Le Client reçoit exclusivement les Résultats, rapports et autres éléments fournis dans le cadre de l'exécution du Contrat, pour son propre usage. Leur divulgation, leur publication à des fins publicitaires ou simplement informatives, ainsi que leur transmission à des fournisseurs, des clients ou des tiers, qui peut être assimilée à une divulgation ou une publication, des méthodes de recherche, des Résultats ou d'une partie de ceux-ci, devront faire l'objet d'un accord écrit préalable de GfK.

Le Client n'est pas autorisé, sans l'accord préalable et écrit de GfK, à communiquer à des tiers, autres que sa société mère et ses sociétés affiliées, les informations, données qui lui sont fournies, à les stocker dans un système d'information et de documentation étrangers à son entreprise, à les transformer ou à les transmettre.

Chaque partie se porte fort, au sens de l'article 1204 du Code Civil, du respect par ses préposés, **mandataires**, prestataires, consultants ou sous-traitants sollicités par elle de l'engagement de confidentialité exposé ci-dessus.

11- RENOUELEMENT ET RESILIATION DE L'ABONNEMENT :

Sauf dérogation prévue aux Conditions Particulières, le renouvellement de l'abonnement se fait par tacite reconduction, pour des périodes successives d'une durée identique à la durée contractuellement convenue entre les parties, à défaut d'un préavis notifié, par l'une ou l'autre des Parties, par lettre recommandée avec accusé de réception, 4 mois avant la date d'échéance de la période contractuelle en cours.

12- CESSION :

Le Contrat étant conclu intuitu personae, GfK et le Client s'engagent réciproquement à ne pas le céder ou le transférer, en tout ou partie, à un tiers quel qu'il soit, sans avoir préalablement obtenu l'accord écrit de l'autre Partie.

Par exception aux présentes dispositions, et sous réserve d'une communication écrite préalable envoyée par lettre recommandée avec accusé de réception 3 mois avant la prise d'effet, le Contrat pourra être transféré de plein droit à la société mère de GfK et à toute filiale de la société mère ainsi qu'à toute société mère ou filiale du Client ou de sa société mère.

13 - REFERENCEMENT

Les Parties s'autorisent mutuellement à mentionner la dénomination sociale de l'autre Partie dans leurs documents commerciaux, à titre de référence, si elles l'estiment opportun, sous réserve des dispositions prévues à l'article 9 du présent contrat.

14 - NULLITE PARTIELLE

La nullité ou inapplicabilité d'une ou plusieurs stipulations du présent Contrat n'affectera pas la validité des autres stipulations du contrat à moins qu'une telle nullité ou inapplicabilité n'affecte la substance même du contrat ou ne modifie profondément son économie.

Les parties acceptent de remplacer toute disposition qui serait ainsi déclarée nulle ou inapplicable par une disposition valable qui sera la plus proche possible de l'intention des Parties et des effets économiques de la disposition déclarée nulle ou inapplicable.

15 - COMPORTEMENT LOYAL ET DE BONNE FOI

Les Parties s'engagent d'une façon générale à toujours se comporter l'une envers l'autre comme des contractants loyaux et de bonne foi, et notamment à signaler immédiatement toute difficulté qu'elles pourraient rencontrer dans le cadre de l'exécution du Contrat.

Dans ce cas, les Parties s'engagent à rechercher prioritairement une solution à leur différend par la voie de la négociation.

16 - MODIFICATION DU CONTRAT

Toute modification du Contrat devra faire l'objet d'un avenant écrit et signé par une personne dûment habilitée de chaque Partie.

17- FORCE MAJEURE

Les Parties ne seront pas tenues pour responsables, ou considérées comme ayant failli au Contrat, en cas de force majeure, c'est-à-dire lors de tout événement échappant au contrôle de l'une des parties, qui ne pouvait être raisonnablement prévu lors de la conclusion du contrat et dont les effets ne peuvent être évités par des mesures appropriées, et notamment, à titre indicatif et sans que cette liste ait un caractère limitatif : les conflits du travail entraînant une grève générale ou sectorielle, les perturbations bloquant les moyens de transport et d'approvisionnement, tels incendie, inondation, tremblement de terre, tempête, insurrection, guerre, arrêt des réseaux de télécommunications...

La partie invoquant un cas de force majeure devra prévenir l'autre Partie par tous les moyens dans les dix (10) jours à compter du jour où elle aura eu connaissance de la survenance de cet événement et fera toute diligence pour rétablir la bonne exécution du Contrat. Elle devra également prévenir cette autre Partie de la fin de la force majeure. Dans ce cas, l'exécution de tout ou partie des obligations des Parties pourra être suspendue pendant la période durant laquelle a lieu un des événements susmentionnés sans que la responsabilité des Parties ne puisse être engagée.

Les Parties conviennent que si l'évènement, empêchant l'exécution de l'obligation, perdure plus de trois (3) mois à compter de la notification, la partie la plus diligente sera autorisée à résilier le Contrat de plein droit, sans indemnité, ni préavis.

18- DROIT APPLICABLE

Dans l'hypothèse où le Contrat présenterait un caractère international, les Parties conviennent que celui-ci sera régi par le droit français. Le texte en langue française de l'Accord fait foi comme texte original.

19- ATTRIBUTION DE COMPETENCE

Pour tous litiges relatifs à la formation, à l'exécution, à l'extinction et/ou à l'interprétation du Contrat, il est expressément attribué compétence au TRIBUNAL DE COMMERCE de Paris et ce même en cas de procédure en référé.



Growth
from
Knowledge

VOS CONTACTS

Fabien Rondeau

Responsable Comptes clefs

+33 1 74 18 66 93 | fabien.rondeau@gfk.com

Frédéric Patissier

Responsable Comptes clefs

+33 1 74 18 61 84 | frederic.patissier@gfk.com

Claude Terrier

Sales Lead

+33 1 74 18 62 30 | claudio.terrier@gfk.com

Mylène Le Carpentier

Responsable Comptes clefs

+33 1 74 18 60 64 | mylene.lecarpentier@gfk.com

