



services

STRATÉGIE de l'ISO pour la **normalisation des services**



Pourquoi une stratégie pour les services ?

Au cours des deux dernières décennies, les exportations mondiales de services commerciaux ont plus que quadruplé et le commerce international des services a continué de croître à un rythme plus rapide que le commerce des marchandises. Avec la déréglementation et la privatisation des services publics (énergie, transports, télécommunications), la délocalisation des prestations (services de santé, assistance informatique, centres d'appels) et l'expansion des services sur le Web (tourisme, services financiers, boutiques en ligne), il est de plus en plus besoin de Normes internationales pour le secteur des services. Dans cette logique est apparu le nouveau terme de « servicisation » pour désigner l'évolution suivie par des entreprises manufacturières de pure production de produits, qui vont progressivement vers des formes d'offres de services et de solutions complémentaires à leurs produits.

Face à ces tendances, l'ISO prévoit que la demande du marché pour les normes relatives aux services ne va cesser d'augmenter et nous voulons faire en sorte que l'ISO et ses membres disposent des outils et des connaissances nécessaires pour répondre à cette demande et aux défis et opportunités qu'elle présente.

Objectifs de cette stratégie

Les objectifs sont les suivants :

- 1.** Augmenter la visibilité de l'ISO en tant que producteur de Normes internationales pour les services. L'ISO est réputée pour ses normes applicables aux produits et aux procédés, mais la démarche et les avantages des Normes internationales pour les services ne sont pas encore bien connus.
- 2.** Aider les membres de l'ISO à relever les défis particuliers associés à l'élaboration de normes pour les services. Par exemple, pour l'identification et l'engagement des parties prenantes dans le secteur des services qui est très hétérogène et où bon nombre des parties prenantes sont des PME.
- 3.** Acquérir une meilleure compréhension des intérêts et des tendances du marché pour la normalisation internationale des services et obtenir des retours d'information sur l'utilisation des normes de service ISO.

La stratégie de l'ISO pour les services (2016-2017)

La stratégie de l'ISO pour les services se déploie sur deux axes : communication & sensibilisation et compréhension des intérêts du marché. Au cours des deux prochaines années (2016-2017), l'ISO se concentrera, dans ces deux axes, sur les aspects suivants :

Communication & sensibilisation

- Développer davantage de produits de communication ou les améliorer : aider les membres de l'ISO à mobiliser leurs parties prenantes dans les secteurs des services et en particulier les PME (avec des documents de sensibilisation ciblés pour les parties prenantes).
- Mieux promouvoir et accroître la visibilité de l'ISO, en tant qu'organisation élaboratrice de normes de service : préparer des arguments clairs en faveur de la normalisation des services et les communiquer aux parties prenantes (par exemple aux PME).
- Créer des études de cas sur les normes de service et sur la façon dont elles sont utilisées : employer des exemples de réussite pour démontrer

les avantages qu'elles procurent et leurs impacts (par exemple pour le matériel éducatif/promotionnel).

- Étudier les liens entre les produits et les services : montrer que la normalisation des services est le prolongement naturel de la normalisation des produits.

Compréhension des intérêts du marché

- Identifier les secteurs de l'économie où sont commercialisés les services, qui sont très favorables à l'élaboration de Normes internationales ou en bénéficieraient le plus.
- Consulter les comités qui ont élaboré des normes de service pour bénéficier de leurs expériences avec les parties prenantes et des éventuelles remontées du marché.



Situation actuelle – Les normes pour les services à l'ISO

L'ISO donne la définition suivante du terme « service »

« résultat d'au moins une activité, nécessairement réalisée à l'interface entre le fournisseur et le client, et qui est généralement immatériel »

(ISO/IEC Guide 76:2008, Élaboration des normes de service – Recommandations pour répondre aux attentes des consommateurs)

L'ISO a déjà publié plus de 700 normes ayant trait aux services. Certaines de ces normes peuvent être qualifiées de normes de service « pures », car leur principal objectif est clairement d'aider à la fourniture d'un service (par exemple, la prestation de services dans le secteur du tourisme). D'autres normes concernent l'infrastructure nécessaire à la fourniture d'un service (ce sont les normes de cette catégorie qui sont actuellement les plus nombreuses à l'ISO – par exemple dans le secteur IT et celui des transports). Et une troisième catégorie de normes dans ce domaine regroupe les normes dites « horizontales », par exemple les normes de systèmes de management (NSM), qui peuvent être applicables aux services.

Par secteur, la majeure partie des normes de service ISO publiées concernent les services aux entreprises

(valorisation de la marque, centres de contact clients, externalisation, services d'évaluation, services informatiques, marketing, facturation de réseau, etc.), les services liés au tourisme et aux voyages (plongée sous-marine, tourisme d'aventure) et les services financiers (services financiers bancaires et services financiers aux particuliers).

Pour plus d'informations, consultez le site www.iso.org/iso/fr/services.htm. Pour toute question ou commentaire, contactez tmb@iso.org.

Organisation internationale de normalisation

Secrétariat central de l'ISO
Ch. de Blandonnet 8
Case Postale 401
CH – 1214 Vernier, Genève
Suisse



iso.org

© ISO, 2016
Tous droits réservés

ISBN 978-92-67-20662-2