03 Mai 2012 - Communiqué de presse

Avis de consommateurs sur Internet: La future norme AFNOR définit les premières exigences de fiabilité

AFNOR a réuni le 23 avril, et pour la 4ème fois depuis le lancement du projet, les entreprises et organismes impliquées dans la définition de la norme qui, dès la fin 2012, permettra de fiabiliser le processus de traitement des avis des consommateurs sur Internet. Les premières exigences se dessinent déjà.

La norme proposera des solutions pour collecter, modérer/traiter, restituer et publier des avis des consommateurs souhaitant exprimer leur opinion à l'égard de produits, services, points de vente, lieux d'exercice d'une activité et sites Internet. Ces avis devront être faits d'informations relatives à des expériences personnelles de consommation et être destinés à une restitution au public.

La norme pourra être appliquée ? de manière volontaire - par les sites de vente en ligne (produits et services), les sites dédiés aux avis de consommateurs, que ces derniers les collectent pour le compte d'une enseigne donneur d'ordre, ou pour leur propre compte dans le cadre de leurs activités.

L'identification de l'auteur de l'avis

Les membres de la commission de normalisation étudient, pas à pas, des solutions pour que chaque avis déposé, pour un produit ou service, émane d'un consommateur avéré du produit ou service en question. Ainsi, dans le cadre d'un processus de collecte fiable, les avis devront être reliés à des auteurs pouvant être contactés (notamment dans le cadre de vérifications). Ces réflexions sont menées en portant une grande attention aux droits individuels des personnes.

Deux types d'avis de consommateurs sur Internet feront l'objet de recommandations :
1. **Les avis sollicités par le vendeur suite à un achat** : le consommateur est alors identifié et authentifié au travers de son acte d'achat. Cette catégorie d'avis comprend également ceux qui sont rémunérés par le vendeur.
2. **Les avis déposés spontanément par l'internaute** : un mode de recueil d'identité, lors de l'inscription sur le site, sera proposé pour que l'internaute fournisse une preuve d'expérience à l'égard du produit ou service, avant de déposer un avis. Il sera également recommandé qu'une expérience d'achat/consommation ne permette de déposer qu'un seul avis sur un même site.

Parer aux biais de collecte

La norme AFNOR recommandera que le dispositif de collecte soit ouvert à tous les consommateurs et que l'éventuelle rémunération n'induise pas de biais.

Dans cette même logique, la structure du formulaire et de la notation ne pourront pas induire de biais et la liste des critères d'évaluation du service ou du produit devront être en rapport étroit avec l'utilisation qui en a été faite par le consommateur. Les critères proposés pour émettre un avis devront coller aux critères fondamentaux du service et du produit évalué, dont le nom complet devra être affiché.

Autre exemple de recommandation : il sera proposé que les auteurs d'avis qui possèdent des intérêts en lien avec l'objet évalué ne puissent pas laisser d'avis (conflit d'intérêt).

Un point majeur : l'information du consommateur

Les acteurs qui contribuent à l'élaboration de cette norme souhaitent que les modalités de collecte, modération et publication des avis soient portées à la connaissance du consommateur dans les conditions générales d'utilisation du site et/ou au cours des différentes séquences de dépôt ou de consultation des avis.

Transparence et rigueur des modalités de modération

La modération a pour vocation de valider que le contenu collecté est en adéquation avec l'objet évalué. La norme proposera que tous les contenus relatifs à l'identité du consommateur et à l'expression de son opinion et destinés à être publiés fassent l'objet d'une modération (humaine et/ou automatisée).

La norme AFNOR proposera des solutions pour informer l'internaute des motifs de rejet éventuels de son avis ainsi que les modalités de conservation, aux fins de vérifications éventuelles, dans le respect de la réglementation applicable aux données personnelles.

L'affichage des avis de consommateurs

Les experts mobilisés se sont accordés pour proposer que les avis de consommateurs soient publiés individuellement, même si des agrégations sont possibles pour indiquer des tendances ou résultats d'ensemble. Cela permettra de faire la différence avec des résultats d'études, par exemple, dont la finalité est de produire des résultats agrégés seulement.

La transposition à l'international et la certification

A ce jour, il n'existe pas d'autre document normatif au niveau européen et international. AFNOR pourrait, en temps utiles, porter ce projet auprès des instances concernées (CEN, ISO) dont AFNOR est un membre influent.

Le caractère certifiable de la norme est toujours souhaité par l'ensemble des participants de la commission. L'organisme ou l'entreprise qui annoncera suivre les recommandations de la norme pourrait faire appel à un organisme tierce partie susceptible de certifier cette déclaration. L'organisme ou l'entreprise pourrait ainsi afficher sa conformité aux critères et exigences de la norme auprès des consommateurs.

Le calendrier

La commission de normalisation a été créée en janvier 2012 et s'est déjà réunie 4 fois. Suivant un calendrier ambitieux mais motivé par l'actualité, elle se réunira à nouveau le 25 mai et le 28 juin, avec des groupes de travail ad hoc entre temps.

Une enquête publique sera réalisée en juillet pour que chaque internaute puisse faire part de ses commentaires sur le projet de norme, alors librement consultable sur le site
www.enquetes-publiques.afnor.org Les commentaires seront dépouillés en septembre. La norme sera publiée en décembre 2012.

46 entreprises (présentes en France et à l'international) et organisations sont aujourd'hui engagées dans cette commission de normalisation : AFOC (Association Force Ouvrière Consommateurs), AMARC (Association pour le MAnagement de la Réclamation Client, dont le représentant Raphaël Colas, du Groupe La Poste, est président de la commission), Atoupro, Avisdemamans.com, Aviscertifiés, Bazaarvoice, Bird & Bird, CIRVAD (Cercle Initiative et Réussite de la Vente A Distance), CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés), Comptoir des Voyages, Consolabel, CSF (Confédération Syndicale des Familles), DGCCRF (Direction Générale de la Concurrence de la Consommation et de la Répression des Fraudes), Devtribu, eKomi, Expédia, FEVAD (Fédération e-commerce et vente à distance), FIA-NET, FMC Newtech, GDF Suez, Groupe La Poste, HolidayCheck.fr, HTR-Services, INC (Institut National de la Consommation), Interel, Jade-I, laFourchette.com, Lingway, MKG Group, Netino, Nomade Aventure, Pages jaunes, Pro contact, Reallevel , Sampleo, ShopWiz.me, SYNHORCAT (Syndicat National des Hôteliers Restaurateurs Cafetiers Traiteurs), Testntrust (entreprise qui a initié le projet en sollicitant AFNOR puis en finançant l'étude de faisabilité), trnd, Tripadvisor, Trustpilot, UMIH (Union Métiers Industries Hôtellerie), Vinivi, Voyages SNCF, UNAF (Union Nationale des Associations Familiales), Yelp.

La participation aux travaux, coordonnée par AFNOR, est toujours ouverte.

Pour rejoindre la commission :
http://www2.afnor.org/espace_normalisation/structure.aspx?commid=84949&lang=french

Qu'est-ce qu'une norme ?

Etablie par un organisme reconnu, une norme est un document de référence qui fournit des caractéristiques et des règles pour les activités ou leurs résultats. Consensus entre l'ensemble des parties prenantes d'un secteur, elle est d'application volontaire dans 98% des cas. Les normes permettent d'harmoniser les pratiques et de définir un niveau de qualité et de sécurité, notamment des produits ou services.

A propos d'AFNOR

L'association AFNOR et ses filiales constituent un groupe international au service de l'intérêt général et du développement économique. Il conçoit et déploie des solutions fondées sur les normes, sources de progrès et de confiance.Les missions d'intérêt général sont assurées par l'association dans le cadre d'un décret qui lui confère l'animation et la coordination du système français de normalisation, la représentation des intérêts français dans les instances européennes et internationales de normalisation, l'élaboration et la diffusion des normes. Ses filiales - formation, évaluation et certification, réseau international - quant à elles, exercent des activités de marché dans un environnement concurrentiel et en respectent strictement les règles. La direction générale du Groupe est assurée par Olivier Peyrat.