

Norme française

NF Z 74-501

Indice de classement : Z 74-501

ICS :

T1

T2 Avis en ligne des consommateurs

T3

E : Online consumer opinions

D :

Norme française homologuée par décision du Directeur Général d'AFNOR le pour prendre effet le .

-

-

Correspondance

[Le présent document reproduit (statut, indice:année) avec des modifications détaillées dans l'avant-propos national]

[Le présent document n'est pas équivalent (statut, indice:année) traitant du même sujet.]

[A la date de publication du présent document, il existe un projet de (filrière) traitant du même sujet.]

[A la date de publication du présent document, il n'existe pas de travaux de normalisation internationaux ou européens traitant du même sujet.]

-

Analyse

Descripteurs

Thésaurus International Technique :

Modifications

Corrections

M:\dp\PPN\Equipe\ANP\ANNEE 2012\Novembre\Mise en Forme Bureautique\NF_Z_74-501_(F)\NF_Z_74-501_(F).doc

Sommaire

Page

1	Domaine d'application.....	3
2	Termes et définitions.....	3
3	Information du consommateur.....	6
4	Principes et exigences relatifs au processus de collecte.....	7
4.1	Principes généraux relatifs à la fiabilité de la collecte.....	7
4.2	Critères et exigences relatifs aux acteurs de la collecte d'avis de consommateurs.....	8
4.2.1	Critères et exigences relatifs au consommateur.....	8
4.2.2	Critères et exigences relatifs au gestionnaire d'avis.....	8
4.2.3	Critères et exigences relatifs aux attributs de l'avis de consommateurs.....	8
4.3	Critères et exigences relatifs à la collecte d'avis de consommateurs.....	9
4.3.1	Avis spontanés.....	9
4.3.2	Avis sollicités d'après une base de données clients.....	10
4.3.3	Avis sollicités suite à un acte d'achat ou d'utilisation du service.....	10
5.2.4	Interdiction de l'achat d'avis.....	11
5.2.5	Avis collectés avec contrepartie.....	11
4.4	Critères et exigences relatifs aux processus de collecte.....	11
4.4.1	Processus d'identification du consommateur.....	11
4.4.2	Processus de vérification de l'expérience de consommation.....	12
4.4.3	Processus et outils de vérification lors de la collecte.....	13
4.5	Structuration du contenu des avis lors de la collecte.....	13
4.5.1	Principes généraux.....	13
4.5.2	Pertinence du formulaire de collecte des avis.....	14
5	Critères et exigences relatifs au processus de modération.....	14
5.1	Principes généraux de la modération.....	14
5.1.1	Principes.....	14
5.1.2	Rôle et moyens des modérateurs.....	14
5.2	Caractéristiques de la modération.....	15
5.2.1	Modération a priori.....	15
5.2.2	Modération a posteriori.....	16
5.3	Motifs de rejet d'un avis de consommateur.....	16
5.4	Edition et modification.....	17
6	Critères et exigences relatifs au processus de restitution.....	17
6.1	Principes généraux sur la restitution des avis.....	17

6.2	Exigences de restitution des avis.....	18
6.2.1	Restituer l'ensemble du contenu collecté.....	18
6.2.2	Principes de calculs et d'agrégation des notes globales.....	18
6.2.3	Assurer la transparence du processus de restitution des avis.....	18
6.2.4	S'engager et afficher un délai maximum de publication des avis.....	18
6.2.5	Afficher des informations sur l'auteur de l'avis.....	19
6.2.6	Signalement d'un avis au contenu illicite ou inapproprié.....	19
6.2.7	Offrir un droit de réponse au représentant du produit ou service évalué.....	19
6.3	Critères de suppression des avis après publication.....	20
6.4	Diffusion des avis sur d'autres supports.....	20

1 Domaine d'application

-

Ce document sur les avis en ligne définit l'ensemble des exigences qui s'appliquent aux systèmes et dispositifs mis en place par le gestionnaire d'avis permettant de traiter de manière fiable les avis de consommateurs. Le traitement des avis comprend les étapes de leur collecte, leur modération et leur restitution. La collecte des avis peut se faire au travers d'une application accessible sur tous les médias de l'économie numérique (Internet, mobiles et télévision interactive).

Les avis sont rendus par des consommateurs sur des produits, services, points de vente, lieu d'exercice d'une activité, site Internet et ouvre pour décrire les expériences d'usage qu'ils en ont faites. L'ensemble des règles appliquées au traitement des avis par une application sont mises à disposition des consommateurs qui souhaitent l'utiliser pour publier un avis.

Les avis de consommateurs sont destinés à être publiés individuellement même s'ils peuvent être agrégés pour indiquer des tendances ou résultats d'ensemble. Dans les deux cas, la finalité est d'aider les consommateurs potentiels dans leur choix à partir d'avis d'autres consommateurs.

2 Termes et définitions

-

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

2.1

-

avis de consommateur

expression de l'opinion d'un consommateur sur une thématique relative à l'objet jugé, grâce à différents éléments d'appréciation qualitatifs ou quantitatifs

L'objet jugé peut être un produit, un service, un point de vente, un lieu d'exercice ou d'activité, un site Internet ou une ouvre, dont le consommateur a fait l'expérience, qu'il en ait été l'acheteur (si l'objet est payant) ou non. Un avis de consommateur est constitué d'informations relatives à des expériences personnelles de consommation. Cet avis est destiné à être restitué individuellement au public.

Les avis de consommateurs ne sauraient avoir les qualités d'un échantillon représentatif.

2.2

-

avis de consommateur anonyme

avis de consommateur auquel n'est associée, au moment de sa collecte, aucune information sur l'identité de l'auteur de l'avis

2.3

-

avis de consommateur sollicité

avis de consommateur collecté suite à une invitation personnelle faite au consommateur

2.4

-

avis de consommateur spontané

avis de consommateur déposé à la seule initiative de ce dernier, sans qu'il ait reçu une invitation pour le faire

2.5

-

avis de consommateur rémunéré

avis de consommateur comportant pour celui qui l'a émis une contrepartie directe ou indirecte telle que notamment : avantage financier direct, points échangeables contre des avantages, bons d'achat, réductions valables sur des sites tiers ou prix dans le cadre d'un jeu

2.6

-

avis mystères

ensemble d'avis rédigés par un organisme spécialisé en vue d'éprouver la fiabilité des processus de traitement du gestionnaire d'avis

2.7

-

collecte

la collecte des avis de consommateurs désigne tous les moyens de recueillir l'opinion des consommateurs

2.8

-

conflit d'intérêts

situation dans laquelle l'auteur de l'avis est une personne qui possède des intérêts en lien avec l'objet évalué qui pourraient influencer sur l'indépendance de son avis

Situation dans laquelle la société ou ses employés recourent directement ou indirectement à des méthodes de traitement des avis de consommateurs en fonction de leurs intérêts commerciaux ou privés, concourant à biaiser la restitution des avis.

2.9

-

consommateur

particulier achetant ou utilisant des biens, des produits ou services à des fins privées

2.10

-

date d'achat

date de la transaction effective d'un bien ou d'un service

2.11

-

date d'expérience

date à laquelle le consommateur a fait l'usage complet du bien ou du service, qu'elle soit simplement déclarative ou qu'il soit possible de la déterminer de façon objective

2.12

-

date de dépôt

date à laquelle l'avis est soumis au gestionnaire d'avis par le consommateur

2.13

-

droit de réponse

possibilité offerte à une personne, physique ou morale, de répondre à un avis de consommateur la concernant et pour laquelle elle est habilitée à répondre

2.14

-

droit de retrait, suppression

possibilité offerte à l'auteur d'un avis de consommateur de demander la suppression de son avis

2.15

-

fiabilité

la fiabilité du système ou du dispositif d'avis :

- découle du respect d'un process de traitement (collecte, modération et restitution) défini par la norme ; vise à ce que l'internaute puisse avoir confiance dans la transparence et l'intégrité du fonctionnement du système ou du dispositif du gestionnaire d'avis.

2.16

-

formulaire

espace dédié au recueil d'informations saisies par un consommateur en ligne. Il est généralement composé de boîtes de texte, de menus déroulants et de cases à cocher. Ces rubriques peuvent être structurées (contenant un contenu obligatoire, choix multiples ou facultatif) ou libres ; elles ne sont pas limitées en nombre

2.17

-

gestionnaire d'avis

société qui assure le traitement des avis de consommateurs selon les configurations suivantes :

- l'entité qui fabrique, distribue ou fournit les produits et les services ou un tiers recueillant des avis pour le compte de l'entité qui fabrique, distribue ou fournit les produits et les services ;
- un tiers totalement indépendant impliqué dans la collecte, l'agrégation et la publication d'avis.

2.18

-

identification

ensemble des moyens permettant de recueillir des données à caractère personnel relatives à une personne physique identifiée ou qui peut être identifiée directement ou indirectement. Processus par lequel l'auteur de l'avis pourra être contactable à des fins de vérification

2.19

-

modérateur

personne physique en charge des opérations de modération des avis de consommateurs

2.20

-

modération

la modération désigne les opérations de filtrage automatisé, analyse, lecture humaine en vue d'une acceptation, donnant lieu à une publication, ou d'un rejet d'un avis de consommateur. La modération peut aussi intervenir pour la suppression d'un avis de consommateur déjà publié

La modération peut être tout ou partie automatisée ou humaine.

Elle peut se faire a priori (modération a priori) : l'avis de consommateur est modéré avant d'être publié.

Elle peut se faire a posteriori (modération a posteriori) : l'avis de consommateur est publié et modéré après publication.

2.21

-

notation

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.). Cette échelle peut être représentée par des symboles (smileys, étoiles, pastilles de couleur, logotypes, etc.), ne devant cependant pas risquer de créer une confusion avec la notation officielle pouvant exister par ailleurs dans le secteur évalué

2.22

-

péremption d'un avis

état d'un avis de consommateur qui conduit à ce que cet avis ne reflète plus les caractéristiques actuelles du produit ou service évalué

2.23

-

prestataire de gestion d'avis

personne physique ou morale tierce qui assure, de manière rémunérée ou pas, la collecte, la modération et la restitution des avis de consommateurs pour le compte d'une autre société. Au sens de la présente norme, le Prestataire de gestion d'avis est un gestionnaire d'avis

2.24

-

pseudonyme

identifiant public de l'auteur de l'avis de consommateur

2.25

-

questionnaire

séquence logique et organisée de questions soumises aux consommateurs interrogés

2.26

-

rejet d'un avis

action du gestionnaire d'avis qui refuse la publication d'un avis de consommateur

2.27

-

représentativité

référence au domaine des études dans lequel un échantillon est dit représentatif lorsqu'il possède les mêmes caractéristiques que la population de référence que l'on souhaite étudier. Les avis de consommateurs ne sont pas astreints à répondre aux exigences d'un échantillon représentatif

2.28

-

restitution

ensemble des modalités d'exploitation (affichage, classement, tri, agrégation, etc.) des avis de consommateurs après leur collecte et leur modération

2.29

-

signalement

option offerte par le gestionnaire d'avis qui permet aux consommateurs ou aux personnes physiques ou morales concernées par l'avis de signaler ou d'attirer l'attention du gestionnaire d'avis et de son modérateur sur un contenu non conforme à la réglementation ou aux Conditions Générales d'Utilisation du site

2.30

-

site

application en ligne où l'internaute a la possibilité de donner et publier son avis à partir d'un formulaire en ligne ; L'application en ligne de restitution de l'avis peut être distinct de l'application de collecte.

2.31

-

traitement

ensemble du processus de publication d'un avis : collecte, modération et restitution au public

2.32

-

SSO

le SSO (de l'anglais Single Sign-on) permet à un utilisateur de ne procéder qu'à une seule authentification pour accéder à plusieurs sites Internet ou applications

2.33

-

transparence des règles de traitement

information du consommateur sur les règles de fonctionnement retenues par le gestionnaire d'avis pour chacune des étapes du traitement (collecte, modération et restitution). Ces règles doivent être les plus précises possibles et être facilement accessibles sur le site sur lequel l'avis est publié.

2.34

-

zone de texte (ou champ de saisie)

élément de base de l'interface graphique du formulaire de recueil d'avis permettant au consommateur de saisir du texte

3 Information du consommateur

-

Le gestionnaire d'avis doit établir des termes et conditions de collecte, modération et restitution des avis auxquelles les consommateurs doivent se conformer pour que leurs avis puissent être acceptés et publiés.

Le gestionnaire d'avis doit publier les conditions dans lesquelles il permet au consommateur de décrire son expérience de consommation (collecte), comment cette expérience collectée sera modérée, et comment elle sera publiée.

Le gestionnaire d'avis doit s'assurer que les termes et conditions de collecte, modération et publication des avis sont clairement mis en évidence à l'attention du consommateur avant qu'il ne dépose son avis et s'assurer de leur disponibilité afin que les consommateurs puissent les consulter à tout instant.

Ces termes et conditions doivent figurer dans les Conditions Générales d'Utilisation (CGU).

Le gestionnaire d'avis doit veiller à ce que le consommateur soit informé des conditions dans lesquelles il peut être recontacté à des fins de vérification de l'authenticité de l'avis.

Ces informations peuvent également figurer dans la Foire aux Questions (FAQ) ou la Charte du site et/ou à chaque étape du processus de dépôt de l'avis par le consommateur.

Au moment de l'inscription ou du dépôt de l'avis, le gestionnaire d'avis doit demander au consommateur d'approuver activement ces termes et conditions.

4 Principes et exigences relatifs au processus de collecte

4.1 Principes généraux relatifs à la fiabilité de la collecte

L'objectif général de la collecte est de recueillir l'avis de consommateurs de manière objective et vérifiable. Elle veille à ce qu'aucun biais ne puisse être introduit par aucune partie prenante. Elle permet d'assurer que le consommateur puisse 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'orienté en quoi que ce soit son opinion.

Les principes suivants guident les exigences relatives à la collecte des avis :

a) principe d'ouverture

Tous les consommateurs doivent pouvoir laisser leurs avis.

b) seule une personne physique peut déposer un avis

¾ pas de personne morale ;

¾ pas de robot.

c) avis relié à un auteur contactable

d) collecte en vue d'une publication/restitution individuelle de chaque avis

e) pas de biais dans la Collecte :

¾ pas de sélection des consommateurs en fonction de la perception de leur expérience (positive ou négative) ou de leurs caractéristiques (par exemple clients fréquents ou abonnés) ;

¾ si rémunération des avis, elle ne doit pas induire de biais ;

¾ les auteurs qui possèdent des intérêts en lien avec l'objet évalué ne peuvent pas laisser d'avis (conflit d'intérêt) ;

¾ la structure du formulaire et de la notation ne doit pas induire de biais (autant de positif que de négatif) ;

¾ pas de présentation inexacte ou tromperie sur l'objet noté (le nom complet du produit ou service doit figurer).

f) transparence et complétude de l'information du consommateur sur le processus de collecte et sur l'identité du fabricant du produit ou service évalué :

¾ publication des termes et conditions de collecte de façon accessible et très claire sur le(s) site(s) qui restituent l'avis et dans le formulaire de recueil d'avis ;

¾ transparence sur l'entité qui recueille des avis (gestionnaire d'avis) ;

¾ transparence sur l'origine de l'avis lorsqu'il est repris sur un autre site (indiquer le site source) ;

¾ transparence sur les produits et services qui peuvent être évalués et sur leurs fabricants.

- g) les consommateurs doivent s'engager lorsqu'ils rédigent un avis à bien avoir vécu l'expérience de consommation

4.2 Critères et exigences relatifs aux acteurs de la collecte d'avis de consommateurs

4.2.1 Critères et exigences relatifs au consommateur

Lors du dépôt de son avis, le consommateur doit confirmer :

- ¾ être une personne physique et communiquer des éléments permettant de l'identifier ou de le contacter personnellement tant que de besoin (ne peuvent être pris en compte les avis des personnes morales ou les avis produits par des systèmes informatiques) ;
- ¾ ne pas être en situation de conflits d'intérêts ;
- ¾ avoir eu personnellement l'expérience de consommation du produit ou service sur lequel porte son avis.

Le consommateur sera informé de chacun de ces points et s'engagera sur le respect de ces derniers sous peine de non acceptation de son avis.

4.2.2 Critères et exigences relatifs au gestionnaire d'avis

Des avis peuvent être recueillis sur tout type de produits et services dans le respect de la législation en vigueur, par exemple : biens de consommation (tels que cosmétiques, produits électroniques, logiciels, etc.), services professionnels, services à la personne (tels que ménage, soutien scolaire, etc.), services de loisirs (tels que restaurants, attractions, etc.), services de voyage (tels que hôtels, trains, vols, voyages organisés, etc.), services de particulier à particulier (co-voiturage, etc.) ou autres.

Un gestionnaire d'avis peut recueillir des avis à diverses fins, par exemple :

- ¾ évaluer la satisfaction des clients sur des produits et services ;
- ¾ comparer les avis des consommateurs sur différents produits et services concurrents afin d'aider les consommateurs dans leurs décisions d'achat ;
- ¾ promouvoir des produits et services.

Le gestionnaire d'avis doit s'assurer qu'il respecte les lois sur la protection des données personnelles en vigueur dans le cadre de la collecte, du stockage et de l'utilisation des informations sur les consommateurs.

4.2.3 Critères et exigences relatifs aux attributs de l'avis de consommateurs

Un avis de consommateurs est constitué des attributs suivants recueillis lors de la phase de collecte :

- ¾ l'identification du consommateur, auteur de l'avis ;
- ¾ la description facultative de l'expérience de consommation en texte libre dans le formulaire et la possibilité d'ajout de pièces jointes ;
- ¾ la notation de l'expérience ou la réponse à un questionnaire structuré ;
- ¾ l'horodatage du dépôt de l'avis de consommateur ;
- ¾ le recueil d'éléments permettant l'authentification de l'expérience de consommation dont obligatoirement la date ou période d'expérience de consommation.

4.3 Critères et exigences relatifs à la collecte d'avis de consommateurs

Les termes et conditions de collecte des avis doivent répondre aux critères et exigences suivants.

Le dispositif de collecte doit permettre à tout consommateur répondant aux exigences citées ci-dessus de déposer son avis.

Le gestionnaire d'avis doit pouvoir communiquer avec les consommateurs afin de solliciter leurs avis sur des produits et services spécifiques, à condition que :

- ¾ le consommateur accepte d'être recontacté à des fins de vérification de sa situation. L'information doit préciser les conditions dans lesquelles cette vérification sera effectuée. Ces informations peuvent être prévues sur le formulaire de dépôt de l'avis. Si l'information renvoie aux CGU, cette information doit être particulièrement visible du consommateur ;
- ¾ le gestionnaire d'avis ne soit pas sélectif dans le choix des consommateurs à solliciter pour obtenir un avis, sur la base de connaissances démontrant que le consommateur a vécu une expérience positive ou négative de ces produits et services. Notamment, aucun système de filtre ne peut être mis en place par le gestionnaire d'avis de manière à exclure une partie des consommateurs sur la base de la connaissance du caractère positif ou négatif de l'expérience vécue par ces derniers ;
- ¾ le gestionnaire d'avis respecte la législation sur la protection des données personnelles en vigueur.

Dans ce contexte, les avis peuvent être spontanés ou sollicités. Dans les deux cas, les avis peuvent être dits « rémunérés » ou pas.

4.3.1 Avis spontanés

Les principes suivants doivent être respectés dans le cas d'une collecte d'avis spontanés.

Quel que soit le gestionnaire d'avis collectant les avis, celui-ci doit demander aux consommateurs souhaitant déposer un avis sur son site de s'identifier (par exemple en tant que membre ou en créant un profil), d'accepter formellement les CGU, avant d'autoriser la publication de contenu. L'inscription est ouverte à tous les consommateurs des produits et services proposés.

Le processus d'identification doit comprendre notamment :

- 1) le recueil d'informations personnelles permettant de contacter l'auteur de l'avis à des fins de vérification de l'authenticité de l'avis ;
- 2) la vérification par le gestionnaire d'avis de la validité de l'adresse email avant publication d'un premier avis, en envoyant un email de validation avec un lien cliquable ou en renvoyant vers un numéro de portable, hors cas d'identification via SSO ;
- 3) le recueil d'attributs complémentaires liés à l'utilisateur et à sa localisation, par exemple son adresse IP (sous réserve de conformité avec la législation en vigueur sur la protection des données personnelles) ;
- 4) la limitation à un seul compte par adresse email.

Le gestionnaire d'avis doit recueillir ces informations soit par lui-même sur son propre site soit par le truchement d'inscription via des sites tiers en Single Sign-On)

Si dans le cadre de l'analyse de ces informations le gestionnaire d'avis découvre des éléments qui lui donnent des raisons matérielles de croire qu'une information est mensongère ou incorrecte, il pourra mentionner et surveiller le profil de l'internaute en tant que suspect et/ou prendre toute autre action en accord avec sa politique, mettre fin à l'inscription du consommateur concerné, et supprimer l'ensemble des avis liés à ce compte.

4.3.2 Avis sollicités d'après une base de données clients

Le gestionnaire d'avis collectant les avis peut prendre l'initiative d'inviter les personnes ayant eu l'expérience d'un produit ou service à déposer un avis en ligne : les avis recueillis sont alors dits « sollicités ». Dans ce cas, le gestionnaire d'avis ne doit pas effectuer de tri préalable dans les personnes qu'il sollicite.

- a) Le consommateur reçoit, après l'expérience de consommation (après la livraison par exemple, et non pas juste après l'achat), une invitation l'invitant à déposer un avis en ligne sur le produit ou service qu'il a consommé. Si plusieurs personnes (une famille par exemple) ont effectué ensemble une expérience de consommation liée à un seul achat, le gestionnaire d'avis se garde le droit de solliciter, soit l'acheteur du produit, soit l'ensemble des consommateurs liés à cet achat.
- b) Cette invitation est, au choix du gestionnaire d'avis ou du fournisseur de produits ou services (qui doit l'indiquer dans la Charte ou les CGU), limitée dans le temps ou non. Le gestionnaire d'avis peut se garder le droit de ne plus accepter le dépôt d'un avis si entre temps le produit évalué n'existe plus ou n'est plus proposé par le fournisseur.
- c) Le consommateur sollicité étant issu de la base de données, soit du gestionnaire d'avis, soit du fournisseur du produit ou service évalué ou de son distributeur ; le gestionnaire d'avis doit détenir nécessairement tous les éléments permettant d'identifier le consommateur et d'attester de son acte de consommation quelle que soit la source dont est issu l'avis du consommateur sollicité.
- d) La sollicitation d'avis doit indiquer, ou donner accès à l'information, clairement quel fournisseur du produit ou service sollicite l'avis, et le tiers éventuel agissant pour son compte:
 - 1) qui sollicite l'avis (le gestionnaire d'avis et le tiers éventuel agissant pour le compte du gestionnaire d'avis) ;
 - 2) quel produit / service est concerné ;
 - 3) quels usages seront fait de l'avis (mentionner notamment qu'il est destiné à être publié, et où) ;
 - 4) quel contenu et quelles informations d'identité du consommateur seront publiés ;
 - 5) comment consulter les Conditions Générales d'Utilisation ou la Charte du site du gestionnaire d'avis.
- e) Le gestionnaire d'avis ne mettra pas en place de procédure conduisant à différer le dépôt d'avis de la part de consommateurs engagés dans des actions d'après-vente à l'égard du produit/service évalué.

4.3.3 Avis sollicités suite à un acte d'achat ou d'utilisation du service

L'identité du consommateur déposant l'avis doit être recueillie.

Dans le cas général, le recueil de l'avis ne doit se faire qu'après l'acte de consommation du produit ou service et non pas après l'acte d'achat (de paiement) si celui-ci est dissocié de l'acte de consommation du produit ou service évalué.

^{3/4} Par conséquent, il convient que le système puisse être paramétré de telle sorte que le consommateur ne puisse déposer un avis qu'après un délai lui permettant normalement d'avoir consommé le produit :

^{3/4} parfois, immédiatement après l'achat (service en ligne rendu accessible instantanément après la commande) ;

^{3/4} parfois, après un délai de livraison :

Certain (si la date réelle de livraison est rentrée dans le système ou si la date fait partie intégrante des caractéristiques du produit acheté - place de concert, séjour de vacances, etc.).

Ou probable (si la date réelle de livraison n'est pas connue).

Dans ce paramétrage, à la comparaison de la date de consommation enregistrée par le consommateur, de la date d'achat et de la date de dépôt, une information sera affichée par le système indiquant au consommateur que l'avis ne peut être déposé avant un délai précisé.

5.2.4 Interdiction de l'achat d'avis

-

Le gestionnaire d'avis s'interdit toutes collectes ou publications d'avis issus d'opérations d'achat d'avis, effectuées par lui-même ou par un tiers, avec pour objectif d'influer sur l'évaluation globale du produit/service évalué.

5.2.5 Avis collectés avec contrepartie

-

Le gestionnaire d'avis peut offrir au consommateur une contrepartie pour son avis sur un produit ou service, que cet avis ait été spontané ou sollicité : l'avis est dit alors « rémunéré ». La contrepartie doit dans ce cas :

- a) Ne pas dépendre de la teneur de l'avis déposé (uniquement si l'avis est positif par exemple). Les contreparties telles que les dotations de jeu-concours sont soumises à cette condition.
- b) L'éventuelle rémunération des avis et les règles associées doivent être précisées dans les termes et conditions (exemple : « avis collecté dans le cadre d'un concours doté de prix », le gestionnaire d'avis devra préciser la nature du prix dans le règlement du jeu concours, etc.).

La contrepartie du jeu sera systématiquement attribuée par tirage au sort parmi la population des participants et non parmi celle des avis déposés (un même participant ayant pu déposer plusieurs avis sur des expériences de consommation différentes).

4.4 Critères et exigences relatifs aux processus de collecte

-

4.4.1 Processus d'identification du consommateur

-

Compte tenu des multiples dispositifs et techniques d'identification qui conduisent à recueillir des identités variables (pseudonymes, identité déclarative, identité validée socialement, etc.), la présente norme n'impose pas de processus unique d'identification. Cependant le processus d'identification doit se limiter au traitement des données recueillies auprès du consommateur à l'exclusion de toute autre investigation quelconque.

L'exécution du processus d'identification doit permettre au gestionnaire d'avis de connaître l'identité de l'internaute qui a déposé un avis.

Le gestionnaire d'avis mettra en place tout dispositif permettant d'identifier le consommateur en vue de le contacter dans le cadre des opérations de vérification ultérieures portant sur l'authenticité de son avis. Les données d'identification sont collectées pour une finalité précise et déterminée : vérifier l'authenticité de l'avis. Si les données d'identification sont utilisées pour une autre finalité, il faut le préciser et informer le consommateur.

Le gestionnaire d'avis devra prouver que les attributs d'identification de l'identité du consommateur qu'il a retenus sont suffisants pour affirmer qu'ils correspondent à une personne physique et qu'elle est identifiable et contactable.

Le gestionnaire d'avis devra clairement indiquer dans les CGU le choix du mode d'identification du consommateur qu'il aura retenu pour la collecte des avis.

A date, les principales méthodes utilisables sont les suivantes :

^{3/4} **l'email** : L'adresse électronique est souvent la seule identification demandée à l'auteur d'un avis. Les vérifications possibles sont :

^{3/4} vérification de l'adresse mail par l'envoi d'un ou plusieurs mails :

- ¾ Vérification de la syntaxe de l'adresse email.
- ¾ vérification de l'adresse email par envoi d'un ping ;
- ¾ vérification sur le nom de domaine et l'extension de l'adresse email de l'auteur en comparaison avec le thème de l'avis et/ou la dénomination du produit ou service évalué. Envoi d'un email qui demandera à l'internaute de confirmer son inscription en cliquant sur un lien ;

¾ **téléphone ;**

Vérification par SMS : lors de l'inscription ou pour modifier son profil, l'internaute est appelé à recopier un code reçu sur son téléphone mobile

Ou vérification par appel téléphonique : l'internaute est appelé au téléphone pour vérifier les renseignements de son profil.

¾ **SSO.**

Sur certains sites, il est possible de se connecter directement, en utilisant une identification d'un autre site. Pour cela il faut se connecter via email et mot de passe d'un réseau social lorsque bien sûr on y est inscrit. C'est ce qu'on appelle le SSO (Single Sign On).

4.4.2 Processus de vérification de l'expérience de consommation

Pour les avis de consommateurs non reliés à un acte d'achat par un processus automatisé, le gestionnaire d'avis mettra en place tous dispositifs contrôlables par un tiers de confiance assurant que les avis sont des avis de consommateurs. Le principe de ces dispositifs sera décrit dans les Conditions Générales d'Utilisation du gestionnaire d'avis.

Le gestionnaire d'avis doit assurer la mise en place de processus de fiabilisation de la collecte :

¾ par le développement d'outils et algorithmes de filtrage / contrôle ;

¾ par le recrutement et la formation d'une équipe de vérification et contrôle ;

¾ par la mise en place d'un dispositif de mesure externe de la fiabilité de la collecte de ses avis :

¾ soit par échantillonnage : un contrôle devra être effectué a posteriori sur un échantillon d'avis statistiquement significatif :

¾ soit le gestionnaire d'avis fera mettre en place, en ayant recours à organisme spécialisé, un dispositif d'avis mystères contrevenant tous dans leur ensemble aux critères de collecte édictés dans les CGU et aux exigences de la norme. Le dispositif de collecte du gestionnaire d'avis devrait pouvoir les identifier et les rejeter à hauteur de 95 % ;

¾ soit le gestionnaire d'avis aura recours à un tiers de confiance pour extraire un échantillon aléatoire d'avis publiés sur lesquels un organisme spécialisé effectuera une enquête sur les auteurs d'avis afin de vérifier que 95 % au moins de ces avis répondent aux exigences de la norme quant à l'identité de l'auteur et à l'expérience de consommation.

¾ soit par sollicitation auprès de l'auteur de l'avis d'un élément matériel quelconque relatif à l'achat ou l'expérience de consommation (ticket de caisse, photo, facture, carte de fidélité, etc.) du consommateur. Les avis auxquels ces éléments seront associés devront être identifiés par un marquage spécifique et explicite pour le consommateur lors de leur publication indiquant l'existence de cet élément matériel. Un processus d'anonymisation ou d'occultation des données à caractère personnel doit être prévu.

Lors de la collecte, le gestionnaire d'avis proposera à l'auteur de l'avis de répondre à des critères d'évaluation permettant de recueillir toutes informations propres à vérifier son expérience de consommation

Le gestionnaire de site s'assurera que l'avis n'est pas collecté avant l'acte de consommation. Il est essentiel de recueillir la date de consommation afin de la mettre en perspective de la date de collecte de l'avis.

4.4.3 Processus et outils de vérification lors de la collecte

Le gestionnaire d'avis doit développer des processus de vérification du contenu collecté pour s'assurer qu'il est bien conforme aux termes et conditions. Ces processus peuvent combiner des outils automatisés ainsi que des processus de vérification manuelle (c'est à dire réalisés par une personne).

a) Les analyses effectuées vont s'appuyer notamment sur :

- ¾ les attributs recueillis pendant le processus d'inscription en tant que membre ;
- ¾ le comportement du membre (fréquence de rédaction d'avis, historique des contributions, localisation, etc.) ;
- ¾ la comparaison de la note attribuée par le membre par rapport à la moyenne ;
- ¾ l'examen du langage utilisé dans l'avis.

b) Sur la base de ces analyses, le gestionnaire d'avis doit :

- ¾ enclencher immédiatement les processus de modération et restitution du contenu non problématique. En effet, la rapidité joue un rôle primordial dans une expérience positive de l'utilisateur et dans la pertinence du contenu publié ;
- ¾ faire remonter le contenu potentiellement problématique à l'équipe de modération humaine qui a comme mission d'identifier et de prévenir l'envoi de contenu émanant notamment :
 - ¾ de personnes ayant créé plusieurs comptes à l'aide de fausses informations ;
 - ¾ de comptes ou d'inscriptions créées automatiquement par des robots ;
 - ¾ de personnes écrivant des avis dans le but de porter atteinte à la réputation du produit ou service évalué
 - ¾ de tout tiers envoyant des avis au nom d'un individu ou d'une société dans le but de fausser la réputation du produit ou service évalué ;
 - ¾ de tout dispositif ayant tenté de masquer, déformer ou dissimuler son identité.

4.5 Structuration du contenu des avis lors de la collecte

4.5.1 Principes généraux

Le consommateur devra pouvoir décrire son expérience de consommation avec ses mots et son langage.

Dans tous les cas, le gestionnaire d'avis doit donner au consommateur la possibilité de saisir du texte libre pour décrire son expérience (avec le cas échéant des restrictions de longueur de texte).

Le gestionnaire d'avis peut structurer à sa discrétion le formulaire de recueil des avis ainsi que tout autre mécanisme au moyen duquel il recueille les avis, et ce dans les limites des critères et exigences relatifs aux attributs de l'avis précisés ci-dessus.

Le gestionnaire d'avis peut établir une liste de questions sur les thèmes qu'il souhaite et n'est pas tenu de se conformer à un nombre maximum ou minimum de questions ou de thèmes.

Le gestionnaire d'avis peut structurer les questions avec des réponses à choix multiples, à condition qu'elles offrent un éventail de réponses possibles comprenant des réponses positives, négatives ou neutres.

Le gestionnaire d'avis peut permettre au consommateur de télécharger des fichiers qui sont pertinents par rapport à son expérience, par exemple des photos ou des documents.

4.5.2 Pertinence du formulaire de collecte des avis

La liste des critères d'évaluation du service ou du produit doit être en rapport étroit avec l'utilisation qui en est faite par le répondant/consommateur. Les critères doivent couvrir les caractéristiques fondamentales du service et du produit évalué.

Le gestionnaire d'avis met à disposition un questionnaire ayant toutes les qualités requises dès lors qu'il est proportionné à l'expérience du consommateur.

Le gestionnaire d'avis doit veiller à ce que la ou les questions invitant le consommateur à déposer son avis :

¾ couvrent le mieux possible **l'ensemble de l'expérience de consommation** dans toutes ses facettes ;

¾ **n'orientent pas l'avis** dans un sens ou un autre (par exemple : si un barème d'évaluation de l'expérience est proposé, qu'il comporte autant de notes négatives que positives, que les termes employés soient le plus possible dénués d'ambiguïté).

5 Critères et exigences relatifs au processus de modération

5.1 Principes généraux de la modération

5.1.1 Principes

La modération a pour but de s'assurer de la conformité du contenu collecté au droit français et aux Conditions Générales d'Utilisation du site en vue de publier, rejeter ou supprimer ce contenu.

Tous les contenus relatifs à l'identité du consommateur et aux avis collectés et destinés à être publiés font l'objet d'une modération. Tous les avis font l'objet du même processus de modération sans distinction de leur contenu.

Le site doit mettre en place des moyens de modération en proportion du volume des avis.

Tous les intervenants et les actes liés à la modération doivent être identifiés et traçables.

Le gestionnaire d'avis doit utiliser dans tous les cas une modération a priori.

Il peut choisir d'utiliser une modération a posteriori, celle-ci peut être automatique, humaine ou les deux.

5.1.2 Rôle et moyens des modérateurs

La modération est réalisée par des outils informatiques et/ou des personnes humaines que l'on désigne généralement comme modérateurs.

Le modérateur est en charge d'appliquer les règles de modération des avis de consommateurs.

Le strict respect du processus de traitement des avis dans le cadre de la norme assure l'impartialité de la modération. Les modérateurs doivent avoir les capacités et les moyens suffisants d'apprécier le contenu d'un avis pour pouvoir décider de la publication, du rejet ou de la suppression de l'avis de consommateurs.

Les capacités requises et les moyens nécessaires à la personne qui occupe la fonction de modérateur sont :

¾ maîtriser parfaitement la langue dans laquelle l'avis a été rédigé. Cette maîtrise doit avoir été validée objectivement avant la prise de poste, équivalent à un niveau de type « maîtrise » du Cadre Européen Commun de Référence pour les langues (niveau C2 du CECR) ;

- ¾ accéder à l'intégralité du contenu de l'avis de consommateur collecté ;
- ¾ accéder aux éléments relatifs à l'identité de l'auteur collectés lors du dépôt d'avis pour pouvoir le cas échéant entrer en contact avec l'auteur. Cette possible prise de contact avec l'auteur de l'avis sera notifiée dans les CGU en vertu de la protection des données à caractère personnel et de l'obligation pour le responsable du traitement des données personnelles d'informer l'internaute de la finalité du traitement de ces données.

- ¾ accéder à toutes les informations relatives à l'historique du dépôt d'avis (nombre de soumissions du même avis après rejet initial) ;
- ¾ accéder à l'historique des informations concernant l'auteur (nombre d'avis publiés, sujet des précédents avis) ;
- ¾ pouvoir confier - de façon traçable - la modération d'un avis de consommateur à un autre modérateur.

5.2 Caractéristiques de la modération

Le gestionnaire d'avis doit clairement indiquer a minima dans ses Conditions Générales d'Utilisation la méthode de traitement retenue et appliquée, et dans celle-ci les règles de modération mises en place.

Cette méthode devra s'appliquer à l'ensemble des avis de consommateurs collectés.

La modération doit être indépendante du contenu de l'avis (note ou contenu textuel) et n'être effectuée qu'en référence au respect des CGU et de la norme.

5.2.1 Modération a priori

5.2.1.1 Modération automatisée a priori

Le gestionnaire d'avis peut affecter des ressources informatiques dédiées à l'analyse du contenu de l'avis dans le but de vérifier son caractère approprié, pertinent et impartial grâce à l'automatisation, à la création d'outils et à l'analyse de données afin de traiter les éventuels problèmes le plus rapidement possible. Ces outils informatiques peuvent être utilisés pour faire de la veille sur le contenu.

Le processus de modération peut être en partie automatisé (par un programme informatique) pour notamment filtrer (c'est-à-dire orienter vers un chemin de soumission spécifique de modération ou s'enrichir d'une alerte signalée à un modérateur) et refuser les avis de consommateurs comprenant un contenu illicite ou non conforme aux CGU.

Les contenus pouvant faire l'objet d'une modération automatique sont notamment (de façon non limitative) :

- ¾ des mots spécifiques interdits (relevant de propos grossiers ou injurieux) dans la zone de texte ou dans les éléments relatifs à l'identité du consommateur ;
- ¾ un contenu inintelligible.

Un avis de consommateur peut être publié sans modération automatisée a priori si et seulement si une modération humaine a priori a été effectuée.

5.2.1.2 Modération humaine a priori

La modération humaine (ou modération manuelle) est réalisée par les modérateurs qui prennent connaissance du contenu de l'avis de consommateur pour pouvoir décider de la publication ou du rejet de l'avis de consommateur.

Un avis de consommateur peut être publié sans modération humaine a priori si et seulement si une modération automatisée a priori a été effectuée.

5.2.1.3 Délai de modération de l'avis de consommateur

Un avis de consommateur doit être modéré dans un délai déterminé. Ce délai devra être indiqué dans les Conditions Générales d'Utilisation à disposition du public.

Ce délai doit être raisonnable pour une restitution proche de la date de dépôt de l'avis de consommateur.

Le même délai de modération s'applique à l'ensemble des avis qu'ils soient positifs ou négatifs.

L'avis de consommateur est publié dans un délai maximum raisonnable indiqué dans les CGU, après modération. Le gestionnaire d'avis peut informer l'auteur de la publication de son avis.

5.2.1.4 Rejet de l'avis de consommateur

L'auteur de l'avis de consommateur doit être informé systématiquement du rejet de son avis et du motif du rejet. À la suite de celui-ci, le gestionnaire d'avis peut éventuellement donner la possibilité au consommateur de rectifier son avis supprimé pour le soumettre à nouveau à la modération.

Dans le cas d'avis manifestement frauduleux (par exemple, envoi en masse d'avis par une société de e-réputation), le gestionnaire d'avis est tenu d'informer l'auteur de l'avis du rejet de cet avis mais il n'est pas tenu d'en préciser les motifs afin de préserver l'efficacité de ses dispositifs anti-fraude.

5.2.2 Modération a posteriori

5.2.2.1 Modération automatisée a posteriori

Le processus de modération peut être en partie automatisé (par un programme informatique) pour notamment détecter (c'est à dire créer une alerte signalée à un modérateur) et refuser les avis de consommateurs comprenant un contenu illicite ou non conforme aux CGU.

Les contenus pouvant faire l'objet d'une modération automatique sont notamment (de façon non limitative) :

- ¾ des mots spécifiques interdits (relevant de propos grossiers ou injurieux) dans la zone de texte ou dans les éléments relatifs à l'identité du consommateur ;
- ¾ un contenu inintelligible.

5.2.2.2 Modération humaine a posteriori

La modération humaine a posteriori est réalisée par les modérateurs qui prennent connaissance du contenu de l'avis de consommateurs après publication, pour pouvoir décider de la suppression ou non de l'avis. Toutefois, après suppression, le consommateur peut déposer un nouvel avis rectifié.

5.2.2.3 Modération a posteriori à la demande de l'auteur

L'auteur de l'avis peut faire jouer son droit de retrait conduisant à la suppression de son avis de consommateur auprès du gestionnaire d'avis. Il ne lui est pas possible de le modifier une fois publié.

5.3 Motifs de rejet d'un avis de consommateur

Les motifs de rejet sont portés à la connaissance du public dans les Conditions Générales d'Utilisation.

L'avis de consommateur peut être refusé notamment pour les motifs suivants :

- ¾ si le gestionnaire d'avis estime que sa responsabilité civile ou pénale peut être engagée ;
- ¾ si le contenu textuel comporte des injures ou grossièretés ;
- ¾ si les éléments relatifs à l'identité de l'auteur comportent des injures ou grossièretés ;
- ¾ si le contenu textuel comporte des caractères aléatoires ou des suites de mots sans aucune signification ;
- ¾ si le contenu textuel est sans rapport avec le sujet noté ;
- ¾ si les attributs de l'avis comportent des éléments concrets de conflits d'intérêts ;
- ¾ si le contenu textuel est mal écrit au point d'en être inintelligible ;

- ¾ si un utilisateur formule un commentaire inapproprié sur un autre contenu ou son auteur ;
- ¾ si le contenu textuel destiné à être publié comporte des informations personnelles, telles que le nom ou prénom d'individus qui ne sont pas des personnes publiques, un numéro de téléphone, une adresse physique précise ou une adresse email ;

- ¾ si le contenu textuel comporte un numéro de carte de crédit, de sécurité sociale, de compte bancaire ou toute autre information susceptible d'aboutir à un vol d'identité ;
- ¾ si le contenu textuel indique que l'utilisateur n'a pas réalisé son expérience de consommation ;
- ¾ Si le contenu textuel comporte un appel à une action en justice ;
- ¾ si le contenu mentionne des sites Web, liens hypertexte, URL, adresses email ou numéros de téléphone, y compris ceux du client ou fabricant du produit ;
- ¾ si le contenu textuel est clairement du spam.

Le gestionnaire d'avis pourra compléter cette liste à l'exclusion des motifs abusifs ; il indiquera la liste complète dans les CGU de son site.

5.4 Edition et modification

Le processus de modération permet de publier ou non un avis de consommateur : ce processus ne doit pas permettre de modifier ou supprimer de la base de données un avis. De ce fait, il n'est pas possible de modifier tout ou partie du contenu de l'avis de consommateur (par exemple : corriger les fautes d'orthographe incluses dans un avis, changer le pseudonyme d'un membre, masquer une partie du texte de l'avis, retoucher une image ou modifier une vidéo).

6 Critères et exigences relatifs au processus de restitution

6.1 Principes généraux sur la restitution des avis

- a) Affichage de l'ensemble des avis
- b) Affichage chronologique par défaut, du plus récent au plus ancien sur la base de la date de dépôt ou de la date d'expérience de consommation
- c) Transparence des principes de calcul pour l'agrégation des notes
- d) Restitution rapide des avis
- e) Affichage de l'information sur l'auteur de l'avis à côté de chaque avis

Le gestionnaire d'avis doit distinguer les informations du profil (éventuellement visibles par le public) et l'ensemble des informations fournies par le consommateur lors de son inscription sur le site du gestionnaire d'avis qui ne doivent être accessibles qu'à ce dernier et à la personne concernée :

- ¾ le consommateur doit disposer d'un contrôle sur la diffusion de ses données personnelles ;
- ¾ le paramétrage par défaut doit être protecteur de la vie privée du consommateur.
- f) Possibilité de signaler un avis comme inapproprié, soit par la communauté, soit par le représentant du produit ou service évalué
- g) Droit de réponse public du représentant du produit ou service évalué pour chaque avis
- h) Encadrement strict de la suppression des avis

6.2 Exigences de restitution des avis

6.2.1 Restituer l'ensemble du contenu collecté

- ¾ Le gestionnaire d'avis doit afficher tous les avis, qu'ils soient positifs ou négatifs, du moment qu'ils sont conformes à ses termes et conditions et qu'ils n'ont pas été rejetés au cours du processus de modération des avis. Le gestionnaire d'avis ne peut pas être sélectif quant aux avis qu'il publie ;
- ¾ chaque avis doit être restitué dans son intégralité. Si un extrait d'avis est mis en avant sur le site, il doit inclure un lien vers l'avis complet contenant l'extrait ;
- ¾ à côté de chaque avis doit figurer la date de dépôt et d'expérience du produit ou service telle que collectée par le gestionnaire d'avis et le cas échéant d'autres dates pouvant favoriser la compréhension du contexte par les internautes (par exemple, date d'achat ou de consommation du produit ou service) ;
- ¾ l'affichage par défaut des avis consiste à afficher chronologiquement du plus récent au plus ancien sur la base de la date de dépôt ou de la date d'expérience de consommation du service ou produit, avec la possibilité de proposer aux internautes d'autres options de tris.

6.2.2 Principes de calculs et d'agrégation des notes globales

Lorsque le gestionnaire d'avis offre au consommateur la possibilité de donner une note à un produit ou service et que les notes de l'ensemble des consommateurs sont agrégées en une note globale, il doit calculer cette note globale sur la base de principes d'objectivité mathématique et doit communiquer de manière simple et claire au consommateur la façon dont la note globale est construite.

Ne peuvent intervenir dans le calcul de la note globale aucun dispositif annexe de vote ou de signalement des avis.

La note globale de synthèse du produit/service évalué doit être accompagnée du nombre total de notes qu'elle agrège.

6.2.3 Assurer la transparence du processus de restitution des avis

Il est nécessaire de rendre lisible et accessible sur le site (par exemple à travers les FAQ, la Charte ou les CGU) le processus de restitution des avis et les méthodes d'agrégation retenues par le gestionnaire d'avis, notamment :

- ¾ principes généraux de publication des avis (délai maximum de modération avant publication, délai de péremption des avis, critères de rejet des avis, etc.) ;
- ¾ principes d'agrégation des notes (note globale seulement ou critères individuels également) ;
- ¾ principes généraux de pondération des différents avis, par exemple pondération supérieure des avis les plus récents (même si le gestionnaire d'avis peut garder les détails de son calcul confidentiel) ;
- ¾ principes de traitement des contenus qualitatifs (par exemple en cas d'analyse sémantique, automatique ou non).

6.2.4 S'engager et afficher un délai maximum de publication des avis

Il est nécessaire de restituer les avis dans un délai rapide afin de ne pas biaiser par une publication retardée la vue d'ensemble d'un produit ou service. Le gestionnaire d'avis doit s'engager sur le délai de publication d'un avis quel que soit le service ou produit considéré. Le même délai de publication s'applique à l'ensemble des avis qu'ils soient positifs ou négatifs.

La publication ne peut pas être suspendue par la communication éventuelle de l'avis à l'entreprise évaluée.

La publication d'un avis ne peut pas excéder le délai de 1 mois à compter de la date de dépôt, modération incluse.

6.2.5 Afficher des informations sur l'auteur de l'avis

Le consommateur doit disposer d'un contrôle sur la diffusion de ses informations personnelles : le gestionnaire d'avis doit veiller à mettre en place un paramétrage par défaut protecteur des données personnelles du consommateur.

Afin de faciliter la lecture par les consommateurs, le gestionnaire d'avis peut publier, avec l'accord préalable de l'auteur, des informations sur l'auteur et son activité sur le site. Dans ce cas, le gestionnaire d'avis peut indiquer les informations suivantes :

- ¾ la confirmation de l'achat ou le détail de l'expérience de consommation ;
- ¾ un lien vers son profil ; dans ce cas, le consommateur doit être informé et consentir à l'établissement d'un lien vers son profil ;
- ¾ le pseudonyme du consommateur, ou prénom et initiale du nom de famille ;
- ¾ son lieu de résidence ;
- ¾ le nombre total d'avis déposés par le consommateur ;
- ¾ le caractère utile de l'avis tel que voté par les utilisateurs du site (le cas échéant) ;
- ¾ l'âge ou la tranche d'âge.

6.2.6 Signalement d'un avis au contenu illicite ou inapproprié

Le gestionnaire d'avis doit permettre aux internautes et au représentant du produit ou service évalué de signaler de façon motivée un avis (possibilité visible pendant la lecture de l'avis) au contenu illicite ou inapproprié, ou contrevenant aux CGU du site.

Ces avis doivent alors faire l'objet dans un délai rapide d'une nouvelle modération pour vérifier leur conformité aux CGU.

Pendant cette période de nouvelle modération, le signalement pourra faire l'objet d'un marquage ou d'une suspension.

Le résultat de cette nouvelle modération donnera lieu à une réponse motivée à la personne morale représentant le produit ou service évalué.

L'avis manifestement illicite sera supprimé par le gestionnaire d'avis dans les plus brefs délais.

6.2.7 Offrir un droit de réponse au représentant du produit ou service évalué

Le gestionnaire d'avis doit permettre au représentant du produit ou service évalué de répondre publiquement aux avis, éventuellement via une plateforme dédiée, notamment afin de :

- ¾ donner sa version des faits (le cas échéant) ;
- ¾ remercier le consommateur pour sa contribution ;
- ¾ indiquer les éventuels changements introduits dans le produit ou service depuis la rédaction de l'avis.

La réponse sera publiée dans un délai de 7 jours maximum à compter de la demande, et devra être accolée à l'avis en question.

Les réponses peuvent être modérées par le gestionnaire d'avis dans les mêmes conditions que les avis de consommateurs, et ce conformément aux termes et conditions qui sont indiqués sur le site de façon visible.

Chaque réponse doit être affichée sur le site sous l'avis concerné. Le droit de réponse est accordé gratuitement au

représentant du produit ou service évalué, tant que l'avis est en ligne. La réponse peut être signalée.

6.3 Critères de suppression des avis après publication

À la demande d'un auteur d'avis, le gestionnaire d'avis doit lui offrir la possibilité de dé-publier son avis, tout en conservant la traçabilité à des fins de vérification ultérieure de l'avis dans le cadre de l'évaluation par un tiers de confiance, et par les services de contrôle.

Le gestionnaire d'avis conserve les données à caractère personnel pendant une durée qui n'excède pas la durée nécessaire aux finalités pour lesquelles elles sont collectées conformément aux dispositions de la loi du 6 janvier 1978 modifiée. Il devra également prendre en compte les obligations légales de suppression liées à la durée maximale de conservation de fichiers contenant des données personnelles.

Lors d'un changement de propriétaire et/ou rénovation complète d'un établissement, ou d'une modification des caractéristiques substantielles d'un produit ou service, le gestionnaire d'avis doit pouvoir supprimer et archiver les avis ou indiquer l'information de changement concernant le produit ou service antérieur. Les termes et conditions pour une suppression d'avis doivent être clairement indiqués sur le site.

Le gestionnaire d'avis doit garder un historique sur les avis supprimés du site et la raison de leur suppression pendant un délai d'au moins une année glissante à compter de la date de suppression de l'avis.

Le gestionnaire d'avis peut décider d'un délai de péremption au-delà duquel il dé-publiera les avis. Ce délai peut être variable selon la catégorie de produit/service. Le gestionnaire d'avis doit en informer l'auteur de l'avis..

Il existe un délai minimum d'un an en deçà duquel l'avis ne doit pas être dé-publié à l'initiative du gestionnaire d'avis (l'auteur de l'avis pouvant toutefois exercer son droit de retrait pendant cette période), sauf dans les cas d'événements et manifestations ponctuelles ou de produits/services dé commercialisés dans l'année.

6.4 Diffusion des avis sur d'autres supports

La norme ne s'applique qu'aux avis collectés par le gestionnaire d'avis lui-même. La norme ne s'applique pas aux sites aspirant les avis d'autres gestionnaires d'avis. Dans le cas où un site gestionnaire d'avis publie les avis d'un site répondant aux exigences de la présente norme, il peut l'indiquer sur son site en distinguant clairement les avis issus de ce site et les autres, et en se conformant lui-même aux exigences relatives à la restitution des avis indiquées dans la présente norme.