
**Management de la qualité — Satisfaction
du client — Lignes directrices relatives à
la surveillance et au mesurage**

*Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for
monitoring and measuring*

iTeh STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

[ISO/TS 10004:2010](https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/b9d9f6ff-0956-4056-a1bd-ac462e2bc251/iso-ts-10004-2010)

[https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/b9d9f6ff-0956-4056-a1bd-
ac462e2bc251/iso-ts-10004-2010](https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/b9d9f6ff-0956-4056-a1bd-ac462e2bc251/iso-ts-10004-2010)



PDF – Exonération de responsabilité

Le présent fichier PDF peut contenir des polices de caractères intégrées. Conformément aux conditions de licence d'Adobe, ce fichier peut être imprimé ou visualisé, mais ne doit pas être modifié à moins que l'ordinateur employé à cet effet ne bénéficie d'une licence autorisant l'utilisation de ces polices et que celles-ci y soient installées. Lors du téléchargement de ce fichier, les parties concernées acceptent de fait la responsabilité de ne pas enfreindre les conditions de licence d'Adobe. Le Secrétariat central de l'ISO décline toute responsabilité en la matière.

Adobe est une marque déposée d'Adobe Systems Incorporated.

Les détails relatifs aux produits logiciels utilisés pour la création du présent fichier PDF sont disponibles dans la rubrique General Info du fichier; les paramètres de création PDF ont été optimisés pour l'impression. Toutes les mesures ont été prises pour garantir l'exploitation de ce fichier par les comités membres de l'ISO. Dans le cas peu probable où surviendrait un problème d'utilisation, veuillez en informer le Secrétariat central à l'adresse donnée ci-dessous.

iTeh STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

[ISO/TS 10004:2010](https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/b9d9f6ff-0956-4056-a1bd-ac462e2bc251/iso-ts-10004-2010)

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/b9d9f6ff-0956-4056-a1bd-ac462e2bc251/iso-ts-10004-2010>



DOCUMENT PROTÉGÉ PAR COPYRIGHT

© ISO 2010

Droits de reproduction réservés. Sauf prescription différente, 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 et les microfilms, sans l'accord écrit de l'ISO à l'adresse ci-après ou du comité membre de l'ISO dans le pays du demandeur.

ISO copyright office
Case postale 56 • CH-1211 Geneva 20
Tel. + 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	iv
Introduction.....	v
1 Domaine d'application	1
2 Références normatives	1
3 Termes et définitions	1
4 Concept de satisfaction du client	2
5 Cadre pour la surveillance et le mesurage de la satisfaction du client	2
6 Plan de surveillance et de mesure de la satisfaction du client	3
6.1 Définition de la finalité et des objectifs	3
6.2 Détermination du domaine d'application et de la fréquence	3
6.3 Détermination des méthodes de mise en œuvre et des responsabilités	3
6.4 Affectation des ressources	4
7 Surveillance et mesurage des activités relatives à la satisfaction du client	4
7.1 Généralités	4
7.2 Identification des attentes du client	4
7.3 Recueil des données de satisfaction du client	5
7.4 Analyse des données de satisfaction du client	8
7.5 Retours d'information en vue d'apporter des améliorations	9
7.6 Surveillance de la satisfaction du client	10
8 Actualisation et amélioration des processus de surveillance et de mesure	11
Annexe A (normative) Modèle conceptuel de satisfaction du client	12
Annexe B (normative) Identification des attentes du client	14
Annexe C (normative) Mesurage direct de la satisfaction du client	17
Annexe D (normative) Analyse des données de satisfaction du client	23
Annexe E (normative) Utilisation de la satisfaction du client	28
Bibliographie	30

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 (CEI) en ce qui concerne la normalisation électrotechnique.

Les Normes internationales sont rédigées conformément aux règles données dans les Directives ISO/CEI, Partie 2.

La tâche principale des comités techniques est d'élaborer les Normes internationales. Les projets de Normes internationales adoptés par les comités techniques sont soumis aux comités membres pour vote. Leur publication comme Normes internationales requiert l'approbation de 75 % au moins des comités membres votants.

Dans d'autres circonstances, en particulier lorsqu'il existe une demande urgente du marché, un comité technique peut décider de publier d'autres types de documents:

- une Spécification publiquement disponible ISO (ISO/PAS) représente un accord entre les experts dans un groupe de travail ISO et est acceptée pour publication si elle est approuvée par plus de 50 % des membres votants du comité dont relève le groupe de travail;
- une Spécification technique ISO (ISO/TS) représente un accord entre les membres d'un comité technique et est acceptée pour publication si elle est approuvée par 2/3 des membres votants du comité.

Une ISO/PAS ou ISO/TS fait l'objet d'un examen après trois ans afin de décider si elle est confirmée pour trois nouvelles années, révisée pour devenir une Norme internationale, ou annulée. Lorsqu'une ISO/PAS ou ISO/TS a été confirmée, elle fait l'objet d'un nouvel examen après trois ans qui décidera soit de sa transformation en Norme internationale soit de son annulation.

L'attention est appelée 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.

L'ISO/TS 10004 a été élaborée par le comité technique ISO/TC 176, *Management et assurance de la qualité*, sous-comité SC 3, *Techniques de soutien*.

Introduction

0.1 Généralités

L'un des éléments essentiels de la réussite d'un organisme est la satisfaction du client vis-à-vis de l'organisme et de ses produits. Il est par conséquent nécessaire de surveiller et de mesurer la satisfaction du client.

Les informations issues de la surveillance et du mesurage de la satisfaction du client peuvent permettre d'identifier les opportunités d'amélioration des stratégies, produits, processus et caractéristiques de l'organisme qui ont de l'importance pour les clients, et ainsi être utiles à l'organisme pour atteindre ses objectifs. Ces améliorations peuvent accroître la confiance du client et générer des bénéfices commerciaux et autres.

La présente Spécification technique fournit des recommandations aux organismes pour l'établissement de processus efficaces de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

0.2 Relations avec l'ISO 9001:2008

La présente Spécification technique est compatible avec l'ISO 9001:2008, dont elle soutient les objectifs en fournissant des recommandations sur la surveillance et le mesurage de la satisfaction du client. La présente Spécification technique peut aider à aborder des articles spécifiques de l'ISO 9001:2008 relatifs à la satisfaction du client, à savoir:

- a) ISO 9001:2008, 5.2 relatif à l'écoute client: «La direction doit assurer que les exigences des clients sont déterminées et respectées afin d'accroître la satisfaction des clients.»;
- b) ISO 9001:2008, 6.1 b) relatif au management des ressources: «L'organisme doit déterminer et fournir les ressources nécessaires (...) pour accroître la satisfaction des clients en respectant leurs exigences.»;
- c) ISO 9001:2008, 8.2.1 relatif à la satisfaction du client: «L'organisme doit surveiller les informations relatives à la perception du client sur le niveau de satisfaction de ses exigences par l'organisme comme un des mesurages de la performance du système de management de la qualité. Les méthodes permettant d'obtenir et d'utiliser ces informations doivent être déterminées.»;
- d) ISO 9001:2008, 8.4 relatif à l'analyse des données: «L'organisme doit déterminer, recueillir et analyser les données appropriées pour démontrer la pertinence et l'efficacité du système de management de la qualité et pour évaluer les possibilités d'amélioration de son efficacité. Ceci doit inclure les données résultant des activités de surveillance et de mesure ainsi que d'autres sources pertinentes. L'analyse des données doit fournir des informations relatives à la (...) satisfaction du client (...).».

La présente Spécification technique peut également être utilisée indépendamment de l'ISO 9001.

0.3 Relations avec l'ISO 9004:2009

La présente Spécification technique est également compatible avec l'ISO 9004:2009 qui fournit des recommandations pour la gestion des performances durables d'un organisme. La présente Spécification technique complète les recommandations données dans

- l'ISO 9004:2009, B.2, relatif à l'écoute client, et
- l'ISO 9004:2009, 8.3.1 et 8.3.2, relatifs à la détermination des besoins, des attentes et de la satisfaction du client.

0.4 Relations avec l'ISO 10001, l'ISO 10002, l'ISO 10003

L'ISO 10001 contient des recommandations sur les codes de conduite des organismes concernés par la satisfaction du client. Ces codes peuvent réduire la probabilité de survenue de problèmes et éliminer les motifs de réclamations et de conflits qui peuvent diminuer la satisfaction du client.

L'ISO 10002 contient des recommandations sur le traitement des réclamations relatives aux produits au sein d'un organisme. Ces recommandations peuvent contribuer à préserver la satisfaction et la fidélité du client en résolvant les réclamations de manière efficace et efficiente.

L'ISO 10003 contient des recommandations sur la résolution des conflits liés à des réclamations relatives à des produits et qui ne peuvent pas être résolus de manière satisfaisante en interne. L'ISO 10003 contribue à réduire le plus possible l'insatisfaction du client découlant de réclamations non résolues.

Collectivement, l'ISO 10001, l'ISO 10002 et l'ISO 10003 fournissent des recommandations visant à réduire le plus possible l'insatisfaction du client et à accroître sa satisfaction.

L'ISO 10001, l'ISO 10002 et l'ISO 10003 sont complétées par la présente Spécification technique qui fournit des recommandations sur la surveillance et le mesurage de la satisfaction du client. Les informations obtenues peuvent aider l'organisme à mener des actions permettant de maintenir ou d'accroître la satisfaction du client.

iTeh STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

[ISO/TS 10004:2010](https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/b9d9f6ff-0956-4056-a1bd-ac462e2bc251/iso-ts-10004-2010)

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/b9d9f6ff-0956-4056-a1bd-ac462e2bc251/iso-ts-10004-2010>

Management de la qualité — Satisfaction du client — Lignes directrices relatives à la surveillance et au mesurage

1 Domaine d'application

La présente Spécification technique fournit des recommandations pour la définition et la mise en œuvre de processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

La présente Spécification technique est destinée à être utilisée par les organismes quel que soit leur type, leur taille ou le produit fourni. La présente Spécification technique porte sur les clients externes à l'organisme.

La présente Spécification technique n'est pas destinée à des besoins de certification ou des besoins contractuels, ni à modifier les droits ou obligations définis dans des exigences légales ou réglementaires applicables.

2 Références normatives

Les documents de référence suivants sont indispensables pour l'application du présent document. Pour les références datées, seule l'édition citée s'applique. Pour les références non datées, la dernière édition du document de référence s'applique (y compris les éventuels amendements).

ISO 9000:2005, *ISO/TS 10004:2010*
Principes essentiels et vocabulaire
<https://www.iso.org/standard/54556.html>
[ac462e2bc251/iso-ts-10004-2010](https://www.iso.org/standard/54556.html)

3 Termes et définitions

Pour les besoins du présent document, les termes et définitions donnés dans l'ISO 9000:2005 ainsi que les suivants s'appliquent.

3.1

produit

résultat d'un processus

NOTE 1 Le produit peut être un service, un logiciel, un matériel ou un produit issu de processus à caractère continu.

NOTE 2 Adapté de l'ISO 9000:2005, définition 3.4.2, dont les trois notes ont été condensées dans la NOTE 1.

3.2

client

organisme ou personne qui reçoit un produit

EXEMPLE Consommateur, client, utilisateur final, détaillant, bénéficiaire, acheteur.

NOTE 1 Les clients peuvent inclure d'autres parties intéressées susceptibles d'être affectées par les produits fournis par l'organisme, et qui peuvent avoir une influence sur les performances de l'organisme.

NOTE 2 Même si un client peut être interne ou externe à l'organisme, la présente Spécification technique porte sur les clients externes.

NOTE 3 Adapté de l'ISO 9000:2005, définition 3.3.5, dont la note a été divisée en NOTE 1 et NOTE 2.

3.3

satisfaction du client

perception du client sur le niveau de satisfaction de ses exigences

NOTE 1 Les réclamations des clients sont un indicateur habituel d'un faible niveau de satisfaction du client, mais leur absence n'implique pas nécessairement un niveau élevé de satisfaction du client.

NOTE 2 Même lorsque les exigences du client ont été convenues avec lui et satisfaites, cela n'entraîne pas nécessairement une forte satisfaction du client.

[ISO 9000:2005, définition 3.1.4]

3.4

exigence

besoin ou attente formulée, habituellement implicite, ou imposée

NOTE Adapté de l'ISO 9000:2005, définition 3.1.2, dont les cinq notes originales ont été supprimées.

4 Concept de satisfaction du client

La satisfaction du client est déterminée par l'écart entre ses attentes et sa perception du produit livré par l'organisme.

Afin de satisfaire le client, il convient que l'organisme commence par comprendre ses attentes. Ces attentes peuvent être explicites ou implicites, ou non totalement exprimées de façon claire.

Les attentes du client, telles qu'elles sont comprises par l'organisme, constituent le fondement de la planification du produit à réaliser.

Le niveau de satisfaction du client est déterminé par le degré selon lequel le produit livré est perçu par le client comme respectant ou dépassant ses attentes.

Il est important de faire la distinction entre le point de vue de l'organisme sur la qualité du produit livré et la perception par le client du produit livré, car c'est cette dernière qui détermine la satisfaction du client. Les relations entre les points de vue de l'organisme et du client sur la qualité sont décrites plus avant par le modèle conceptuel de satisfaction du client présenté dans l'Annexe A.

La satisfaction du client étant sujette au changement, il convient que les organismes établissent régulièrement des processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

5 Cadre pour la surveillance et le mesurage de la satisfaction du client

Il convient que l'organisme établisse une approche systématique de surveillance et de mesure de la satisfaction du client. Il convient que cette approche s'inscrive dans un cadre organisationnel afin de permettre la planification, le fonctionnement, l'actualisation et l'amélioration des processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client.

La planification comprend la détermination des méthodes de mise en œuvre et l'affectation des ressources nécessaires (voir Article 6).

Le fonctionnement comprend l'identification des attentes du client, le recueil et l'analyse des données de satisfaction du client, les retours d'information en vue d'apporter des améliorations et la surveillance de la satisfaction du client (voir Article 7).

L'actualisation et l'amélioration comprennent la revue, l'évaluation et l'amélioration continue des processus de surveillance et de mesure de la satisfaction du client (voir Article 8).

6 Plan de surveillance et de mesure de la satisfaction du client

6.1 Définition de la finalité et des objectifs

Il convient dans un premier temps que l'organisme définisse clairement la finalité et les objectifs de la surveillance et du mesurage de la satisfaction du client, lesquels peuvent par exemple consister en:

- évaluer les réactions du client à un produit existant, à un nouveau produit ou à un produit modifié;
- obtenir des informations sur des aspects spécifiques tels que les processus d'assistance, le comportement du personnel ou de l'organisme;
- rechercher les motifs de réclamation du client;
- rechercher les motifs de perte de parts de marché;
- surveiller les tendances en matière de satisfaction du client;
- comparer la satisfaction du client par rapport à d'autres organismes.

La finalité et les objectifs influencent le type de données recueillies, quand et comment elles sont recueillies, et auprès de qui. Ils influencent également la manière dont les données sont analysées et dont les informations sont finalement utilisées.

6.2 Détermination du domaine d'application et de la fréquence

En fonction de la finalité et des objectifs, il convient que l'organisme détermine le domaine d'application du mesurage planifié, en termes à la fois du type de données recherchées et auprès de qui les obtenir.

Le type d'informations recueillies peut aller des données relatives à une caractéristique spécifique à l'évaluation de la satisfaction dans son ensemble. De même, le domaine d'application de l'évaluation dépend du type de segmentation:

- par client;
- par marché;
- par produit.

Il convient également que l'organisme détermine la fréquence de recueil des données (sur une base régulière ou ponctuelle, ou les deux), en fonction des besoins de l'organisme ou d'un événement spécifique (voir 7.3).

6.3 Détermination des méthodes de mise en œuvre et des responsabilités

Certaines informations relatives à la satisfaction du client peuvent être obtenues indirectement de processus internes à l'organisme tels que le traitement des réclamations du client, ou de sources externes telles que des rapports dans les médias. En règle générale, l'organisme a besoin de compléter ces informations par des données obtenues directement auprès du client.

Il convient que l'organisme détermine la manière dont les informations relatives à la satisfaction du client sont obtenues, ainsi que les personnes responsables de cette activité. Il convient que l'organisme détermine également à qui les informations sont destinées en vue d'entreprendre les actions appropriées.

Il convient que l'organisme planifie la surveillance des processus d'obtention et d'utilisation des informations relatives à la satisfaction du client, ainsi que la surveillance des résultats et de l'efficacité de ces processus.

6.4 Affectation des ressources

Il convient que l'organisme détermine et fournisse les ressources humaines compétentes et autres ressources nécessaires à la planification, à la surveillance et au mesurage de la satisfaction du client.

7 Surveillance et mesurage des activités relatives à la satisfaction du client

7.1 Généralités

Afin de surveiller et de mesurer la satisfaction du client, il convient que l'organisme

- identifie les attentes du client,
- recueille les données de satisfaction du client,
- analyse les données de satisfaction du client,
- procède à des retours d'information pour améliorer la satisfaction du client,
- surveille en continu la satisfaction du client.

Ces activités et leurs relations sont illustrées à la Figure 1 et sont décrites dans les paragraphes qui suivent.

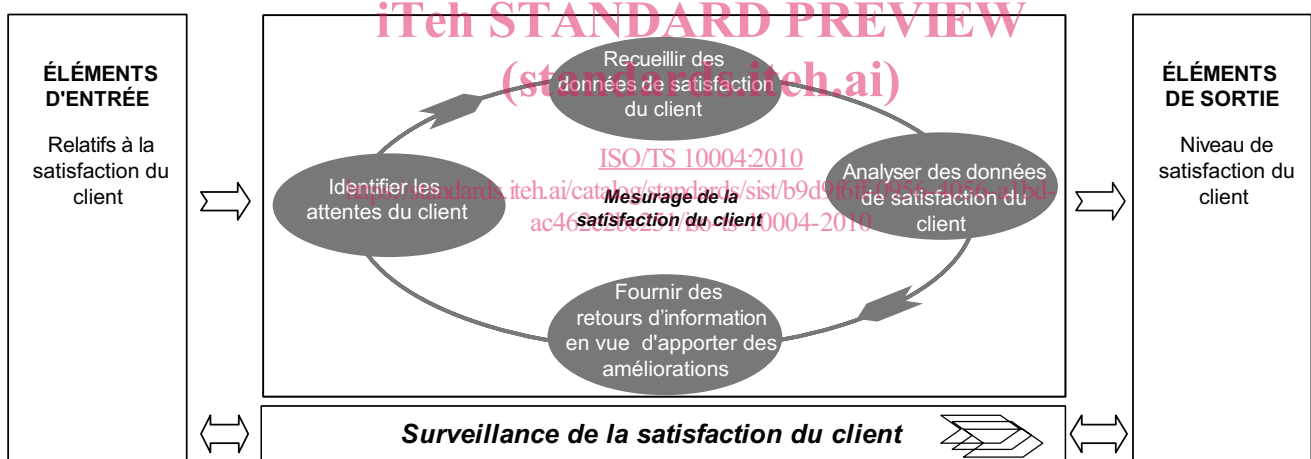


Figure 1 — Surveillance et mesurage de la satisfaction du client

7.2 Identification des attentes du client

7.2.1 Identification des clients

Il convient que l'organisme identifie les clients, existants et potentiels, dont il vise à déterminer les attentes.

Une fois le groupe de clients défini, il convient que l'organisme identifie les clients individuels dont les attentes sont à déterminer. Par exemple, dans le secteur des biens de consommation, ces individus peuvent être des clients réguliers ou des clients occasionnels. Lorsque le client est une entreprise, il convient de sélectionner une ou plusieurs personnes de cette entreprise (par exemple au sein des achats, de la gestion de projet ou de la production).

D'autres exemples de différents types de clients et de considérations sont fournis en B.2.

7.2.2 Détermination des attentes du client

Lors de la détermination des attentes du client (voir Figure A.1), il convient que l'organisme prenne en compte les éléments suivants:

- les exigences formulées du client;
- les exigences implicites du client;
- les exigences légales et réglementaires;
- les autres désirs du client (liste de souhaits).

Il est important d'admettre qu'un client peut ne pas toujours spécifier explicitement tous les aspects du produit. Des éléments présumés peuvent ne pas être spécifiés. Certains aspects peuvent également être négligés ou ignorés par le client.

Comme décrit dans le modèle conceptuel (voir Annexe A), il est crucial que les attentes du client soient clairement et complètement comprises. Le niveau de respect de ces attentes influe sur la satisfaction du client. Des exemples de différents aspects à prendre en compte afin de mieux comprendre les attentes du client sont fournis en B.3.

La relation entre les attentes et la satisfaction du client est traitée de manière plus détaillée en B.4.

7.3 Recueil des données de satisfaction du client

7.3.1 Identification et sélection des caractéristiques liées à la satisfaction du client

Il convient que l'organisme identifie les caractéristiques du produit, de sa livraison et de l'organisme qui ont un effet significatif sur la satisfaction du client. Pour des raisons pratiques, ces caractéristiques peuvent être regroupées en catégories telles que

- a) caractéristiques du produit;

EXEMPLE Performances (qualité, fiabilité), fonctionnalités, esthétique, sécurité, assistance (maintenance, mise au rebut, formation), prix, valeur perçue, garantie.

- b) caractéristiques de livraison;

EXEMPLE Livraison à la date prévue, exhaustivité de la commande, temps de réaction, informations d'utilisation, qualité du service de livraison.

- c) caractéristiques de l'organisme;

EXEMPLE Caractéristiques du personnel (courtoisie, compétence, communication), processus de facturation, gestion des réclamations, sécurité, comportement de l'organisme (éthique commerciale, responsabilité sociale), image publique, transparence.

Il convient que l'organisme classe les caractéristiques sélectionnées en fonction de leur importance relative, telle que perçue par le client. Si nécessaire, il convient de réaliser un sondage parmi un sous-ensemble de clients afin de déterminer ou de vérifier leur perception de l'importance relative des caractéristiques.

7.3.2 Indicateurs indirects de la satisfaction du client

Il convient que l'organisme examine les sources d'informations existantes sur les données reflétant les caractéristiques relatives à la satisfaction du client, par exemple

- fréquence ou tendance des réclamations, demandes d'assistance ou compliments de la part du client,

- fréquence ou tendance des retours de produits, des réparations de produits ou autres indicateurs de performance des produits ou d'acceptation du client, tels que les rapports d'installation ou d'inspection sur le terrain,
- données obtenues au travers de la communication avec les clients par exemple via le personnel du marketing, des ventes ou de l'assistance,
- rapports de sondages de fournisseurs menés par des organismes clients, qui peuvent révéler la manière dont l'organisme est perçu par rapport à d'autres organismes,
- rapports d'associations de consommateurs qui peuvent révéler la manière dont l'organisme et ses produits sont perçus par les clients ou les utilisateurs,
- rapports parus dans les médias qui peuvent révéler la manière dont l'organisme et ses produits sont perçus, et qui peuvent eux-mêmes influencer la perception du client,
- études sectorielles qui peuvent, par exemple, comprendre une évaluation comparative des caractéristiques du produit de l'organisme,
- rapports ou publications d'organismes de régulation.

Ces données peuvent donner un aperçu des points forts et des points faibles du produit et des processus associés de l'organisme (tels que l'assistance pour le produit, le traitement des réclamations et la communication avec les clients). L'analyse de ces données peut faciliter la création d'indicateurs de satisfaction du client. Elle peut également confirmer ou compléter les données de satisfaction obtenues directement auprès du client.

ITeH STANDARD PREVIEW
(standards.iteh.ai)

7.3.3 Mesurages directs de la satisfaction du client

7.3.3.1 Généralités

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/b9d9f6ff-0956-4056-a1bd-ac462e2bc251/iso-ts-10004-2010>

Même si des indicateurs indirects de satisfaction (voir 7.3.2) peuvent exister, il est généralement nécessaire de recueillir des données de satisfaction directement auprès des clients. La ou les méthodes utilisées pour recueillir les données de satisfaction du client dépendent de divers facteurs tels que

- le type, le nombre et la répartition géographique ou culturelle du client,
- la longueur et la fréquence des interactions avec les clients,
- la nature du produit fourni par l'organisme, et
- le but et le coût de la méthode d'évaluation.

Il convient que l'organisme prenne en compte les éléments décrits de 7.3.3.2 à 7.3.3.4 lors de la planification de l'approche et des méthodes à utiliser pour recueillir les données de satisfaction du client.

7.3.3.2 Sélection de la méthode de recueil des données de satisfaction du client

Il convient que l'organisme opte pour une méthode de recueil des données adaptée à ses besoins et au type de données à recueillir.

La méthode la plus couramment utilisée pour recueillir ce type de données est un sondage, qui peut être soit qualitatif soit quantitatif, ou les deux.

Les sondages **qualitatifs** sont ceux généralement conçus pour révéler les caractéristiques du produit, de la livraison ou de l'organisme pertinents en termes de satisfaction du client. Ils sont généralement réalisés afin de comprendre ou d'examiner les perceptions et les réactions individuelles, et de mettre au jour des idées et des problèmes. Ils sont relativement souples dans leur application, mais peuvent être subjectifs.