



Avis en ligne : Attention aux faux commentaires !

Faut-il se fier aux avis de consommateurs sur internet ? Soyez vigilant et diversifiez vos sources d'information !

Selon une étude réalisée par la Fevad/Médiamétrie /NetRatings de septembre 2016, 49 % d'internautes auraient recherché des avis de consommateur pour choisir un produit ou un site et 51 % auraient donné une note ou un commentaire sur un produit acheté sur internet.

Des avis pas toujours fiables

Qu'il s'agisse de faux avis positifs postés par un professionnel, son entourage ou une agence de communication, ou bien d'avis négatifs rédigés par un concurrent ou toute autre personne malveillante, ces commentaires trompent le consommateur et faussent la concurrence.

Il est difficile de chiffrer les proportions prises par le phénomène des faux avis sur internet, l'identification d'un lien entre l'auteur et l'établissement, le produit ou le service évalué étant parfois difficile.

Cependant de nombreux éléments attestent de l'importance du phénomène comme les procédures contentieuses établies par la DGCCRF, par exemple.

Les infractions en matière d'avis de consommateurs sur internet sont relevées dans tous les secteurs d'activité (automobile, électroménager, mobilier, habillement, services), mais également sur les réseaux sociaux, dans le secteur des applications mobiles.

Les enquêtes menées par la DGCCRF

La DGCCRF a recensé de nombreuses pratiques discutables.

Ainsi, certains gestionnaires d'avis suppriment tout ou partie des avis de consommateurs à tendance négative, au profit des avis plus positifs. Cette pratique répandue peut aller jusqu'à la suppression pure et simple de tout avis négatif.

D'autres gestionnaires d'avis publient de façon très rapide les avis positifs alors qu'ils diffèrent la publication des avis négatifs, ceci ayant pour conséquence de faire apparaître une majorité d'avis positifs parmi les plus récents.

Les enquêtes ont également démontré l'existence de faux avis rédigés par les professionnels, leur entourage ou même des prestataires spécialisés.

Ces sous-traitants, possèdent un savoir-faire (style rédactionnel, fausses identités) et des techniques informatiques permettant une certaine discrétion. Les faux avis sont alors déposés en grand nombre, sur des supports variés pour plus d'efficacité (sites d'avis, forums de discussion, réseaux sociaux, etc.).

Les différentes enquêtes ont mené la DGCCRF à sanctionner les pratiques déloyales en établissant des suites et procédures contentieuses et administratives à l'encontre de certains gestionnaires d'avis.

La première norme dans ce domaine est française

En juillet 2013, l'AFNOR a publié la première norme d'application volontaire, dans le monde, visant à fiabiliser la collecte et le traitement des avis de consommateurs sur internet.

La norme NF Z74-501 peut être appliquée par tous les sites qui souhaitent améliorer la qualité de leur relation client. Elle définit des principes et des exigences de collecte, modération et restitution d'avis de consommateurs sur internet, tels que l'interdiction d'acheter des avis, l'engagement de publier l'ensemble des avis positifs et négatifs, la publication des avis les plus récents en premier, etc.

En 2014, la France a fait adopter par l'Organisation internationale de normalisation (ISO) le projet d'en faire une norme internationale et elle a obtenu la présidence du « *Technical committee* ».

La publication de cette norme internationale NF ISO 20488 « avis en ligne de consommateurs – principes et exigences portant sur les processus de collecte, modération et publication des avis » qui remplacera

la norme NF Z74-501 est prévue au 30 septembre 2018.

Règlementation : obligation d'information des consommateurs

Au niveau national, la loi n°2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique a créé l'article L. 111-7-2 du Code de la consommation qui prévoit des obligations d'information pour les gestionnaires d'avis en ligne, inspirées par la norme française. A ce titre les consommateurs, notamment, de l'existence d'une procédure de contrôle des avis et de ses principales caractéristiques, de la date de publication de l'avis et de l'expérience de consommation, des critères de classement des avis ainsi que des raisons justifiant du refus de publication d'un avis. Ces obligations d'information sont entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2018.

Il est extrêmement difficile pour un consommateur de repérer les faux avis publiés sur internet. Ainsi, avant de concrétiser un achat, il est prudent de diversifier les sources d'information et de ne pas se fier uniquement aux renseignements recueillis en ligne.

Textes de référence

Code de la consommation :

- [article L.121-2](#) sur les pratiques commerciales trompeuses
- [article L.111-7-2](#) et [article D.111-16 à D.111-19](#) sur les obligations générales d'information précontractuelle
- Norme AFNOR n° Z74-501

Liens utiles

[Avis en ligne : attentions aux faux commentaires](#) (Vidéo)

[Enquête sur les faux avis de consommateurs sur les plateformes numériques](#)

Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer aux textes officiels.

Pour tout renseignement complémentaire, reportez-vous aux textes applicables ou rapprochez-vous d'une [direction départementale de la protection des populations \(DDPP\)](#) ou [direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations \(DDCSPP\)](#).

Crédit photo : ©Fotolia