

Règlement sur l'utilisation de la marque collective asms swiss interview institute®

(Conformément à l'art. 23 de la loi sur la protection des marques et au ch. 4 des statuts asms)

1 Propriétaire de la marque

Le propriétaire de la marque collective asms swiss interview institute® est asms Association suisse des spécialistes en recherches de marché et sociales, désignée «asms» dans la suite de ce document. asms est une association inscrite au registre du commerce, ayant son siège à Zurich.

La marque collective asms swiss interview institute® peut être utilisée par les sociétés qui ont été admises par la Table Ronde, désignée «TR» par la suite et qui satisfont aux exigences énoncées dans le présent document.

2 Procédure d'admission

Les demandes d'utilisation de la marque collective doivent être adressées au Secrétariat Général de l'asms. Elles doivent être accompagnées du questionnaire dûment rempli et signé, conformément à l'annexe I de ce Règlement, d'un extrait actuel du registre du commerce, de la documentation sur l'entreprise en deux exemplaires et sous forme électronique ainsi que d'un exemplaire dûment signé de ce Règlement.

Le Secrétariat Général et le responsable Ressort Marque Collective vérifient que les demandes reçues sont complètes et retournent les demandes incomplètes pour complément. Le Secrétariat Général transmet les demandes et la présentation de l'entreprise à la TR.

La TR décide lors de sa prochaine session de l'admission de l'entreprise sur la base des documents transmis. Un représentant de l'entreprise candidate est invité à la TR afin de se présenter, de faire un bref exposé de l'entreprise et de répondre aux questions.

La demande de l'entreprise candidate est validée si, conformément aux statuts de l'asms, 2/3 des membres présents se sont exprimés positivement. Un vote écrit est possible sur demande.

Si la demande est rejetée par la TR, l'entreprise candidate en sera informée par écrit avec une explication des raisons pour lesquelles la demande a été rejetée. Une nouvelle demande peut être effectuée après un délai de deux ans.

L'entreprise candidate peut formuler contre cette décision un recours auprès du Conseil de Recours dans un délai de 2 semaines.

3 Exigences et obligations envers la société utilisant la marque (institut)

a) Exigences envers l'institut

L'institut garantit son indépendance à l'égard des donneurs d'ordre. En outre, l'institut doit avoir son siège en Suisse et être inscrit au registre du commerce.

L'activité principale de l'institut doit porter sur les recherches de marché et sociales. L'institut ne doit pas proposer sous le même nom de marketing direct, en particulier de marketing par téléphone.

b) Exigences envers la direction et les collaborateurs

Au moins une personne de la direction de l'institut doit être ou devenir personnellement membre de l'asms.

La direction, les cadres et les chefs de projet doivent connaître la documentation actuelle de la marque collective asms swiss interview institute® et être en mesure d'en consulter un exemplaire à tout moment.

Les autres collaborateurs doivent connaître les codes éthiques professionnels et standards de qualité de la marque collective asms swiss interview institute® mentionnés dans ce Règlement et dans les annexes à ce Règlement dans la mesure où ceux-ci portent sur leur activité professionnelle.

L'institut garantit par des mesures de formation pour ses collaborateurs que toutes les personnes concernées dans son entreprise aient accès aux informations nécessaires.

c) Autres obligations internes à l'association

L'institut indique activement au Secrétariat Général les changements importants relatifs à son organisation ou à son personnel. Le Secrétariat Général publie des communiqués (de presse) correspondants sur la page d'accueil de l'asms en accord avec l'institut.

L'institut lie la page d'accueil de l'asms et les manifestations importantes de l'association à sa propre page d'accueil.

L'institut communique chaque année à l'asms, au moyen du questionnaire officiel, les caractéristiques de son infrastructure dans le domaine de la recherche de marché et sociale. Ce communiqué comprend notamment le nombre de personnes employées par un contrat de travail fixe, la direction, l'infrastructure d'enquête et le chiffre d'affaires dans le domaine de la recherche de marché. Ces données seront administrées à titre fiduciaire. L'institut peut interdire à l'asms la publication des données fournies. L'information concernant la catégorie du chiffre d'affaires total sert à déterminer la pondération des voix au sein de la TR et est communiquée à la TR.

L'institut est tenu de s'acquitter d'une contribution spéciale conformément au ch. 13 des statuts de l'asms.

L'institut remet au Secrétariat Général de l'asms un exemplaire d'une éventuelle documentation ou Newsletter destinées à une large clientèle.

d) Obligations publiques

Les instituts réalisant des enquêtes CATI, ont l'obligation d'établir une liste d'adresses mentionnant les personnes qui ont explicitement indiqué à l'institut ou à l'asms ne pas être disponibles pour répondre à des enquêtes. Cette liste doit être prise en compte à chaque constitution d'échantillon. Seules les enquêtes publiques et les enquêtes où le client met à disposition une liste d'adresses à partir de sa propre base de données, constituent une exception à cette règle.

4 Exigences qualité envers la société utilisant la marque (institut)

a) Codes et directives ESOMAR

L'admission de l'institut est liée à l'obligation de l'entreprise de respecter tous les codes et directives de la Fédération mondiale ESOMAR, Amsterdam, Pays-Bas.

Les normes ESOMAR en vigueur (www.esomar.org) font partie intégrante du présent Règlement.

b) Décrets d'application de l'asms

L'asms arrête des dispositions d'application relatives aux codes et directives ESOMAR pour les adapter si nécessaire à la législation suisse coercitive ou pour tenir compte des spécificités suisses. Le Comité directeur de l'asms (en règle générale le responsable Ressort Méthodes) entreprend un premier examen des codes ESOMAR et adresse une recommandation à la TR concernant les dispositions d'application pertinentes pour les membres de l'asms.

L'asms prononce ses propres dispositions d'application (en règle générale en annexes à ce Règlement) en vue de l'assurance qualité et de la promotion de la marque collective. L'asms délivre en particulier des dispositions concernant des mesures d'auto-restriction dans le domaine de la recherche politique.

Les décrets d'application et les modifications aux décrets d'application sont décidés selon le même processus applicable à la décision du présent Règlement.

Les modifications retenues seront publiées dans le prochain bulletin d'informations de l'association. Un exemplaire actuel de tous les décrets d'application en vigueur peut être demandé à tout moment au Secrétariat Général.

Les membres de la marque collective asms swiss interview institute® s'engagent à respecter les décrets d'application. Ils s'assurent également que leurs collaborateurs soient informés en temps utile des modifications importantes.

c) Protection des données

La marque collective fournit la garantie que ses membres respectent les dispositions de la loi suisse sur la protection des données et celles de la Fédération mondiale ESOMAR.

Les membres de la marque collective remettent aux personnes interrogées lors d'enquêtes en face à face les informations officielles de l'asms sur le traitement des données personnelles (Annexe III). Pour les sondages écrits, les membres de la marque collective renvoient les personnes interrogées aux informations de l'asms concernant le traitement des données personnelles (Annexe III) situées sur la page d'accueil de l'asms.

Avant de réaliser des études mystères, les membres de la marque collective exigent du donneur d'ordre la confirmation qu'il a informé valablement ses collaborateurs (Annexe VI).

d) Obligation des sous-traitants

Les sous-traitants étrangers ou nationaux s'engagent également à respecter les présentes directives. L'institut tient en permanence le donneur d'ordre informé de l'intervention éventuelle d'un sous-traitant et communique au donneur d'ordre l'identité de ce sous-traitant.

5 Contrôles

a) Registre

Le Secrétariat Général de l'asms tient un registre de toutes les sociétés autorisées à utiliser la marque collective (instituts) avec mention de la date d'admission (déclaration d'acceptation). Le nom est complété de la date d'expiration après le départ d'une société. Cette partie du registre est publique.

La partie non publique est constituée de dossiers sur chaque société ayant déposé une demande d'admission. Chaque dossier contient, outre la demande elle-même, les décisions des organes de l'association, les documents relatifs à des sanctions éventuelles etc. Les dossiers sont traités de manière confidentielle et ne peuvent être consultés que par les membres du Comité directeur, le Conseil de Recours, les sociétés concernées et le Secrétariat Général.

b) Mesures de contrôle

Le Secrétariat Général vérifie toutes les informations qui laisseraient à penser qu'un membre de la marque collective va à l'encontre des dispositions du présent Règlement ou de ses annexes. En cas de soupçon d'une infraction à ce Règlement par l'institut, le Secrétariat Général en informe immédiatement le responsable Ressort Marque Collective. En cas d'infraction avérée, le Secrétariat Général en informe le Comité directeur et le Conseil de Recours.

La TR a, dans le cadre de ses fonctions et de ses attributions, la possibilité de décider et de mettre en place d'autres instruments de contrôle afin de vérifier le respect du présent Règlement.

6 Sanctions

Si un institut ne satisfait pas ou ne satisfait plus les conditions mentionnées dans ce Règlement ou ses annexes, le Comité directeur a la possibilité d'adopter des sanctions. Si le Comité directeur ne peut agir en toute impartialité lors de ces décisions ou si une requête est déposée à ce sujet par la partie plaignante, le Conseil de Recours décidera alors seul des éventuelles sanctions. La mise en place de ces sanctions revient également au Comité directeur.

a) Admonestation

Lors de la première infraction au présent Règlement, le Comité directeur impose à l'institut un délai pour rétablir une situation conforme.

b) Amendes

Si une situation conforme au Règlement n'est pas rétablie dans les délais fixés par le Comité directeur, ce dernier est tenu d'accorder un délai supplémentaire et est habilité à infliger au membre concerné une amende pouvant aller jusqu'à 50'000 francs. Le montant de l'amende se mesure selon la gravité de la faute commise.

La décision doit être justifiée par le Comité directeur et notifiée par lettre recommandée. Un délai de paiement de 30 jours est accordé à partir de la date de notification.

c) Retrait de la marque collective

Si le délai supplémentaire mentionné à l'alinéa b) accordé pour rétablir une situation conforme au Règlement n'est pas respecté, le Comité directeur peut, en plus de l'amende, décider de retirer le droit d'utilisation de la marque collective. La décision doit être justifiée et notifiée à l'institut par lettre recommandée.

d) Publication

Le Comité directeur a le devoir de publier la décision concernant une amende ou un retrait de la marque. Outre l'exposition objective des faits, il peut mentionner la violation du Règlement ainsi que le nom de l'institut.

e) Responsabilité

Concernant les décisions prises à partir du présent Règlement, l'asms n'engage, avec ses moyens propres à une association, sa responsabilité que pour les négligences grossières et une intention malveillante. L'asms n'engage aucune responsabilité en particulier pour les éventuels manques à gagner ou autres dommages consécutifs directs et indirects. L'asms exclut toute responsabilité pour les dommages occasionnés par des tiers.

f) Recours

Un recours peut être adressé au Conseil de Recours contre la décision du Comité directeur.

7 Dispositions finales

a) Répertoire des annexes (décrets d'application)

Annexe I Formulaire de demande pour les nouveaux membres (édition mai 2011)

Annexe II Directive pour la réalisation de sondages portant sur des élections et votations et destinés à être publiés avant les scrutins (édition octobre 2009)

Annexe III Votre avis est important! Informations sur les recherches de marché et sociales et sur le traitement de vos données personnelles et de vos réponses (édition février 2009)

Annexe IV Conditions d'utilisation de la marque textuelle/graphique et de la marque textuelle asms swiss interview institute®

Annexe V Conditions commerciales générales (CCG) d'asms swiss interview institute®

Annexe VI Accord complémentaire: Réalisation de l'étude mystère (édition février 2009) / Supplément: Notice de l'asms concernant la protection de la personnalité et des données (état au 1er février 2009)

Annexe VII Accords complémentaires et supplément:

- VII-A: Réalisation de sondages: écoute / observation du donneur d'ordre à l'institut dans le cadre de l'étude (édition février 2009)
 - VII-B: Réalisation de sondages téléphoniques: écoute du donneur d'ordre à son lieu de travail situé en Suisse dans le cadre de l'étude (édition février 2009)
 - VII-C: Remise d'enregistrements anonymisés d'images et / ou de sons d'interviews individuelles et de discussions de groupes au donneur d'ordre dans le cadre de l'étude (édition février 2009)
 - VII-D: Remise d'enregistrements non anonymisés d'images et / ou de sons d'interviews individuelles et de discussions de groupes au donneur d'ordre aux fins d'utilisation exclusive en Suisse dans le cadre de l'étude (édition février 2009)
- Supplément: Notice de l'asms concernant la protection de la personnalité et des données (état au 1er février 2009)

b) Entrée en vigueur

Le présent Règlement a été promulgué le 4 Mai 2011 par la TR et remplace le Règlement du 9 février 2006.

Il a été porté à la connaissance de l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle, à Berne, conformément à l'art. 24 de la loi sur la protection des marques.

Lieu, date:

Signature obligatoire de l'institut :
