

Conditions générales de vente (CGV) intervista AG

1. Introduction

1. intervista exerce son activité à titre de consultant, en conformité avec les règles reconnues de la profession.
2. Les règles reconnues de la profession sont celles des codes et directives de l'ESOMAR (www.esomar.org) et les règles du Règlement et de ses annexes pour l'utilisation du label Market and Social Research by SWISS INSIGHTS publié par SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association, dont le siège est à Alpnach. Elles sont contraignantes pour intervista.

2. Offres

1. intervista 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.
2. Les frais inhérents à l'élaboration d'une offre ne sont facturés à l'intéressé que si ce dernier en a été avisé.
3. L'offre est valable durant six mois à compter de la date de son élaboration.
4. Si intervista 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.

3. Prestations et honoraires

1. intervista 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, intervista est autorisé à céder le mandat. Sur demande, l'identité du sous-traitant et du consultant est communiquée au client.

2. Les honoraires mentionnés dans la proposition d'étude comprennent en principe toutes les prestations définies que intervista s'engage à fournir en exécution du mandat, y compris les prestations fournies par les sous-traitants et consultants.
3. 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.
4. Si après la conclusion du contrat, le client souhaite des modifications ou des prestations supplémentaires, intervista 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 intervista, dans la mesure où intervista ne prouve subir aucun préjudice en raison de cette opération.
5. Dans un contrat forfaitaire, c'est intervista 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 présupposés constituant la base de la rédaction de l'offre ont été exposés, intervista ne peut facturer des coûts supplémentaires pour lesdites 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.
6. Si le client révoque le mandat, il est tenu de payer à intervista 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 intervista, 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.
7. 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, intervista 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).
8. Des honoraires minimums de 1200 CHF par projet doivent être payés si le projet est annulé après que des dépenses ont déjà été engagées et que ces frais ne dépassent pas 1200 CHF. En outre, il s'agit du montant minimum facturé pour un projet si le chiffre d'affaires du projet est inférieur à ce montant.

4. 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 intervista. 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 chiffre 5.

5. 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 le label Market and Social Research by SWISS INSIGHTS,
- pour les clients étrangers: membres d'une organisation similaire, ou
- affilié à l'ESOMAR ou à un organisme officiel qui s'est engagé par écrit à respecter le Règlement sur l'utilisation du label Market and Social Research by SWISS INSIGHTS 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 explicites dans le questionnaire.

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

1. Les droits d'auteur sur toutes les informations transmises au client et la maîtrise des données appartiennent intégralement à intervista. 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.
2. Si des circonstances particulières requièrent que le client porte à la connaissance de tiers des données fournies par intervista, 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.

3. 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 intervista 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

1. 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. intervista 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.
2. Cependant, intervista 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.
3. Pour les études destinées à être publiées dans les médias, intervista et le client veillent à ce que les informations supplémentaires suivantes soient diffusées lors de la première publication:
 - le nom d'intervista
 - 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
4. 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 fiche signalétique de méthode sur le site de SWISS INSIGHTS par intervista même.

6. Copie de données

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

7. Droit de consultation / Anonymat

Le client a le droit de consulter les documents originaux relatifs à l'enquête dans les locaux commerciaux d'intervista. 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.

8. Obligation de conserver les documents

Après remise du rapport d'étude, intervista 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.

9. Confidentialité

1. intervista 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.
2. 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.
3. intervista est autorisé à évoquer le nom du client comme référence, sans mentionner un mandat précis.

10. Responsabilité de l'institut

1. intervista 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, intervista en fait usage en toute conscience. Il n'y a défaut dans l'exécution de l'étude que si intervista viole son devoir de diligence de façon fautive.
2. intervista 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.

3. L'obligation d'intervista de réparer le dommage est limitée au montant total des honoraires convenus pour le mandat en question.
4. Les réclamations doivent être adressées par écrit à intervista dans les 60 jours après réception de l'information.
5. Si des programmes d'évaluation sont mis à disposition par le client, intervista n'assume aucune responsabilité pour les défauts consécutifs à l'utilisation de ces programmes.
6. intervista 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 d'intervista, ou qui n'ont pas été provoqués par intervista, ainsi par exemple en cas de catastrophes naturelles ou d'autres cas de force majeure, décisions de l'autorité ou conflits sociaux

11. Responsabilité du client

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

12. Conditions supplémentaires pour les projets «sampling only»

a) Modifications dans la configuration de l'étude

intervista doit être informé dans les plus brefs délais dans les cas suivants:

- si la date de livraison des liens de l'enquête est repoussée et que la date de l'enquête terrain doit être retardée pour cette raison (pour les projets transférés à l'extérieur)
- en cas d'ajout, de modification ou de suppression de critères de criblage
- en cas d'ajout, de modification ou de suppression de critères de quotas
- en cas de modification d'autres aspects de l'étude qui ont un impact sur les prestations envisagées dans l'offre

b) Taille d'échantillon

Sauf indication contraire, intervista réalisera la taille d'échantillon spécifiée dans l'offre. Si la taille de l'échantillon réalisé ne dévie pas de plus de 5%, les coûts d'interview (IPC) ne changeront pas. Des écarts de plus de 5% entraînent un nouveau calcul des coûts d'interview.

c) Durée des entretiens

intervista détermine la durée des entretiens avec une mesure du temps moyen d'achèvement (médiane) 24 heures après le lancement complet de l'étude.

Un aspect essentiel de notre principe «équité envers les panélistes» est que nous informons les participants de la durée réelle de l'entretien prévu. De plus, nous garantissons à nos panélistes que la durée de l'entretien et donc l'incentive ne seront plus réduits après le lancement complet d'une enquête.

Si 24 heures après le lancement complet de l'enquête, la mesure aboutit à une durée d'enquête moyenne (médiane) qui dépasse le temps d'enquête communiqué de plus de 2 minutes, nous nous réservons le droit d'ajuster le temps d'interview communiqué et l'incentive versé en conséquence. Les coûts supplémentaires qui en résultent sont à la charge du commanditaire.

intervista n'accepte en principe aucune étude dont le sondage dure plus de 25 minutes (médiane).

d) Taux d'incidence (TI)

Sur la base des informations fournies par le commanditaire, nous évaluons le taux d'incidence pour chaque (sous-) échantillon. À la fin de l'enquête terrain,intervista calcule le taux d'incidence effectif avec la formule suivante:

$$\frac{\text{enquête terminée}}{\text{enquêtes terminées} + \text{dépassements \{résultant de variables non identifiées\}}}$$

À l'exception de l'âge, du sexe et de la région linguistique, toutes les variables (telles que la vérification des adresses IP, l'exclusion de participants issus de branches spécifiques) sont considérées comme des variables non identifiées.

Tant que l'écart entre le TI effectif et le TI défini dans l'offre n'est pas supérieur à 10%, les coûts d'interviews (IPC) ne changent pas. Tout écart de plus de 10% entraîne un nouveau calcul des coûts d'interviews (un exemple: si un TI estimé est de 50 %, le prix ne change pas tant que le TI effectif se situe entre 45% et 55 %).

Dans le cas d'études avec des taux d'incidence inférieurs à 30% (selon les critères mentionnés ci-dessus), nous proposons uniquement une approche d'entrevue courte : les personnes qui ne font pas partie du groupe cible répondent à quelques questions de fond et reçoivent un incentive minime.

e) Qualité du sondage

intervista contrôle la qualité de chaque questionnaire avant le début de l'enquête terrain. Cela comprend l'orthographe, la grammaire, l'exactitude des traductions et la fonctionnalité technique. Siintervista juge la qualité du questionnaire insuffisante, nous en informons le commanditaire dans les plus brefs délais et nous nous réservons le droit de repousser l'enquête terrain jusqu'à ce que les défauts aient été corrigés.

intervista accepte uniquement des questionnaires qui peuvent être interrompus par les participants et qui permettent de reprendre le questionnaire après une interruption.

Dans le cas de questionnaires qui ne sont pas adaptés aux appareils mobiles, nous nous réservons le droit de recalculer le montant de la commande.

A priori,intervista n'accepte aucune enquête avec un taux d'abandon supérieur à 30%.intervista accepte de la part du client une exclusion de 5% au maximum de la taille de l'échantillon indiquée dans l'offre sur la base de critères de qualité. Les critères d'exclusion appliqués par le client doivent être communiqués àintervista et correspondre aux standards courants de la branche. Les interviews exclues sur cette base ne seront pas facturées parintervista et seront compensées, si souhaité, par des interviews supplémentaires.

f) Durée de l'enquête terrain

La durée minimale de nos enquêtes sur le terrain s'élève à 5 jours à compter du lancement complet.

Nous nous réservons le droit de prolonger la durée minimale de l'enquête terrain en raison de pourcentages complexes, de taux d'incidence bas ou de la durée des entretiens.

Veuillez noter que nous n'acceptons aucune question qui collecte des renseignements personnels de nos panélistes, tels que leur nom, adresse, numéro de téléphone ou e-mail.

13. Facturation

Les honoraires convenus servent à financer le projet de recherche correspondant. Dans le cas d'études avec des honoraires supérieurs à 25'000 CHF, 30% du total des honoraires peuvent être exigé à la commande, le reste sera à régler à la livraison des résultats de l'étude. En cas de non-paiement des montants partiels dus,intervista se réserve le droit de différer la livraison des données.

14. Clause d'exclusivité

- 1.intervista 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.
2. Cependant, siintervista 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,intervista 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.

15. Fin des rapports contractuels

1. 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 intervista 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.
2. 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).

16. Loi applicable / For

Ce contrat est régi par la loi suisse. Pour tous litiges, les parties conviennent que le for est au siège d'intervista.

intervista est cependant en droit de porter le litige devant les tribunaux du for ordinaire du client.