

CODE DE PRATIQUES LOYALES CONCERNANT LES PANELS ET LES ENQUETES REPETITIVES

SYNTEC - U.D.A.

Ce code de pratiques loyales concernant les panels, les enquêtes répétitives, les enquêtes multi-clients et ad hoc, a été établi par l'UNION DES ANNONCEURS (U.D.A) et la CHAMBRE SYNDICALE DES SOCIÉTÉS D'ÉTUDES ET DE CONSEILS (SYNTEC). Il vise à préciser et à compléter des règles actuellement en usage dans la profession.

Rappelons, pour mémoire qu'il existe deux codes, plus généraux, établis par la C.C.I. et ESOMAR :

- ✓ Code International de pratiques loyales en matière d'études de marché et d'opinion.
 - ✓ Directives C.C.I./ESOMAR pour parvenir à un accord sur un projet d'études de marché.
-

INTRODUCTION

Ce code de pratiques loyales concernant les panels, les enquêtes répétitives et les enquêtes multi-clients vise à préciser et à compléter des règles actuellement en usage dans la profession.

Par panel, il faut entendre un échantillon représentatif d'une population, renouvelé périodiquement soit par fraction, soit en totalité, et servant à en fournir une description de manière répétée ou continue.

Une enquête répétitive consiste à faire des observations ou à interroger, à partir d'un questionnaire identique, un échantillon d'une population renouvelé d'une vague à l'autre.

Les panels ou enquêtes répétitives peuvent être multi-clients, c'est-à-dire réalisés pour le compte de plusieurs souscripteurs, définis ou non préalablement.

I/ LES PARTENAIRES

Les partenaires concernés sont : la société d'études réalisant l'enquête, son ou ses clients, et les individus professionnels ou établissements auprès desquels l'enquête est réalisée.

- ➔ La société d'études a, soit eu l'initiative de proposer l'étude, soit répondu à une demande qui lui a été faite. Elle a le soin d'exécuter la mission qui lui a été confiée. Sous sa responsabilité, elle peut sous-traiter auprès de tiers une partie de cette mission.
- ➔ Le ou les clients sont des fabricants de biens ou de services, des distributeurs, des syndicats professionnels, des administrations ou tout autre organisme qui achètent, dans un cadre individuel ou collectif, des informations.

Le champ d'observation est fait d'individus ou de ménages, de professionnels de magasins et d'autres établissements auprès desquels l'enquête est réalisée.

La Loi *Informatique, Fichiers et Libertés* du 6 janvier 1978, précise notamment les conditions dans lesquelles les informations auprès d'individus peuvent être recueillies et divulguées.

II/ NATURE DES OBLIGATIONS CONTRACTEES PAR LES SOCIETES D'ETUDES

Les sociétés d'études par panels et enquêtes répétitives contractent vis-à-vis de leurs clients une obligation de moyens et non de résultats.

En d'autres termes, l'appréciation d'une prestation d'une société d'études ne peut se faire au seul vu des résultats jugés satisfaisants, sauf à faire la preuve qu'elle n'a pas mis en oeuvre les moyens qu'elle a indiqués lors de la passation du contrat.

Les sociétés d'études par panels et enquêtes répétitives doivent Indiquer de manière aussi complète, précise et régulière que possible, les éléments définissant la prestation, tels que, par exemple :

- l'univers représenté,
- l'effectif de l'échantillon réellement étudié et sa répartition en fonction des critères de ventilation des résultats,
- le mode de constitution de l'échantillon, les moyens employés pour le renouveler (cas des panels), ainsi que les indices de raccordement éventuels entre périodes,
- le mode de recueil de l'information et le calendrier détaillé au cours duquel il a lieu,
- le mode d'élaboration des résultats et, en particulier, le recours éventuel à des programmes de redressement ainsi que des calculs d'extrapolation,

-le mode d'expression des résultats, leur mode de présentation, les supports disponibles et les critères de ventilation retenus,

- l'assistance éventuelle apportée en ce qui concerne la compréhension et l'analyse des données,

-le ou les délais de réalisation des différentes phases.

Les sociétés d'études par panels et enquêtes répétitives doivent, dans la mesure du possible, informer préalablement leurs clients de toute modification des éléments définissant la prestation.

III/ DUREE DE L'ACCORD

L'accord du client peut porter, soit sur une prestation déterminée, soit sur un nombre de prestations à remplir, soit encore sur une période couverte par les résultats et sur la fréquence à laquelle ils sont remis.

Dans les cas des panels à durée de vie déterminée, et sauf convention particulière, un préavis minimum de trois mois sera respecté par les parties pour interruption d'abonnement.

IV/ PRIX DU SERVICE PROPOSE ET CONDITIONS COMMERCIALES

La société d'études doit faire connaître clairement sa politique commerciale, et en particulier :

- le tarif en vigueur pour l'unité de base et la définition de cette dernière,

- les majorations pour compléments d'information et les dégressifs pour suppressions d'information ou toute autre raison, et les indemnités et remboursements dans les cas visés au paragraphe VIII.

-dans le cas de panels, le tarif pratiqué pour la vente de résultats antérieurs.

- en cas d'indexation au cours de la période couverte par le contrat ou par reconduction tacite, nature de l'indice de référence et les modalités précises de son application,

- les modalités de facturation,

- les modalités de règlement.

V/ EXCLUSIVITE/NON EXCLUSIVITE DES RESULTATS

En matière de panels et enquêtes répétitives, la règle de non exclusivité des résultats est de principe, sauf conventions particulières.

Une exclusivité n'est obtenue que sur demande, et à des conditions contractuelles prévues, notamment pour le prix.

En matière d'enquêtes multi-clients, le nombre des clients peut être, par convention, soit limité, soit illimité.

En matière d'études répétitives, l'exclusivité ou la non exclusivité est de nature contractuelle.

VI/ PROPRIETE DES ETUDES ET DES RESULTATS

Régime général

Les clients sont propriétaires des résultats des études, soit exclusivement, ainsi s'agissant des études ad hoc, soit de manière indivise, ainsi s'agissant des études multi-clients.

Les sociétés d'études bénéficient pour tous leurs travaux de la protection donnée par le régime juridique de la propriété littéraire et artistique (loi du 11 mars 1957).

Sauf stipulation contraire inscrite dans les propositions, les résultats et autres documents fournis sont réservés à l'usage exclusif de la ou des entreprises clientes, et s'il y a lieu, de leurs commettants, à l'exclusion de toute autre entreprise, syndicat, groupement professionnel.

Les supports de l'information, ainsi que tous les documents utilisés pendant la réalisation de l'enquête, questionnaires, bandes, disquettes ... sont la propriété de la société d'étude.

Obligation des clients

Toute diffusion ou reproduction des résultats, directe ou indirecte, intégrale ou partielle, à titre gratuit ou onéreux, effectuée à l'initiative du client doit être faite après information préalable de la société d'étude lorsque celle-ci est citée.

Les sociétés ou organismes clients s'engagent à ne faire aucune divulgation auprès de tiers qui ne soit de nature à nuire à la commercialisation ou à la crédibilité des résultats auxquels ils ont accès, notamment dans la presse et auprès de la distribution.

En cas de divulgation partielle ou totale des résultats par un commettant, il appartient à la société cliente d'assumer les conséquences des dommages éventuellement occasionnés.

Obligation des sociétés d'études

Les sociétés d'études doivent faire connaître à leur clients, avant signature du contrat, les conditions dans lesquelles elles sont conduites, le cas échéant, à divulguer les informations recueillies et pour quels bénéficiaires.

Toute information concernant les produits et marques d'un client, ou de nature à en permettre l'identification, ne peut être divulguée qu'avec l'accord du client concerné.

VII/ CONSERVATION DES INFORMATIONS

En général, et sauf stipulation contractuelle contraire, les informations seront conservées pendant au moins trois ans, conformément aux usages généraux en matière d'études.

VIII/ RETARD OU INEXECUTION DU SERVICE PROPOSE

Le client peut prétendre à indemnité et/ou à remboursement de frais déjà payés en cas de retard ou d'inexécution totale ou partielle du service, dus à la seule responsabilité de la société. Cette règle ne s'appliquera pas en cas de force majeure.

IX/ REGLEMENT DES LITIGES

En cas de litige, une commission d'arbitrage pourra être créée, à la demande des parties, par SYNTEC et l'UDA.

Cette commission d'arbitrage pourra être saisie par accord de toutes les parties au litige à défaut des juridictions habituellement compétentes.

Cette commission d'arbitrage sera composée de deux représentants de sociétés d'études, dont un membre de SYNTEC, et de deux représentants de sociétés ou d'organismes utilisateurs réguliers de panels ou d'études, dont un membre de l'UDA.

La commission élira un président qui aura voix prépondérante en cas de partage des voix.

Les membres de la commission ne doivent, en aucune manière être impliqué dans le litige ou concurrent des parties en cause.

La commission sera habilitée à demander aux parties concernées communication de toute la correspondance et tous les documents relatifs l'étude contestée.

Les membres de la commission sont astreints au secret professionnel.

Les organisations signataires recommanderont à leurs adhérents de faire figurer cette possibilité de recours dans leurs contrats.