

Dossier thématique

Certification des sites dédiés à la santé en France

Hervé Nabarette¹, François Romaneix¹, Célia Boyer², Stéphan Jacques Darmoni³, Pierre-Louis Rémy³, Étienne Caniard⁴

1. Haute autorité de santé, F-93218 Saint-Denis La Plaine Cedex, France
2. Fondation Health On the Net, 1205 Genève, Suisse
3. Commission qualité et diffusion de l'information médicale de la Haute autorité de santé, F-93218 Saint-Denis La Plaine Cedex, France
4. Collège de la Haute Autorité de santé, F-93218 Saint-Denis La Plaine Cedex, France

Correspondance :

Hervé Nabarette, 2 avenue du Stade de France, F-93218 Saint-Denis La Plaine Cedex, France.
h.nabarette@has-sante.fr

Disponible sur internet le :
7 août 2009

■ Key points

Certification of health-related websites in France

The 2004 statute that created the French National Authority for Health (HAS, Haute Autorité de Santé) required it to establish a procedure for the certification of health-related web sites.

The HAS established a procedure based on the HONcode certification scheme set up by the Health On the Net Foundation, with which HAS has a partnership agreement.

The HONcode includes eight principles that govern the quality of online health information and its presentation (quality of the production process).

The collaboration between HAS and HON has already led to improvements in a large number of web sites in France and to their certification.

The main advantages of certification for site publishers are better site quality and enhanced credibility rather than a larger audience.

Quality certification has little impact on the choice of site by Internet users as they tend to use search engines to find health-related information.

Future development of the procedure should work to increase the value of certification both by improving the quality of sites and in signaling quality to Internet users.

■ Points essentiels

La loi de 2004 créant la Haute autorité de santé (HAS) l'a chargée d'établir une procédure de certification des sites dédiés à la santé.

La procédure établie par la HAS repose sur la certification HONcode, réalisée par la fondation *Health on the net* (la santé sur l'Internet), avec qui la HAS a passé une convention de partenariat.

Le HONcode contient huit principes qui portent sur la qualité du site et/ou la présentation de l'information sur le site (qualité du « contenant »).

Ce dispositif a permis l'amélioration et la certification d'un grand nombre de sites Internet en France.

L'apport ressenti par l'éditeur réside principalement dans l'amélioration de la qualité de son site et un gain de crédibilité, moins dans une hausse de l'audience.

Les internautes utilisant surtout les moteurs de recherche pour chercher de l'information de santé, la certification joue un rôle limité dans leur choix.

L'évolution de la procédure doit s'attacher à donner de la valeur à la certification, tant dans son volet d'amélioration de la qualité des sites que de signal qualité pour les internautes.

La Haute autorité de santé a la mission d'élaborer une procédure de certification des sites Internet dédiés à la santé

La certification a fait l'objet de réflexions au début des années 2000 impliquant l'Ordre des médecins et le Ministère de la santé (initiative « éthique et transparence e-santé »). Le rapport de l'Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologiques (OPECST) recommandait en 2004 une « évaluation et une accréditation des sites de santé », en insistant sur la sécurité des patients, la lutte contre les charlatans, et l'intérêt d'encadrer les sites à finalité commerciale [1]. Selon l'article L 161-38 de la loi n° 2004-810 du 13 août 2004 relative à l'Assurance maladie, « la Haute autorité de santé est chargée d'établir une procédure de certification des sites informatiques dédiés à la santé (...) ayant respecté un ensemble de bonnes pratiques ». Une certification est une évaluation par un tiers de la conformité d'un produit ou service à un référentiel. Par ailleurs, par « sites informatiques », il faut entendre les services de communication au public en ligne. La Haute autorité de santé (HAS) a d'abord défini le cadre du projet de certification et envisagé la possibilité d'une évaluation exogène des sites. Les sites, par exemple les 100 les plus fréquentés, auraient été évalués selon une grille de critères, sans qu'ils aient à demander la certification. La liste des sites conformes aurait été affichée, et éventuellement celle des sites non conformes. La HAS a fait le choix d'une démarche qualité menée par les sites volontaires, à leur initiative, pour obtenir la certification. Elle a complété la certification par des recommandations sur le « bon usage » de l'Internet. La HAS a pris acte que la certification se distinguait d'autres problématiques, comme l'orientation des internautes, la police sanitaire, la qualité des sites publics, questions importantes et complémentaires. Concernant l'aide à l'orientation des internautes, notons, aux États-Unis, l'exemple d'*Healthfinder* (www.healthfinder.gov/), portail d'orientation, fondé en 1997 par le ministère de la santé : il se veut un guide vers une information fiable (émanant d'institutions, de sociétés savantes, ...). En France, le portail Catalogage et indexation des sites médicaux francophones (CISMEF) repose sur un catalogage visant à sélectionner, décrire et indexer les ressources institutionnelles présentes sur l'Internet (www.cismef.org).

Selon Adams et De Bont [2], la certification et les portails de ce type sont des façons différentes d'approcher la fiabilité de l'information. La certification insiste sur la fiabilité dans les modes de production de l'information (fiabilité procédurale). Les portails type *Healthfinder* reposent sur la fiabilité institutionnelle, celle des organismes vers lesquels ils pointent. Une troisième approche privilégie la fiabilité du contenu, avec l'exemple d'un site comme *Quackwatch* (www.quackwatch.org/) dont le réseau d'experts essaie de traquer l'information fallacieuse et d'actualiser l'information qui est fondée sur les preuves scientifiques. Ces conceptions correspondent à des utilisations différentes mais non exclusives d'Internet.

Partenariat avec la fondation *Health on the net* qui certifie les sites de santé

À l'issue d'une réflexion sur la faisabilité de la certification, la HAS a choisi la Fondation *Health on the net* (HON) pour certifier en France les sites de santé, car son système était celui qui se rapprochait le plus des conditions de succès de la certification (sur la faisabilité d'une certification des sites santé voir l'encadré 1 [3-6]).

La Fondation HON est une organisation internationale non gouvernementale dont le siège social est à Genève. La certification HON repose sur le respect des huit principes du HONcode qui portent sur la qualité du site et/ou de la présentation de l'information de santé (sur les 8 principes du HONcode voir encadré 2). Cette certification est citée dans la communication eEurope 2002 de la Commission européenne comme exemple de mise en œuvre des « critères de qualité des sites *Web* consacrés à la santé ». La démarche de certification est simple et gratuite. Toute la procédure de certification se réalise *via* l'Internet. Elle comporte une première évaluation du site postulant à l'issue de laquelle un rapport d'évaluation est adressé contenant les éventuelles non conformités et les actions correctives souhaitables.

Des atouts supplémentaires sont à noter. L'activité de certification, qui remonte à 1996, s'exerce auprès de 118 pays dont la France. Plus de 6 800 sites ont été certifiés HON. Le caractère unique du logo permet à l'internaute d'identifier des sites certifiés édités dans d'autres pays. La certification est délivrée pour un an avec réévaluation annuelle systématique ; une surveillance des sites est exercée *via* des contrôles aléatoires ; un système de plainte en ligne permet à tout internaute de signaler ce qu'il estimerait être une non conformité, et des automates « visitent » les sites pour en déceler certaines modifications significatives.

La HAS a accrédité HON comme organisme de certification des sites de santé français à l'issue d'une procédure comportant un audit réalisé par deux qualitatifs certifiés et extérieurs à la HAS et à HON. Une convention de partenariat a été signée entre les deux institutions. Les coûts de la certification sont pris en charge par la HAS et la Fondation HON. Un comité de suivi se réunit au

Glossaire

AFAQ	Association française d'assurance qualité
CISMEF	Catalogage et indexation des sites médicaux francophones
HAS	Haute autorité de santé
HON	<i>Health on the net</i>
OPECST	Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologiques

ENCADRÉ 1

La faisabilité d'une certification des sites santé

La réflexion sur la faisabilité d'une procédure de certification a pris en compte : les spécificités du média Internet ; les outils d'évaluation des sites santé et les systèmes de certification existants, souvent élaborés fin des années 1990, début des années 2000 [3] ; une étude menée par l'Association française d'assurance qualité (AFAQ) en 2001 [4].

Il en ressort que :

- Il n'est pas possible de contrôler dans la durée le contenu d'un site. L'information sur un site change rapidement. Un tel contrôle supposerait l'existence d'une information de référence qui n'existe pas dans tous les domaines. La certification du contenu des sites est impossible. Les outils d'évaluation et les systèmes de certification ne peuvent évaluer que le contenant.
- Il existe des codes de bonne conduite éditoriale comme par exemple les « critères de qualité des sites *Web* consacrés à la santé » que la commission européenne a proposés en 2002 à l'issue d'une large consultation [5].
- Une évaluation reposant sur des critères d'éthique et de transparence et qui garde une certaine indépendance par rapport à l'État a une forte légitimité [6].
- Les systèmes de certification en place sont peu développés. Aux États-Unis, l'activité de l'organisme certificateur URAC (www.urac.org/) est faible (en 2009, une vingtaine de sites certifiés). La certification, qui repose sur un référentiel très complet, est payante. En Europe trois organismes de certification ont été identifiés : *Web medica accreditada* (WMA) en Espagne (WMA <http://wma.comb.es>), *Aktionsforum gesundheitsinformationssystem* (AFGIS) en Allemagne (<http://www.afgis.de>), la fondation *Health on the net* (HON) en Suisse www.hon.ch/home1_f.html. Les organismes espagnols et suisses certifient gratuitement les sites de santé postulant à la certification, la solution allemande demande d'être adhérent à l'association AFGIS. WMA certifie uniquement les sites de santé édités en langue espagnole. Environ 500 sites ont été certifiés par WMA. Quarante sites sont certifiés par l'AFGIS en 2008. HON a une activité de certification dans 118 pays, et a certifié plus de 6 800 sites.
- Les demandeurs d'un système de certification insistent sur sa nécessaire simplicité et son faible prix. Les systèmes de certification appliquant des procédures complexes n'ont pratiquement pas d'activité. Le coût de la certification pourrait constituer un obstacle à la certification, notamment pour les éditeurs disposant de peu de ressources, et vu les incertitudes touchant le retour sur investissement.

moins une fois par an, associant notamment le Conseil national de l'ordre des médecins et l'Académie de médecine.

Les sites français peuvent, depuis novembre 2007, sur une base volontaire et gratuite, poser leur candidature à la certification et se voir délivrer le logo HON, et un certificat « HON HAS », délivré « selon la loi n° 2004-810 du 13 août 2004 ». C'est la partie informationnelle du site de santé qui est certifiée. La liste des sites certifiés est consultable depuis le site de la HAS à partir de la rubrique « qualité de l'information médicale/sites internet en santé » (http://www.has-sante.fr/portail/jcms/c_334538/la-certification-des-sites-internet-sante). Il est possible de chercher des informations de santé en naviguant uniquement dans les sites certifiés ou de se voir indiquer le statut certifié d'un site en utilisant la barre d'outils HONcode, le moteur de recherche au sein de CISMEF, ou encore le moteur de recherche Recherche-Santé (<http://www.recherchesante.fr>).

La HAS a élaboré une recommandation : « Internet santé : faites les bons choix » [7], destinée à mettre en garde l'internaute vis-à-vis des pièges de l'Internet et à aiguïser son esprit critique (document inspiré d'un travail de l'*Internet healthcare coalition*). Elle a aussi développé un message de sensibilisation pour les professionnels de santé : « Internet santé et vos patients » [8].

Les efforts de communication sur la certification présentent deux caractéristiques. Ils reposent avant tout sur une « communication virale », misant par exemple sur des réunions dédiées. Ils sont dirigés en premier lieu vers les éditeurs de sites, pour obtenir une « masse critique » de sites certifiés, et parce qu'un certain recul sur la mise en œuvre de la certification est nécessaire pour communiquer vers le grand public et bien expliquer la portée du logo (la « promesse » qu'il contient).

Un dispositif qui a permis l'amélioration et la certification d'un grand nombre de sites en France

Au 11 juin 2009, 807 sites de santé français étaient certifiés. La typologie des sites montre que tous les types d'acteurs du système de santé sont représentés : associations de patients, professionnels de santé, établissements de santé, Assurance maladie et autres assureurs santé, administrations de santé, éditeurs et/ou diffuseurs dédiés à l'information de santé... La fondation HON, en partenariat avec la HAS, a initié une évolution des directives d'application du HONcode pour mieux les adapter aux forums de discussion et autres sites collaboratifs. En effet, le *Web 2.0* comporte des particularités dont il

ENCADRÉ 2

Les 8 principes du HONcode**1. Autorité**

Indiquer la qualification des rédacteurs.

Tout avis médical fourni sur le site sera donné uniquement par du personnel spécialisé (diplômé) du domaine médical et des professionnels qualifiés, à moins qu'une déclaration explicite ne précise que certains avis proviennent de personnes ou d'organisations non médicales.

2. Complémentarité

Compléter et non remplacer la relation patient-médecin.

L'information diffusée sur le site est destinée à encourager, et non à remplacer, les relations existantes entre patient et médecin.

3. Confidentialité

Préserver la confidentialité des informations personnelles soumises par les visiteurs du site.

Les informations personnelles concernant les patients et les visiteurs d'un site médical, y compris leur identité, sont confidentielles. Le responsable du site s'engage sur l'honneur à respecter les conditions légales de confidentialité des informations médicales applicables dans le pays dans lequel le serveur (ainsi que les éventuels sites-miroir) est situé.

4. Attribution

Citer la/les source(s) des informations publiées et dater les pages de santé.

La source des données diffusées sur le site est explicitement citée avec, si possible, un hyperlien vers cette source. La date de la dernière modification doit apparaître clairement sur la page Web (par exemple : en bas de chaque page).

5. Justification

Justifier toute affirmation sur les bienfaits ou les inconvénients de produits ou traitements

Toute affirmation relative au bénéfice ou à la performance d'un traitement donné, d'un produit ou d'un service commercial, sera associée à des éléments de preuve appropriés et pondérés selon le principe 4. ci-dessus.

6. Professionnalisme

Rendre l'information la plus accessible possible, identifier le web-mestre, et fournir une adresse de contact.

Les créateurs du site s'efforceront de fournir l'information de la façon la plus claire possible, et fourniront une adresse de contact pour les utilisateurs qui désireraient obtenir des détails ou du soutien. Cette adresse (*e-mail*) doit être clairement affichée sur les pages du site.

7. Transparence du financement

Présenter les sources de financement.

Le support d'un site doit être clairement identifié, y compris les

identités d'organisations commerciales et non commerciales qui contribuent au financement, services ou matériel du site.

8. Honnêteté dans la publicité et la politique éditoriale

Séparer la politique publicitaire de la politique éditoriale

Si la publicité est une source de revenu du site, cela sera clairement établi. Le propriétaire du site fournira une brève description de la règle publicitaire adoptée. Tout apport promotionnel ou publicitaire sera présenté à l'utilisateur de façon claire afin de le différencier de l'apport uniquement créé par l'institution gérant le site.

faut tenir compte, comme par exemple le fait que les contributeurs peuvent rester non identifiables, et ne pas chercher à « prouver » leurs propos.

Quel est l'impact de la certification ? La fondation HON a mené au deuxième semestre 2008 une enquête de satisfaction auprès des éditeurs de sites de santé français certifiés HONcode. Les résultats de cette enquête ont montré la satisfaction des éditeurs de site vis-à-vis du processus de certification [9]. Au-delà de la satisfaction des éditeurs, quel est l'impact sur la qualité des sites ? L'amélioration de la qualité des sites a été objectivée dans une étude longitudinale menée par la HAS et HON en 2008 sur 165 sites. Lors de l'évaluation initiale, 56 % des sites n'étaient pas conformes car ils ne respectaient pas un ou plusieurs principes du HONcode. HON accompagne les sites vers la conformité. Six à 8 mois après l'obtention de la certification, le pourcentage des sites certifiés non conformes était de 8 %. Si on considère les sites non conformes (14/165), la plupart l'étaient sur des parties nouvelles du site, et 11 sur 14 n'étaient en défaut que sur un critère. Ces données montrent l'amélioration de la qualité des sites induite par la certification. Elles la sous-estiment même probablement car une partie des sites postulant à la certification essaient de se mettre en conformité avec le HONcode préalablement à la demande de certification.

Une autre étude a évalué 169 sites qui ne demandaient pas la certification, pour en mesurer la conformité aux principes du HONcode. Le pourcentage de sites conformes au HONcode était de 1 % chez ces sites témoins. Cette étude a montré le non respect des principes du HONcode en dehors d'un processus de certification [10]. D'autres études ont montré le faible respect des principes du HONcode [11-15].

Certification des sites : quel apport pour l'internaute ?

L'apport pour l'internaute peut s'analyser à partir de 3 questions :

- la promesse contenue dans le logo est-elle tenue ?
- la certification répond-elle au besoin du chercheur d'information de santé ?

- la certification est-elle adaptée aux spécificités de l'Internet et au comportement des internautes ?

La promesse contenue dans le logo est-elle tenue ? Le logo est-il fiable ?

Comme on l'a vu, 6 à 8 mois après l'obtention de la certification, 92 % des sites certifiés étaient conformes à tous les principes. Remarquons que si la certification était obligatoire, le pourcentage de sites non conformes serait probablement plus élevé, du fait de la mauvaise volonté des récalcitrants et de l'impossibilité matérielle de repérer à chaque instant toutes les non conformités. Lorsque la certification ne repose pas sur une démarche qualité volontaire, le certificat peut être dévalué.

La certification répond-elle au besoin du chercheur d'information de santé ?

Notons que le respect de règles de bonne pratique éditoriale et de transparence est déjà une façon de répondre au besoin de l'internaute citoyen. Au-delà, la notion de besoin de l'internaute peut s'analyser à travers les dimensions de la qualité de l'information. Certaines sont intrinsèques : l'information est dans l'idéal exacte, actualisée, et exhaustive. D'autres sont extrinsèques : l'information doit être accessible, avoir un bon « design », et être facile d'utilisation (voir par exemple la grille d'évaluation développée par « Intute : Health and life sciences », http://www.intute.ac.uk/healthandlifesciences/BIOME_Evaluation_Guidelines.doc (visité le 2 avril 2009)). La certification est-elle prédictive de ces dimensions ? Pour certaines, non : exhaustivité du contenu, accessibilité, design, facilité d'utilisation. En revanche, le certificat, qui atteste de la qualité du site et/ou de la présentation de l'information de santé devrait avoir un lien avec le caractère exact/actualisé de l'information. Si la certification ne garantit pas que les textes du site certifié sont exacts, le lien peut provenir de ce que les rédacteurs doivent signer (principe 1) et donc assumer leurs textes. Ensuite, HON, en cas de textes trop éloignés du consensus médical, peut demander de citer l'origine des informations fournies (principe 4) et les preuves (principe 5), ce qui aboutit à des modulations rédactionnelles, par exemple à mieux citer les alternatives thérapeutiques existantes. Enfin, le certificat requiert une distinction claire entre publicité et information (principe 8), ce qui évite certains types d'information trompeuse. Des études ont évalué le lien entre le certificat et le caractère exact de l'information : certaines trouvent un lien positif [16,17], d'autres une absence de lien [18]. La variabilité des résultats semble dépendre du domaine de santé étudié, et de la quantité de sites certifiés, mais cette question demande à être approfondie. Un autre point est à souligner, touchant à la pertinence de règles de transparence vis-à-vis des différents types de service Web. Ces règles de transparence touchant à la production de contenu trouvent par définition toujours à s'appliquer. Mais un décalage entre des principes généraux et la

spécificité de certains sites qui s'éloignent du modèle éditorial et de la présentation de textes (comme les forums de discussion, les moteurs de recherche, les bases de connaissances...) peut être observé.

La certification est-elle adaptée aux spécificités de l'Internet et au comportement des internautes ?

Les logos qualité semblent avoir peu d'influence sur les internautes (sur le comportement des internautes et la qualité des sites voir l'encadré 3 [19-21]). Vu leurs pratiques, il pourrait toutefois en être différemment s'ils étaient insérés au niveau des pages de résultats de moteurs de recherche, avec un lien vers une explication sur la portée du certificat. Mais cela consiste pour un moteur à accepter de « compléter » les résultats issus de son algorithme de ranking... Un élément évident à souligner à ce niveau : l'intérêt de la certification dépend aussi de sa capacité à motiver ceux de sites qui sont les plus fréquentés, afin que le logo ait des chances d'être visualisé par les internautes, et du ratio entre les sites certifiés et l'offre d'information sur le Web.

Il faut aussi considérer les acteurs qui conseillent les internautes : la presse grand public, les associations de consommateurs, les associations de patients. Un article court du magazine *Elle* de février 2009 sur les sites santé [22] tient un discours à plusieurs niveaux : il fait de la pédagogie (« les trucs qui doivent vous faire fuir »), flèche quelques sites utiles en donnant leurs « plus » et leurs « moins », fait référence à la

ENCADRÉ 3

Le comportement des internautes et la qualité des sites (voir [19] pour une revue de littérature sur le sujet)

Le plus souvent, les internautes cherchent l'information par le biais de moteurs de recherche (et donc arrivent sur des pages internes de sites, par exemple des pages de forum). Les moyens de vérification de l'information utilisés par l'internaute sont la comparaison des informations issues de divers sites, les discussions en ligne, la comparaison avec d'autres sources d'information, la discussion avec le médecin, les discussions avec la famille ou des amis. Les internautes disent accorder de l'importance à l'identification et à la crédibilité des sources et des auteurs, et au fait que l'information est datée, mais dans les faits, ils vérifient peu ces éléments. Ils sont aussi peu attentifs aux logos qualité. Compte tenu des études disponibles, il n'est pas possible de confirmer l'hypothèse que les sites les plus fréquentés sont de meilleure qualité que les autres.

Vu les facilités offertes par les sites (« un site est à un clic de la concurrence ») et les forums de discussion [20,21]), un conseil pertinent et réaliste consiste, à côté de la nécessaire discussion avec son médecin, à recommander à l'internaute de croiser le plus possible les informations.

certification HON, et rappelle que « certains forums couvrent presque tous les sujets » (« et toujours... *Doctissimo* »). Un dossier de « 60 millions de consommateurs » de mars 2009 sur 8 sites d'information santé [23] donne des conseils « avant de surfer », et analyse les 8 sites avec des critères de contenu et de contenant, notamment celui de « publicité et transparence » (en suivant le principe 8 du HONcode). L'article cherche à éveiller l'esprit critique vis-à-vis des forums. Il montre l'intérêt de la certification HON, pour ses critères, et parce qu'elle se trouve liée, pour les 8 sites étudiés, à la qualité du contenu. Les associations de patients ont souvent leur propre site, et identifient des sites liés à la maladie dont elles s'occupent [24]. Pour les internautes, le signal qualité apporté par la certification ne peut être que partiel. Les internautes semblent avoir des comportements qui les prémunissent, en général, d'éventuels dangers, même si leur intérêt objectif réside dans le respect par les sites des principes du HONcode, notamment la séparation publicité/contenus. Comme cela apparaissait dans l'étude de faisabilité de l'Association française d'assurance qualité (AFAQ), les acteurs les plus demandeurs de la certification se trouvent chez les associations de consommateurs.

Certification des sites : quel apport pour l'éditeur ?

Avant d'envisager les déterminants de l'apport pour les éditeurs, il convient de remarquer que l'implication des éditeurs dans l'élaboration et l'évolution du référentiel est indispensable, ce que ne manque pas de faire la fondation HON. L'apport pour l'éditeur peut résider dans la démarche d'amélioration et/ou un gain crédibilité, et/ou un surcroît d'audience.

Tout d'abord, la certification représente une validation externe, qui procure un repère et le sentiment du travail bien fait... Ceci semble confirmé par l'enquête de satisfaction auprès des éditeurs certifiés [9]. Ils mettent en avant un apport dans la rigueur tant pour la gestion du site (76 %) que pour la présentation de l'information de santé (70 %). Certains d'entre eux peuvent prendre conscience à l'occasion de la certification de principes qu'ils n'avaient pas encore clairement formalisés, et ainsi progresser. Au-delà de la mise en conformité, la certification apporte-t-elle une aide face aux difficultés ressenties par les *webmasters* dans la gestion de leur site ? L'adaptation des « directives d'application » du HONcode à la gestion des forums de discussion peut être interprétée dans ce sens, même si cette dimension n'est pas prédominante, ne serait-ce que parce que des dimensions de qualité échappent comme on l'a vu à la certification.

Par rapport au service qu'ils offrent, le gain de qualité est probablement moindre pour les sites qui s'éloignent du modèle éditorial (cf plus haut). Toutefois, pour certains sites, des déclinaisons du référentiel, explicites ou implicites, peuvent parvenir à compléter le HONcode. Ainsi, la certification prend en compte la législation en vigueur du pays et les chartes ordinales

sur la communication Internet. Un site de professionnel de santé qui diffuse de l'information de santé doit suivre les recommandations ordinales de « présentation de soi » sur l'Internet : HON s'inspire de ces recommandations pour évaluer ces sites.

Deuxièmement, la certification est-elle porteuse d'un gain de crédibilité ? Les éditeurs pensent que oui (92 %), même s'ils soulignent dans les commentaires libres du questionnaire la nécessité de mieux la faire connaître auprès du grand public et d'en expliquer l'intérêt. Cette demande était aussi exprimée dans l'étude AFAQ de faisabilité : étaient cités la « communication vers le public par les pouvoirs publics » et la « création d'un espace internaute servant à mettre en valeur les sites certifiés ».

Quels sont les mécanismes de la crédibilité ? Des « donneurs d'ordres » jouent-ils un rôle, comme souvent dans les certifications ? Le développement de l'Internet a montré que les fournisseurs d'accès et les moteurs n'étaient finalement pas très demandeurs des labels qualité. Dans le système américain, les payeurs peuvent être demandeurs de la certification de leurs sites d'information (cf exemples de sites certifiés dans la procédure URAC), mais le système de santé français est différent. Des annonceurs, notamment publics, pourraient demander que les sites pour lesquels ils achètent de l'espace se fassent certifier.

La crédibilité liée à la certification peut se développer *via* les médias. Nous avons évoqué la presse grand public et les associations de consommateurs. La certification des sites est un sujet qui fait naturellement beaucoup parler [9]. Le fait de ne pas être certifié signifie un coût d'image, surtout si le site est connu et que les concurrents sont certifiés. Dans cette analyse, les sites des institutions sont à mettre à part : même si la mise en conformité n'est pas toujours aisée, la sphère publique cherche globalement à donner le « bon exemple » (cf certification des sites du Ministère, de l'Assurance maladie, de l'AFS-SAPS, ...). Les sites qui traitent de « médecines alternatives » peuvent aussi éprouver une motivation particulière.

Troisièmement, la certification apporte-t-elle un gain d'audience ? Vu la description faite plus haut du comportement des internautes, cela semble difficile. Dans le questionnaire satisfaction, seulement 30 % pensaient que la certification procurait « plus de liens » vers leur site, et la même proportion disait « plus de visiteurs ».

Pour les éditeurs, l'amélioration de certaines dimensions qualité, le gain de crédibilité et la gratuité semblent incitatifs, sans qu'il soit possible d'appréhender les poids relatifs de ces facteurs.

Perspectives

Le législateur, la HAS et HON cherchent à donner un signal qualité sur les sites et à les faire progresser. Leur action peut se rapprocher de la théorie des « biens tutélaires », c'est-à-dire les

biens pour lesquels les individus ne sont pas disposés à affecter de leur propre chef suffisamment de ressources, et dont la consommation doit être encouragée. Les pouvoirs publics ont identifié un comportement/un type de bien bénéfique, et ils le subventionnent. Le fait de limiter la certification au média Internet serait justifié par le faible respect des critères de qualité, même si les dispositifs distinguant publicité et contenu pourraient être étendus à d'autres médias. Au-delà de la certification, et à son occasion, cette action publique doit contribuer à l'information du public et des professionnels de santé sur l'information de santé en ligne.

La certification doit-elle devenir un jour payante ? Notons que la mise à niveau du site représente déjà un coût. La gratuité de la certification présente l'avantage de rallier un nombre plus important de sites. À l'inverse, un financement individuel significatif témoignerait de son importance pour les éditeurs, mais il conviendrait alors de ne pas décourager ceux des sites qui ont peu de moyens.

De façon générale, les choix orientant la procédure de certification devront veiller à donner de la valeur à cette dernière, tant dans son volet d'amélioration de la qualité, que de signal

qualité. Plusieurs pistes sont à explorer. Des déclinaisons du référentiel peuvent rendre la certification plus pertinente, comme le montre l'exemple de la prise en compte des recommandations ordinales pour les sites de professionnels de santé. Des coopérations avec les représentants des différents types d'éditeurs permettent de définir ces déclinaisons, et plus généralement de se rapprocher des différentes parties prenantes. Une réflexion sur le périmètre de la certification HON HAS peut aussi être utile. Celui-ci intègre par exemple actuellement des sites agrégateurs d'information santé. Une réduction de ce périmètre permettrait de privilégier les sites diffusant de l'information de santé. Une réflexion sur l'affichage du certificat est aussi nécessaire, afin que la portée de la certification, qui ne concerne que la partie production du contenu du site, apparaisse clairement. La définition des modalités de communication dépend des réponses apportées à ces questions, mais elle peut aussi par elle-même contribuer à la valeur de la certification.

Conflits d'intérêts : Les auteurs ont contribué à établir la procédure de certification des sites dédiés à la santé en France.

Références

- [1] Dionis du Séjour J, Etienne JC. Les télécommunications à haut débit au service de la santé. Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologiques, Rapport n°1686 Assemblée nationale, n° 370 Sénat ; 2004. <http://www.assemblee-nationale.fr/12/pdf/rap-off/i1686-t1.pdf> (visité le 10 juin 2009).
- [2] Adams SA, De Bont AA. Notions of reliability. Considering the importance of difference in guiding patients to health care web sites. *Methods Inf Med* 2003;42:307-12.
- [3] Haute Autorité de santé, Service qualité de l'information médicale. Évaluation de la qualité des sites e-santé et de la qualité de l'information de santé diffusée sur Internet. Revue de la littérature des outils d'évaluation. Mai 2007 http://www.has-sante.fr/portail/upload/docs/application/pdf/evaluation_qualite_site_sante_internet.pdf (visité le 10 juin 2009).
- [4] AFAQ. Etude de faisabilité d'une démarche de certification des services pour les sites internet santé destinés au grand public. Etude pour le Ministère de l'emploi et de la solidarité et le conseil national de l'ordre des médecins 2001.
- [5] Commission des Communautés européennes. Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social et au Comité des régions. eEurope 2002: critères de qualité applicables aux sites Web consacrés à la santé. COM(2002) 667 final. Bruxelles : CCE; 2002.
- [6] Lampe K, Cross P, Brickley D, Kohler C, Roine R, Eysenbach G. Societal dimensions of third-party evaluation of Internet health content. *Stud Health Technol Inform* 2003;95:661-6.
- [7] Haute Autorité de santé, Service qualité de l'information médicale. Internet santé, faites les bons choix. http://www.has-sante.fr/portail/upload/docs/application/pdf/internet_sante_faites_bons_choix.pdf (visité le 10 juin 2009).
- [8] Haute Autorité de santé, Service qualité de l'information médicale. internet santé et vos patients. http://www.has-sante.fr/portail/upload/docs/application/pdf/internet_sante_et_vos_patients.pdf (visité le 10 juin 2009).
- [9] Haute Autorité de santé, Service qualité de l'information médicale. La certification des sites de santé en France. Rapport d'activité, novembre 2007 – novembre 2008. Décembre 2008 http://www.has-sante.fr/portail/upload/docs/application/pdf/2009-01/bilan_certification_novembre_2007_novembre2008.pdf (visité le 10 juin 2009).
- [10] Haute Autorité de santé (Service qualité de l'information médicale) et fondation Health On the Net. Impact de la certification sur la qualité des sites santé. http://www.has-sante.fr/portail/upload/docs/application/pdf/2009-06/impact_de_la_certification_des_sites.pdf (visité le 15 juin 2009).
- [11] Thuraija R, Barrass B, Persad R. Internet websites selling herbal treatments for erectile dysfunction. *Int J Impot Res* 2005;17:196-200.
- [12] Croft DR, Peterson MW. An evaluation of the quality and contents of asthma education on the World Wide Web. *Chest* 2002;121:1301-7.
- [13] Burneo JG. An evaluation of the quality of epilepsy education on the Canadian World Wide Web. *Epilepsy Behav* 2006;8:299-302.
- [14] Jaffery JB, Becker BN. Evaluation of eHealth web sites for patients with chronic kidney disease. *Am J Kidney Dis* 2004;44:71-6.
- [15] Yegenoglu S, Sozen B, Aslan D, Calgan Z, Cagirci S. An evaluation of the quality of Turkish community pharmacy web sites concerning HON principles. *Telemed J E Health* 2008;14:375-80.
- [16] Sadat U, Chang G, Sorani A, Walsh S, Gaunt M. Carotid artery stenosis does the world wide web provide sufficient information to these patients? *Vascular* 2008;16:91-4.
- [17] Khazaal Y, Fernandez S, Cochand S, Reboh I, Zullino D. Quality of web-based information on social phobia: a cross-sectional study. *Depress Anxiety* 2008;25:461-5.
- [18] Khazaal Y, Chatton A, Cochand S, Jermann F, Osiek C, Bondolfi G *et al.* Quality of web-based information on pathological gambling. *J Gambli Stud* 2008;24:357-66.
- [19] Haute Autorité de santé, Service qualité de l'information médicale. Le patient

- internaute. Revue de la littérature. Mai 2007 http://www.has-sante.fr/portail/upload/docs/application/pdf/patient_internaute_revue_litterature.pdf.
- [20] Nabarette H. L'internet médical et la consommation d'information par les patients. *Réseaux* 2002;4:249-86.
- [21] Dupagne D. Médecine 2.0. <http://www.atoute.org/n/rubrique28.html>.
- [22] Magazine Elle. Le top des sites médicaux. Février 2009.
- [23] Revue 60 millions de consommateurs. 8 sites d'information santé : Internet n'est pas le remède miracle. Numéro n° 436 ; Mars 2009.
- [24] Nabarette H, Oziel D, Urbero B, Maxime N, Aymé S. Utilisation d'un annuaire des services spécialisés et orientation dans le système de soins : L'exemple d'Orphanet dans les maladies rares. *Revue d'Epidémiologie et de Santé Publique* 2006;54: 41-53.