

 Imprimer | Retour

## Tribune libre - "Norme Afnor sur les avis des consommateurs en ligne : les futures règles du jeu"

Par Céline Avignon et Céline Avignon et Mathilde Alzamora, 11/02/2013

**L'avant-projet de norme encadrant les processus de traitement, de collecte, de restitution et de publication des avis de consommateurs sur internet est soumis à enquête publique jusqu'au 15 février 2013. Précisions de Céline Avignon et Mathilde Alzamora, avocates au cabinet Alain Bensoussan.**

Créée par l'**Afnor** en janvier 2012, la commission de normalisation en vue d'établir une norme encadrant les processus de traitement, de collecte, de restitution et de publication **des avis de consommateurs sur internet** a publié son avant-projet de norme (PR NF Z74-501) afin de le soumettre à enquête publique jusqu'au 15 février 2013.

Ce projet, qui vise à augmenter la confiance des internautes envers ces avis, a été élaboré par consensus par près de cinquante organisations, notamment des sites gestionnaires d'avis, des associations de consommateurs, des syndicats de professionnels, mais aussi la **Cnil** et la **DGCCRF**.

**Le projet de norme** établit différents **principes** généraux relatifs aux avis en ligne et pose un certain nombre de **règles**.

En matière d'information du consommateur, le projet impose au gestionnaire d'avis d'établir et de faire figurer dans les conditions générales d'utilisation (CGU) du site les conditions de collecte, de modération et de restitution des avis de consommateurs.

**Le processus de collecte** a pour objectif général de recueillir l'avis de consommateurs de manière objective et vérifiable, sans qu'aucun biais ne puisse être introduit par aucune partie prenante.

Le consommateur doit pouvoir " exprimer son avis sur une expérience de consommation vécue par lui, en toute connaissance des modalités de dépôt et sans que le processus de collecte n'oriente en quoi que ce soit son opinion ".

Le consommateur doit être une **personne physique identifiable ou contactable**, ne pas être en situation de conflit d'intérêts et avoir

eu personnellement l'expérience de consommation du produit ou service sur lequel porte son avis.

Les avis peuvent être recueillis de diverses manières (avis spontanés ou sollicités) et à diverses fins, notamment l'évaluation de la satisfaction des clients, la comparaison des avis de consommateurs ou la promotion de produits ou services, mais tout avis doit comporter l'identification du consommateur, la description facultative de l'expérience de consommation et la possibilité d'ajouter des pièces jointes, la notation de l'expérience, l'horodatage du dépôt de l'avis et des éléments permettant l'authentification de l'expérience de consommation.

**Le projet de norme impose les processus suivants :**

- **l'identification du consommateur**, qui doit se limiter au traitement de données recueillies auprès du consommateur, à l'exception de toute autre investigation. Les principales méthodes d'identification utilisables sont l'adresse mail (vérification par l'envoi d'un mail ou d'un ping), le numéro de téléphone (vérification par SMS ou appel téléphonique) ou la méthode du SSO (Single Sign-On);

- **la fiabilisation de la collecte** qui peut notamment s'effectuer à l'aide d'outils techniques, de moyens humains (équipe de vérification et contrôle) ou d'autres mesures externes telles que la sollicitation auprès de l'auteur de l'avis d'un élément matériel quelconque relatif à son achat ou à son expérience de consommation (ticket de caisse, photo,...) ;

- **la modération obligatoire** a priori et facultative a posteriori, pour s'assurer de la conformité du contenu collecté avec le droit français et les conditions générales d'utilisation (CGU) du site.

Les motifs d'un éventuel rejet d'avis doivent être portés à la connaissance du public dans les conditions générales d'utilisation (CGU). Il peut notamment s'agir d'avis comportant des injures, sans rapport avec le sujet noté ou sans aucune signification, en cas de présence d'une situation de conflit d'intérêts, d'informations personnelles ou d'informations susceptibles "d'aboutir à un vol d'identité" ou comportant "un appel à une action en justice ". En cas de rejet, l'auteur devra nécessairement être informé des motifs.

**La restitution des avis devra répondre aux principes suivants :**

- **pas de sélection** des avis par le gestionnaire du moment qu'ils sont conformes aux conditions générales d'utilisation (CGU) ;

- **affichage** des avis dans leur intégralité et par ordre chronologique par défaut ;- restitution des avis dans un délai rapide (inférieur à 1 mois, modération incluse) ;

- **contrôle** de l'utilisateur sur la diffusion des informations personnelles qui accompagnent ses avis ;

- possibilité offerte **de signaler** de façon motivée un avis au **contenu illicite ou inapproprié ou contrevenant** aux conditions générales d'utilisation (CGU);

- **droit de réponse** public du représentant du produit ou service évalué pour chaque avis (publiée dans un délai de 7 jours maximum et accolée à l'avis en question) ;

- **conservation d'un historique** sur les avis supprimés du site et la raison de leur suppression pendant au moins une année à compter de cette suppression.

Même si, ce projet de norme n'est qu'au stade de l'enquête publique, les éditeurs de sites gestionnaires d'avis peuvent d'ores et déjà analyser leurs pratiques au regard des premiers principes déterminés par ce projet.

Nul doute que ces derniers contribueront à augmenter le crédit et la fiabilité des avis de consommateurs sur internet et assureront le maintien de l'intérêt et de la confiance des internautes dans cette pratique.

Mots clés : Afnor | Norme française | Avis des internautes