NORME INTERNATIONALE

ISO 20488

Première édition
2018-06

Avis en ligne de consommateurs — Principes et exigences portant sur les processus de collecte, modération et publication des avis

Online consumer reviews — Principles and requirements for their collection, moderation and publication

Numéro de référence
ISO 20488:2018(F)

© ISO 2018



DOCUMENT PROTÉGÉ PAR COPYRIGHT

© ISO 2018

Tous droits réservés. Sauf prescription différente ou nécessité dans le contexte de sa mise en oeuvre, aucune partie de cette publication ne peut être reproduite ni utilisée sous quelque forme que ce soit et par aucun procédé, électronique ou mécanique, y compris la photocopie, ou la diffusion sur l'internet ou sur un intranet, sans autorisation écrite préalable. Une autorisation peut être demandée à l'ISO à l'adresse ci-après ou au comité membre de l'ISO dans le pays du demandeur.

ISO copyright office
Case postale 401 • Ch. de Blandonnet 8
CH-1214 Vernier, Geneva
Tél.: +41 22 749 01 11
Fax: +41 22 749 09 47
E-mail: copyright@iso.org
Web: www.iso.org

Publié en Suisse

Sommaire

Page

Avant-propos ..... **v**
Introduction ..... **vi**
1 Domaine d'application **1**
2 Références normatives **1**
3 Termes et definitions **1**
4 Principes directeurs et engagement organisationnel **3**
4.1 Principes directeurs 3
4.2 Engagement organisationnel 4
4.2.1 Culture 4
4.2.2 Code de bonne pratique 4
4.2.3 Conditions d'utilisation 4
4.3 Amélioration continue 5
4.4 Canaux de communication 5
4.4.1 Généralités 5
4.4.2 Canal de contact dédié aux fournisseurs 5
4.4.3 Fourniture de retours d'expérience aux fournisseurs 5
4.5 Capacité des ressources 6
5 Le processus de collecte **6**
5.1 Généralités 6
5.2 Responsabilités des participants 7
5.2.1 L'auteur d'avis 7
5.2.2 Le gestionnaire d'avis 7
5.3 Caractéristiques des avis de consommateurs 7
5.4 Avis de consommateur sollicités 8
5.4.1 Généralités 8
5.4.2 Invitation 8
5.4.3 Date d'invitation 8
5.4.4 Consommateurs multiples 8
5.4.5 Utilisation de la base de données sur les consommateurs 9
5.4.6 Arrêt des invitations 9
5.5 Avis de consommateur non sollicités 9
5.5.1 Contrôle de l'identité des auteurs d'avis 9
5.5.2 Vérification de l'expérience du consommateur 10
5.6 Minimisation des avis biaisés et frauduleux 10
5.6.1 Achat d'avis 10
5.6.2 Avis collectés avec contrepartie 10
5.6.3 Fiabilité du processus de collecte 10
5.7 Questionnaire/formulaire de recueil des avis 11
5.7.1 Généralités 11
5.7.2 Structure du questionnaire/formulaire de recueil 11
5.7.3 Note globale du produit ou du service 11
6 Le processus de modération **11**
6.1 Généralités 11
6.2 Conditions 12
6.3 Personnel en charge de la modération des avis 12
6.3.1 Rôle du personnel 12
6.3.2 Compétences et ressources du personnel 12
6.4 Caractéristiques de la modération 13
6.5 Analyse du contenu des avis 13
6.5.1 Réalisation de l'analyse 13
6.5.2 Résultats de l'analyse 13
6.5.3 Modération automatique 13

© ISO 2018 – Tous droits réservés

6.5.4 Modération manuelle 14
6.5.5 Délai de modération de l'avis de consommateur 14
6.6 Rejet de l'avis de consommateur 14
6.7 Dé-publication des avis 14
6.7.1 Par l'auteur de l'avis 14
6.7.2 Par le gestionnaire d'avis 14
6.7.3 Information de l'auteur de l'avis 15
6.8 Modification du contenu des avis 15
6.9 Évaluation du processus de modération 15
6.9.1 Amélioration continue du processus de modération 15
6.9.2 Échantillonnage 15
6.9.3 Avis-tests 15
6.9.4 Enquête auprès des auteurs d'avis 16
6.9.5 Retrait des avis non conformes 16

7 Le processus de publication 16
7.1 Généralités 16
7.1.1 Considérations à destination du gestionnaire d'avis 16
7.1.2 Exactitude de l'avis 17
7.1.3 L'affichage par défaut 17
7.1.4 La date de dépôt de l'avis et d'expérience du consommateur 17
7.1.5 Les renseignements sur les profils 17
7.2 Notes d'ensemble 17
7.3 Délai de prise en compte 18
7.4 Assurer la transparence du processus de publication des avis 18
7.5 Conditions et procédures 18
7.6 Date de publication 18
7.7 Signalement d'un avis contenant des éléments illicites ou inappropriés 19
7.7.1 Accès au signalement 19
7.7.2 Modération manuelle d'un avis ayant fait l'objet d'un signalement 19
7.8 Droit de réponse des fournisseurs ayant fait l'objet d'un avis 19
7.8.1 Généralités 19
7.8.2 Modération de la réponse apportée par le fournisseur 19
7.8.3 Publication des réponses du fournisseur 19
7.9 Critères de retrait des avis après publication 20
7.9.1 Généralités 20
7.9.2 Demande de la part d'un auteur d'avis 20
7.9.3 Délais de retrait 20
7.9.4 Conservation d'enregistrements 20
7.10 Perte du droit à déposer des avis 20
7.11 Avis frauduleux 21
7.12 Publication d'avis provenant d'un autre site d'avis 21

Bibliographie 22

 © ISO 2018 – Tous droits réservés

Avant-propos

L'ISO (Organisation internationale de normalisation) est une fédération mondiale d'organismes nationaux de normalisation (comités membres de l'ISO). L'élaboration des Normes internationales est en général confiée aux comités techniques de l'ISO. Chaque comité membre intéressé par une étude a le droit de faire partie du comité technique créé à cet effet. Les organisations internationales, gouvernementales et non gouvernementales, en liaison avec l'ISO participent également aux travaux. L'ISO collabore étroitement avec la Commission électrotechnique internationale (IEC) en ce qui concerne la normalisation électrotechnique.

Les procédures utilisées pour élaborer le présent document et celles destinées à sa mise à jour sont décrites dans les Directives ISO/IEC, Partie 1. Il convient, en particulier de prendre note des différents critères d'approbation requis pour les différents types de documents ISO. Le présent document a été rédigé conformément aux règles de rédaction données dans les Directives ISO/IEC, Partie 2 (voir www.iso.org/directives).

L'attention est attirée sur le fait que certains des éléments du présent document peuvent faire l'objet de droits de propriété intellectuelle ou de droits analogues. L'ISO ne saurait être tenue pour responsable de ne pas avoir identifié de tels droits de propriété et averti de leur existence. Les détails concernant les références aux droits de propriété intellectuelle ou autres droits analogues identifiés lors de l'élaboration du document sont indiqués dans l'Introduction et/ou dans la liste des déclarations de brevets reçues par l'ISO (voir www.iso.org/brevets).

Les appellations commerciales éventuellement mentionnées dans le présent document sont données pour information, par souci de commodité, à l'intention des utilisateurs et ne sauraient constituer un engagement.

Pour une explication de la nature volontaire des normes, la signification des termes et expressions spécifiques de l'ISO liés à l'évaluation de la conformité, ou pour toute information au sujet de l'adhésion de l'ISO aux principes de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) concernant les obstacles techniques au commerce (OTC), voir le lien suivant: www.iso.org/avant-propos.

Le présent document a été élaboré par le Comité technique ISO/TC 290, *Réputation en ligne*.

© ISO 2018 – Tous droits réservés

Introduction

Les sites d'avis en ligne permettent aux consommateurs de donner un retour d'expérience sur leur utilisation de produits et services, à l'attention d'autres consommateurs susceptibles de les acheter ou de les utiliser, lesquels retours sont également utiles aux fournisseurs qui fournissent lesdits produits et services.

De nos jours, un grand nombre de transactions commerciales et d'interactions se déroulent sur internet, et chaque année des millions de consommateurs lisent et rédigent des avis en ligne. L'essor rapide des sites d'avis de consommateurs, couvrant une large gamme de produits (par exemple vêtements, appareils électriques, jouets, voitures) et de services (par exemple restaurants, hôtels, maçons, plombiers, électriciens, avocats), permet d'accroître le pouvoir des consommateurs et de favoriser les progrès dans les différents secteurs, en créant un échange d'informations plus dynamique. Non seulement les fournisseurs sollicitent des avis de consommateurs, mais les consommateurs leur répondent et communiquent entre eux.

Les sites d'avis peuvent être utiles aux consommateurs puisqu'ils facilitent la recherche de produits et de services et l'identification de ceux qui sont les mieux adaptés à leurs besoins en termes de fonction, de prix, de qualité et de rapport qualité-prix. Ils permettent aux consommateurs de partager des informations sur leurs expériences et de consulter des retours d'expérience et des avis rédigés par des milliers d'autres utilisateurs. Les avis en ligne peuvent également constituer une précieuse ressource pour les fournisseurs, car ils leur permettent de répondre aux besoins et aux attentes de leurs clients. Les consommateurs ayant une expérience personnelle d'usage de leurs produits ou services peuvent les aider à identifier les éléments à améliorer pour offrir des produits de meilleure qualité et perfectionner leurs systèmes, leurs procédures et leur service à la clientèle. Les fournisseurs avisés savent qu'encourager de façon proactive les avis d'utilisateurs et répondre promptement et positivement aux retours d'expérience peut les aider à fidéliser leur clientèle et à attirer de nouveaux clients.

Étant donné que les avis en ligne ont une influence croissante sur les décisions d'achat des clients, il est essentiel, tant pour les consommateurs que pour les fournisseurs, de gérer les sites de manière efficace afin d'augmenter la confiance des internautes dans la qualité, l'intégrité, l'exactitude et la transparence des avis. Des problèmes associés aux avis en ligne ont été signalés aussi bien par les consommateurs que par les fournisseurs. Ces problèmes peuvent être intentionnels ou non, et peuvent conduire à une perte de confiance dans le processus d'avis en ligne. Les problèmes signalés comprennent notamment:

— les faux avis positifs rédigés par le fournisseur lui-même dans l'intention d'induire les consommateurs en erreur;

— les faux avis négatifs rédigés par les concurrents d'un fournisseur visant à éloigner les consommateurs de l'organisation;

— l'activité des entreprises spécialisées dans la «gestion de la réputation en ligne» qui proposent des services aux sociétés de e-commerce pour améliorer leurs avis en ligne;

— les consommateurs utilisant leur nouveau statut de critique public et obtenant ainsi de meilleures conditions ou autres avantages à un fournisseur sur lequel ils donnent leur avis;

— le manque de confiance dans la véracité des avis de consommateurs, et les doutes sur le fait que les organisations sélectionnent les meilleurs avis et retirent les avis négatifs;

— les fournisseurs qui demandent aux consommateurs de rédiger des avis positifs ou qui les pénalisent lorsqu'ils rédigent des avis négatifs, parfois en interdisant aux consommateurs de rédiger un avis négatif.

Ces problèmes constituent le fondement des principes dans le présent document conçus pour les résoudre.

Le présent document définit les exigences que les organismes en charge de la gestion des sites d'avis de consommateurs doivent respecter, détaillant les bonnes pratiques à adopter tout au long du processus de collecte, de modération et de publication. Il donne des recommandations afin d'augmenter la confiance

 © ISO 2018 – Tous droits réservés

des consommateurs dans les avis en ligne de consommateurs, augmenter la protection des fournisseurs contre l'exploitation et les méfaits, ainsi qu'améliorer les décisions d'achat des consommateurs et la qualité des produits et des services proposés par les organisations.

On peut considérer que les organisations qui choisissent de respecter le présent document prouvent qu'elles attachent de l'importance à leurs clients et qu'elles s'engagent à publier des avis fiables.

© ISO 2018 – Tous droits réservés

Avis en ligne de consommateurs — Principes et exigences portant sur les processus de collecte, modération et publication des avis

1 Domaine d'application

Le présent document définit les exigences et les recommandations relatives aux principes et aux méthodes à appliquer par les gestionnaires d'avis lors de la collecte, de la modération et de la publication des avis en ligne de consommateurs.

Le présent document est applicable à toute organisation qui publie des avis de consommateurs en ligne, notamment les fournisseurs de produits et services qui collectent les avis auprès de leurs propres clients, un tiers travaillant au nom du fournisseur, ou un tiers indépendant. Il est admis que les différents processus relatifs à la collecte, à la modération et à la publication peuvent à divers moments être réalisés par différentes organisations. Le présent document est applicable aux avis publiés en ligne, collectés à l'aide de n'importe quelle méthodologie.

2 Références normatives

Le présent document ne contient aucune référence normative.

3 Termes et definitions

Pour les besoins du présent document, les termes et définitions suivants s'appliquent.

L'ISO et l'IEC tiennent à jour des bases de données terminologiques destinées à être utilisées en normalisation, consultables aux adresses suivantes:

— ISO Online browsing platform: disponible à l'adresse https://www.iso.org/obp

— IEC Electropedia: disponible à l'adresse http://www.electropedia.org/

3.1
avis de consommateur
informations enregistrées rendues accessibles au public par un consommateur [considéré comme un *auteur d'avis* (3.8)] sur un produit ou un service spécifié proposé ou vendu par un *fournisseur* (3.6)

3.2
consommateur
membre du grand public qui achète ou utilise les produits ou services d'un fournisseur

3.3
date d'expérience du consommateur
date calendaire et heure à laquelle le consommateur a fait usage du produit ou du service

3.4
identification
procédé permettant d'obtenir les informations nécessaires pour confirmer que l'auteur de l'avis est une personne physique

3.5
géolocalisation
procédé permettant de recueillir de manière automatisée les coordonnées géographiques (latitude et longitude) d'un auteur d'avis afin d'identifier le lieu où il se trouve

© ISO 2018 – Tous droits réservés

3.6
fournisseur
organisation ou personne fournissant un produit ou un service sur lequel des consommateurs émettent un avis sur le site d'avis en ligne

3.7
collecte
moyen permettant de recueillir un avis relatif à une expérience d'un consommateur

3.8
auteur d'avis
consommateur (3.2) rédigeant un avis en vue de sa publication sur le site d'avis

3.9
conditions d'utilisation
ensemble de critères publiés sur le site d'avis qui précisent les règles que les auteurs d'avis et les fournisseurs sont tenus de respecter pour que les informations qu'ils rédigent puissent être publiées sur le site d'avis

3.10
avis spontané
évaluation d'un produit ou d'un service par un consommateur, fournie sans que le fournisseur ou le gestionnaire d'avis n'en ait fait la demande

3.11
avis sollicité
évaluation d'un produit ou d'un service par un consommateur demandée par le fournisseur ou le gestionnaire d'avis

3.12
note globale
note donnée par un auteur d'avis pour indiquer son évaluation globale relative à un produit ou à un service particulier

3.13
notation
valeur, classification ou classement d'un produit ou d'un service par un consommateur

Note 1 à l'article: La notation permet à un consommateur de donner son avis suivant une échelle d'appréciation (de 0 à 5, de 1 à 5, de 1 à 10, de 1 à 100, de A à D, etc.).

Note 2 à l'article: Cette échelle peut être représentée par des symboles (émoticones, étoiles, pastilles de couleur, logotypes, etc.). Cependant, il est recommandé que ces symboles ne risquent pas de créer une confusion avec une quelconque notation pouvant exister par ailleurs.

3.14
date de dépôt
moment auquel l'avis est soumis au gestionnaire d'avis par le consommateur

3.15
conflit d'intérêts
situation dans laquelle un auteur d'avis possède des intérêts en lien avec le fournisseur, le produit ou le service, qui pourraient compromettre l'indépendance de son avis

3.16
marquage spécifique
signe distinctif traduisant une caractéristique d'un avis de consommateur

© ISO 2018 – Tous droits réservés

3.17
modération
filtrage, analyse ou processus réalisés automatiquement ou par des moyens humains en vue d'accepter ou de rejeter un avis de consommateur

3.18
gestionnaire d'avis
organisation ou personne responsable de la gestion du contenu des avis de consommateur, qui peut être le fournisseur des produits et des services faisant l'objet de l'avis

Note 1 à l'article: Il peut s'agir d'un tiers travaillant au nom du fournisseur, ou d'un tiers indépendant.

Note 2 à l'article: Les différents processus relatifs à la collecte, à la modération et à la publication peuvent à divers moments être réalisés par différentes organisations.

3.19
note d'ensemble
note pour un produit ou un service particulier, calculée par le gestionnaire d'avis, qui combine l'ensemble des notes individuelles données par les auteurs d'avis sur ledit produit ou service

3.20
avis-tests
méthode d'authentification de la sûreté de fonctionnement des processus de traitement du gestionnaire d'avis

3.21
signalement
fonctionnalité qui permet aux consommateurs ou aux fournisseurs d'attirer l'attention du gestionnaire d'avis sur un contenu jugé suspect

3.22
processus
activités corrélées ou interactives qui transforment des éléments d'entrée en éléments de sortie

3.23
Signature unique
SSO
fonctionnalité qui permet à un utilisateur de n'utiliser qu'une seule identification (identifiant et mot de passe) pour accéder à plusieurs sites internet ou applications

4 Principes directeurs et engagement organisationnel

4.1 Principes directeurs

L'organisation, son gestionnaire d'avis et son personnel doivent, à toutes les étapes de la planification, de la conception et de la prestation, fournir un service tenant compte des principes directeurs suivants.

a) **Intégrité:** fait preuve d'intégrité en veillant à ce que le site d'avis reflète l'avis des auteurs d'avis légitimes qui ont acheté un produit ou utilisé un service et qui ont soumis des avis.

b) **Exactitude:** veille à ce que les processus de collecte, de modération et de publication des avis de consommateurs produisent des avis qui, dans la mesure de ce qui est raisonnablement possible, soient exacts; à savoir, adéquats, d'actualité et non trompeurs.

c) **Confidentialité:** veille à la protection des informations personnelles concernant les auteurs d'avis.

d) **Sécurité:** garantit que tous les systèmes sont dotés de mécanismes anti-fraude permettant de protéger les données personnelles contre des fraudes d'origine interne et externe.

© ISO 2018 – Tous droits réservés