



## RÉSUMÉ DE LA CHARTE DES BONNES PRATIQUES EN MATIÈRE D'ÉTUDES DES OPINIONS ET COMPORTEMENTS DANS LE DOMAINE DE LA SANTÉ

Paris, le 19 septembre 2024

Ce résumé vise à aider les entreprises d'études de marché à comprendre le régime réglementaire et déontologique applicable aux études de marché en exposant de manière abrégée et condensée les principales obligations et responsabilités qui leur incombent.

### Obligations vis-à-vis des répondants

- La participation des répondants à une étude de marché doit être, à tous les stades, fondée sur une collaboration entièrement volontaire. Ils ne doivent en aucun cas être induits en erreur lorsqu'on leur demande leur collaboration. Toute déclaration ou assurance donnée au répondant doit être pleinement honorée.
- L'entreprise qui mène l'étude de marché doit s'assurer de ne transmettre au Commanditaire de l'étude aucune information qui pourrait permettre d'identifier les répondants directement ou indirectement sans information supplémentaire. L'entreprise devra séparer physiquement les réponses et les fiches d'identité des répondants
- La présentation de l'étude doit contenir suffisamment d'informations pour donner aux répondants une indication claire sur la nature générale de l'étude et le traitement qui sera fait de leurs données personnelles sans introduire de biais dans les résultats. A ce titre, Il est possible de différer le moment de la révélation du nom de l'entreprise Commanditaire qui ne devra pas apparaître lors de la transmission du dédommagement aux répondants afin d'éviter que l'étude de marché puisse être assimilée à un outil de promotion. En aucun cas les dédommagements ne sauraient être assimilés à un salaire.
- L'entreprise qui mène une étude de marché commanditée par une ou plusieurs sociétés de l'industrie ne doit pas insinuer qu'elle est indépendante de l'industrie pharmaceutique.
- Avant de transmettre une liste aux fins de recrutement, l'entreprise Commanditaire doit avoir préalablement collecté le consentement des personnes sur la liste à ce que leur identité et leurs coordonnées soient partagées avec l'entreprise qui mène l'étude de marché.
- La structure de l'étude doit limiter le nombre de répondants attendus à un niveau compatible avec les exigences d'une précision requise et pertinente. Au stade du recrutement, les potentiels répondants doivent être sollicités de manière proportionnée et raisonnable, quel que soit le canal utilisé. Les refus de participation et les demandes de désinscription doivent être honorés sans délai.
- Toute étude menée auprès de Professionnels de santé répondants implique la signature avec l'entreprise d'étude de marché une convention précisant à ce dernier qu'il lui appartient de la communiquer à son Conseil Départemental de l'Ordre. Le dédommagement ne doit pas dépasser les seuils fixés par l'arrêté du 7 août 2020, ne peut prendre aucune autre forme qu'un transfert d'argent. Conformément au devoir de confidentialité des professionnels de santé envers leurs patients, les supports de collecte mis à leur disposition par l'entreprise



d'étude de marché ne sauraient collecter aucune information médicale identifiante, c'est-à-dire ni anonymes, ni agrégées.

- En cas de projet d'étude de marché particulièrement sensible, l'entreprise d'étude de marché devra toujours se demander, avant de confirmer le projet au Commanditaire : si l'étude de marché est justifiée, si la nature des tâches attendues des répondants est appropriée, si un professionnel de santé doit être présent, et si des pauses sont nécessaires.

### Obligations vis-à-vis des études

- Les études de marché ou d'opinion ne peuvent en aucun cas être utilisées comme un moyen de promotion des ventes, ou de collecte de fonds, ou pour influencer l'opinion des répondants. Les études de marché dans le domaine de la santé ne doivent pas être confondues avec les études cliniques qui poursuivent un objectif scientifique et sont menées selon d'autres règles que celles des études de marché.
- L'usage de l'intelligence artificielle appelle une vigilance accrue de la part de l'entreprise d'études de marché qui doit s'assurer que la confidentialité des informations personnelles ou économiques et commerciales qui transitent via ce type de plateforme sera préservée.
- Les documents qui ne sont plus nécessaires pour les besoins de l'étude pour laquelle ils ont été collectés doivent être détruits le plus vite possible.
- Les sondages d'opinion concernant directement ou indirectement une élection et ayant vocation à être publié ou diffusé doivent être déclarés auprès de la Commission des sondages.
- Les études dans le domaine de la santé menées auprès de professionnels de santé répondants doivent être déclarées par l'entreprise d'études de marché en charge du recrutement et du dédommagement auprès de l'Ordre professionnel concerné et de la plateforme gouvernementale Transparence Santé.

### Obligations vis-à-vis des Commanditaires

- Sauf obligation légale, l'entreprise qui mène l'étude de marché ne doit pas révéler à des tiers l'identité du Commanditaire de l'étude ni aucune information confidentielle sur ses activités sans son autorisation.
- L'entreprise d'étude de marché est garante de la protection des informations appartenant au Commanditaire de l'étude par ses employés, ses collaborateurs externes ou sous-traitants du point de vue de leur confidentialité, leur intégrité, et leur disponibilité.
- Les documents suivants restent la propriété du client : les instructions, spécifications et autres renseignements fournis par le client, les données et les résultats d'une étude (sauf dans le cas des études ou des services multi-clients/ syndiqués où les mêmes données sont fournies à plusieurs clients).
- Sauf accord spécifique contraire, les documents suivants restent la propriété de l'entreprise qui mène l'étude de marché : les propositions d'études et les devis, le contenu du rapport dans le cas d'une étude ou d'un service multi-clients/syndiqué où les mêmes données sont fournies à plusieurs clients, ainsi que tous les autres documents, se rapportant à une étude y compris le support physique de consignation des données.
- Sous réserve du consentement des répondants, le client, ou un représentant accepté par les deux parties, peut assister aux interviews sauf s'il reconnaît personnellement un répondant.
- Lorsque les résultats d'une étude sont publiés par le client, il doit obtenir l'accord préalable de l'entreprise qui a mené l'étude sur la forme et le contenu de la publication, sans quoi l'entreprise pourra refuser que son nom soit associé aux résultats de l'étude, et pourra publier les spécialisations techniques de l'étude.

