

CONDITIONS DE PARTICIPATION AU PROGRAMME DE RECONNAISSANCE DE GREAT PLACE TO WORK® FRANCE

La présente annexe « **conditions de participation au programme de reconnaissance de Great Place To Work® France** » est annexée aux conditions générales de prestations de service de Great Place To Work® France (« **conditions générales** ») et en fait partie intégrante. Elle entre en vigueur à la date de signature du devis correspondant, pour toute la durée des prestations afférentes.

Le client reconnaît et accepte que toute violation de la présente annexe pourra justifier la résiliation par Great Place To Work® France du contrat.

Les termes en majuscules non définis dans la présente annexe auront la définition qui leur est attribuée dans les conditions générales.

1 Préambule

- 1.1 Great Place To Work® France a mis en place un programme de reconnaissance des entreprises où il fait bon travailler (ci-après le « **programme de reconnaissance** »), basé sur les résultats obtenus par le client au Trust Index© (enquête collaborateurs) et au Culture Audit® (dossier présentant les programmes et pratiques de l'organisation du client).
- 1.2 Le programme de reconnaissance est un gage de la crédibilité de Great Place To Work® France et de la confiance qui lui est accordée par le grand public, les médias et les organisations. A cet égard, le client reconnaît et accepte qu'en participant au programme de reconnaissance, il s'engage à respecter les termes de la présente annexe et que la violation des termes de cette annexe engage sa responsabilité.

2 Eligibilité du client au programme de reconnaissance

- 2.1 Le client reconnaît et accepte que sa participation au programme de reconnaissance de Great Place To Work® France est soumise au respect des critères d'éligibilité suivants :
 - 2.1.1 Toute personne morale, disposant d'un statut juridique propre en France, peut participer au programme de reconnaissance en France.
 - 2.1.2 Le client peut être une filiale d'un groupe français ou étranger.
 - 2.1.3 Plusieurs filiales d'un même groupe peuvent participer au programme de reconnaissance, si elles disposent d'un nom et d'un logo propres et différenciés du groupe. Une filiale qui ne réunit pas ces conditions est inéligible. Si le nombre de filiales d'un même groupe n'est pas limité pour l'obtention du label « Great Place To Work® Entreprise Certifiée France », leur présence dans un Palmarès établi par Great Place To Work® France sera limitée à trois (3) par groupe et par catégorie.
 - 2.1.4 Le client participant doit compter un minimum de dix (10) collaborateurs employés sous contrat à durée indéterminée (CDI) de plus de trois (3) mois d'ancienneté en France. Le nombre de collaborateurs indiqué dans le fichier transmis pour l'enquête fait foi pour la détermination de la catégorie de l'entreprise participante.

2.1.5 Le client participant doit exister depuis plus de deux (2) ans à la date du lancement de l'enquête.

2.2 Le client reconnaît et accepte les conditions spécifiques applicables aux cas suivants :

2.2.1 Réseau de franchisés / groupements : les clients sont invités à associer leur réseau de franchises à la démarche. Great Place To Work® France se réserve le droit d'exclure de toute participation les clients qui n'associeraient pas leur réseau de franchisés, notamment lorsque le nombre de collaborateurs au sein des franchisés est important au regard de l'effectif du client et/ou lorsque la marque est commune et perçue comme telle par le grand public ; dans le cas où le client choisirait de ne pas interroger ses franchisés, Great Place To Work® France précisera, en accord avec le client le nom à faire figurer sur toute communication externe ou interne. Ex : « ENTREPRISE XXXX (Siège) » ou « ENTREPRISE XXX (hors franchisés) »

2.2.2 Participation d'un siège seul (monde, régional ou France) : une telle participation n'est possible que s'il s'agit d'une entité juridique indépendante du groupe du client, avec un nom et un logo propres et différents du groupe, qui ne créent pas de confusion dans l'esprit du grand public ;

2.2.3 Fusion/acquisition : si la fusion ou l'acquisition a eu lieu il y a plus d'un an, tous les collaborateurs doivent être interrogés. Si la fusion ou l'acquisition date de moins d'un an, l'interrogation des collaborateurs est facultative. Dans le cas où la fusion ou l'acquisition augmente les effectifs de plus de cinquante pour cent (50%), le client doit attendre six (6) mois avant de les intégrer à l'enquête.

3 Eligibilité des collaborateurs

3.1 Le client s'engage à remettre à Great Place To Work® France un fichier comprenant la liste exhaustive de ses collaborateurs répondant aux critères suivants :

3.1.1 Tous les collaborateurs (CDI, CDD et alternants) et stagiaires composant les effectifs du client doivent être interrogés, ou représentés dans l'échantillon. Une tolérance pourra être appliquée pour les salariés ayant moins de 3 mois d'ancienneté à la date de l'enquête.

3.1.2 En cas de participation d'un groupe, les collaborateurs du siège (monde ou régional) sont interrogés lorsque celui-ci est situé en France.

3.1.3 Les collaborateurs en instance de départ sont obligatoirement intégrés à l'enquête.

3.1.4 Les collaborateurs en congés longue durée ou en arrêt maladie sur toute la durée de l'enquête ne sont pas obligatoirement intégrés à l'enquête.

3.1.5 Pour les clients ayant recours à une forte proportion de salariés saisonniers (nombre d'intérimaires moyen dans l'année supérieur à dix pour cent (10%) de l'effectif salarié), Great Place To Work® France se réserve le droit de solliciter l'intégration de ces salariés saisonniers dans le périmètre de l'enquête afin de permettre au client de participer au programme de reconnaissance (modalités à définir entre le client et Great Place To Work® France).

3.1.6 Plus de cinquante pour cent (50%) des collaborateurs doit avoir plus de six (6) mois d'ancienneté à la date de l'enquête.

- 3.2 En cas d'enquête portant sur un échantillon, le client s'engage à :
- 3.2.1 adresser à Great Place To Work® France la liste exhaustive de ses collaborateurs, laquelle servira de base à l'élaboration d'un échantillon représentatif des collaborateurs du client. La sélection de l'échantillon sera réalisée par Great Place To Work® France sur la base de critères statistiques objectifs (représentativité des collaborateurs).
 - 3.2.2 communiquer toute information sollicitée par Great Place To Work® France pour que ce dernier soit en mesure de définir un échantillon représentatif des collaborateurs du client.
 - 3.2.3 faire participer à l'enquête l'intégralité des collaborateurs sélectionnés par Great Place To Work® France.

4 Intégrité statistique des résultats

- 4.1 Un taux de retour minimum à l'enquête doit être atteint afin d'assurer une marge d'erreur inférieure à +/- cinq pour cent (5%) et un intervalle de confiance de quatre-vingt-quinze pour cent (95%), ces seuils garantissant des résultats statistiquement fiables.
- 4.2 Le taux de retour minimum sera communiqué en amont de l'enquête au client par Great Place To Work® France. Il varie selon la taille des effectifs du client (afin de répondre aux règles basiques de fiabilité statistique évoquées ci-dessus : une marge d'erreur inférieure à +/- cinq pour cent (5%) et intervalle de confiance de quatre-vingt-quinze pour cent (95%)).
- 4.3 En cas de non atteinte du taux de retour minimum fixé par Great Place To Work® France, les résultats seront considérés comme non fiables statistiquement et ne pourront être utilisés dans le cadre d'un Palmarès établi par Great Place To Work® France. Le client sera alors considéré inéligible aux labels du programme de reconnaissance de Great Place To Work® France.
- 4.4 Le client s'engage à assurer les conditions nécessaires à l'atteinte du meilleur taux de retour possible, quel(s) que soi(en)t le(s) mode(s) d'enquête utilisés. A ce titre, le client s'engage à mettre en œuvre les actions de communication nécessaires en interne et à s'assurer que les conditions matérielles sont réunies pour que le collaborateur puisse répondre à l'enquête (accès à sa messagerie professionnelle en cas d'enquête en ligne par email, accès à un ordinateur en cas d'enquête en ligne par solution URL, remise du questionnaire papier au collaborateur en cas d'enquête papier, etc.).
- 4.5 Si une différence importante de taux de retour est constatée entre différents modes d'enquête ou populations (ex : mode « en ligne par email » et mode « questionnaire papier »), et qu'il en résulte un biais dans les résultats globaux du client, Great Place To Work® France se réserve le droit de procéder à un redressement des résultats afin que les résultats globaux pris en compte dans le cadre du Palmarès soient davantage représentatifs de la perception de l'ensemble des collaborateurs du client.

5 Communication

- 5.1 Le client s'engage à respecter les instructions communiquées par Great Place To Work® France visant à ne pas orienter les réponses des collaborateurs. Ces instructions sont fournies dans le guide de communication remis au client suite à son inscription.

- 5.2 Le client s'engage à transmettre à Great Place To Work® France une copie de l'ensemble des éléments de communication élaborés à destination des collaborateurs/managers dans le cadre de la participation au programme de reconnaissance (exemples : email, affiches, articles Intranet, newsletters, kits de communication, etc.). Une communication autour de l'enquête ne respectant pas les instructions données peut entraîner la disqualification du client au programme de reconnaissance.
- 5.3 Le client s'interdit d'octroyer à ses collaborateurs toutes formes de cadeaux, avantages ou compléments de rémunération en cas de bons résultats à l'enquête ou en cas d'obtention d'un des labels du programme de reconnaissance. Toute communication suggérant une forme de récompense est strictement interdite.
- 5.4 Le client s'engage à sensibiliser l'ensemble de ses managers sur l'importance de préserver l'intégrité des réponses des collaborateurs et les mesures pouvant être prises par Great Place To Work® France en cas de manquement.
- 5.5 Great Place To Work® France encourage le client à communiquer à l'ensemble de ses collaborateurs les conditions de confidentialité et d'anonymat de l'enquête.
- 5.6 Le client ne peut en aucun cas revendiquer, en interne ou en externe, l'un des labels décernés par Great Place To Work France® s'il n'a pas reçu le label correspondant décerné par Great Place To Work® France.
- 5.7 La certification ou le classement d'un client par Great Place To Work® France est strictement personnelle. Elle ne peut en aucun cas être utilisée par une autre filiale du même groupe de sociétés auquel le client est susceptible d'appartenir ou toute autre société contrôlée par, contrôlant ou sous contrôle commun avec le client, conformément aux articles L. 233-1 et suivants du Code de commerce.
- 5.8 Le client ne peut abandonner sa participation au Palmarès après avoir obtenu sa certification le cas échéant.
- 5.9 Conformément à la clause 8 des conditions générales, le client s'interdit de communiquer tout ou partie des Eléments sans l'accord écrit préalable de Great Place To Work® France.

6 Contrôles

- 6.1 Great Place To Work® France se réserve le droit d'effectuer des contrôles aléatoires et sans préavis auprès de collaborateurs du client pour s'assurer que ces derniers ont pu répondre au questionnaire et que le client ou le management n'a pas cherché à orienter leurs réponses. Ces contrôles se feront par téléphone ou email sur un échantillon de collaborateurs invités à répondre à l'enquête.
- 6.2 Le client s'engage à faciliter ces contrôles.

7 Comité d'intégrité de Great Place To Work® France

- 7.1 Un comité d'intégrité du programme de reconnaissance est institué au sein de Great Place To Work® France afin de garantir le respect des conditions de participation au programme de reconnaissance.

8 Exclusion du client du programme de reconnaissance

- 8.1 En cas de non-respect par le client des engagements mentionnés dans la présente annexe, Great Place To Work® France peut prendre la décision de disqualifier le client du programme de reconnaissance.
- 8.2 Cette disqualification ne pourra pas faire l'objet d'une compensation financière.
- 8.3 Great Place To Work® France se réserve le droit de résilier le contrat et/ou de poursuivre judiciairement un client qui n'aurait pas respecté les conditions de la présente annexe.
- 8.4 Le client pourra être exclu de la participation au programme de reconnaissance dans les cas suivants :
- 8.4.1 Plans sociaux, conflits sociaux récents, faillites, fraudes des dirigeants.
- 8.4.2 Non-respect de la neutralité de la communication pré-enquête, influence des réponses des collaborateurs.
- 8.4.3 Exclusion d'une partie des collaborateurs de l'enquête (hors cas autorisés).
- 8.4.4 Taux de retour minimum correspondant à la taille de l'échantillon non atteint, ne permettant pas d'assurer une marge d'erreur inférieure à +/- cinq pour cent (5%) et un intervalle de confiance de quatre-vingt-quinze pour cent (95%), au global et sur les segments majeurs. Great Place To Work® France se réserve le droit de redresser les résultats si nécessaire.
- 8.4.5 Conformément à la réglementation française, le nombre de stagiaires ne doit pas excéder quinze pour cent (15%) de l'effectif total du client
- 8.4.6 Mention de cas de discriminations ou de harcèlement moral, sexuel ou sur la base de tout autre aspect de l'identité des collaborateurs (par exemple et liste non exhaustive : origine ethnique ou culturelle, orientation sexuelle, religion, âge, etc.), via l'appréciation globale des verbatims ou les enquêtes de vérification menées par le comité d'intégrité.
- 8.5 Ces situations particulières seront étudiées par le Comité d'Intégrité et pourront aboutir à l'exclusion du client du programme de reconnaissance quel que soit le stade d'avancement du projet, et au retrait du label le cas échéant.



Pour Great Place To Work® France :

Prénom : Jullien

Nom : Brezun

Titre : Directeur Général

Date :

Pour le client :

Prénom :

Nom :

Titre :

Date :

Signature autorisée

Signature autorisée

--	--