

Avis clients sur Internet : comment discerner le vrai du faux ?

Chronique de Sacha Goepp
Plus que Pro

31/03/15 15:43



Avant d'acheter un produit ou un service, les consommateurs examinent les commentaires que les autres clients ont déposés sur internet. Mais il est assez facile de falsifier ces avis. Comment savoir si une chambre d'hôtel ou un restaurant a réellement été testé ?

Sur internet, les consommateurs rencontrent plusieurs types de collectes d'avis et de commentaires, plus ou moins dignes de confiance.

Avis clients associés à une solution de paiement en ligne : fiables mais montants d'achat limités

Sur les sites marchands, les avis clients sont rattachés à un système de paiement. Lorsque le consommateur paie avec sa carte bancaire, il reçoit un mail accompagné d'un questionnaire à remplir sur le produit ou le service qu'il a acheté. Ici point de mensonge, les clients sont bien réels car liés à une preuve d'achat. Mais les sommes engagées ne sont pas très élevées. En 2014, le panier moyen d'achat des Français sur internet s'élevait à 81 euros, selon les chiffres de la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance). Les achats effectués en ligne ne concernent pas des produits ou des services anxiogènes comme ceux liés au logement (construction d'une piscine, la rénovation d'une maison...). Dans ces domaines, les erreurs de choix entre plusieurs prestataires se paient très cher.

Il faut également mentionner le cas des plateformes de réservation de type Booking. Pour pouvoir déposer un commentaire sur un hôtel, l'internaute doit y avoir séjourné. Son avis est associé à une solution de paiement en ligne. En revanche, dans ses conditions générales de prestation, Booking se réserve le droit de publier ou non lesdits commentaires, sans obligation de vérification, et de modifier ou supprimer un commentaire négatif s'il comprend des obscénités ou mentionne le nom d'un individu. Certains utilisateurs du site se sont plaints de voir leur commentaire négatif diffusé tout en bas de liste des avis ou purement censuré...

Faux avis clients non contrôlés et toujours plus nombreux sur des sites puissants

La deuxième catégorie de collecte d'avis client est constituée par les sites d'avis de type TripAdvisor, ou sur un moteur de recherche comme Google par exemple. La fiabilité de ces avis est limitée car n'importe qui peut se faire passer pour un consommateur et déposer son avis en quelques secondes sur TripAdvisor par exemple. Quant aux notes qui

apparaissent sur les annonces Google, elles sont collectées sur des sites web et autres sources proposant des avis sur les marchands. Là encore, sans contrôle ni vérification fiable. Les internautes doivent donc rester vigilants par rapport aux avis déposés sur ce type de sites, si ces derniers ne vérifient pas que le service a bel et bien été utilisé par l'internaute qui dépose son avis.

Et cette méfiance est fondée d'après l'enquête menée en 2013 par la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) qui soulignait un taux d'anomalies des avis clients de 45 %, tous secteurs confondus. Ce chiffre est en forte augmentation.

Une norme française insuffisante contre les abus

Pour lutter contre le fléau des faux avis, l'Afnor (Agence Française de Normalisation) a publié en juillet 2013 la norme NF Z74-501 relative au traitement des avis de consommateurs en ligne. En adoptant cette norme, une entreprise s'engage sur un certain nombre de principes : l'auteur de l'avis doit pouvoir être identifié et contacté, aucun avis de consommateurs ne doit être acheté, les motifs de rejet doivent être indiqués dans les conditions générales d'utilisation du site, la modération doit faire l'objet d'un délai de traitement court et être a priori, les avis doivent apparaître de manière chronologique, tous les avis doivent être affichés, etc.

En décembre 2014, 14 sites étaient certifiés NF Service en ligne. Mais il s'agit d'une norme d'application volontaire qui s'apparente davantage à un code de bonnes pratiques car elle ne dispose pas d'une force contraignante. Elle n'est pas non plus soumise à un contrôle extérieur. Il suffit de s'auto-déclarer respectueux de la norme. Même si des sanctions pécuniaires sont prévues par le code de la consommation en cas d'utilisation abusive, elles n'arrêtent pas les fraudeurs. Dans son enquête publiée en juillet 2014, la DGCCRF a décelé de fausses allégations de conformité à la norme NF Z74-501 : « *des gestionnaires de sites internet se sont auto-déclarés conformes à cette norme alors que les pratiques des entreprises n'étaient pas conformes. Il s'agit d'une pratique commerciale trompeuse* ».

Détecter les avis fiables grâce à des normes internationales ISO

Mais tous les avis clients postés sur le web ne sont pas tronqués. Il existe des systèmes de contrôle fiables comme celui mis en place par Opinion System. Cet organisme indépendant, est doublement certifié : Iso 9001 pour la qualité de ses services et Iso 20252 pour son processus de contrôle et de restitution des données des avis clients. La norme Iso 20252 est le référentiel de performance des sociétés d'études de marché et d'études sociales et d'opinion. Opinion System recueille des avis clients en volume en s'appuyant sur une méthode scientifique basée sur la règle des quotas et des probabilités. Tous les questionnaires envoyés aux clients sont enregistrés à la Caisse des Dépôts et Consignations.

A l'heure actuelle, Opinion System est l'organisme indépendant qui propose la méthode la plus fiable de collecte et de traitement des avis clients au service des entreprises, méthode utilisée par des services comme Plus que Pro notamment.

En attendant que la norme NF Z74-501 devienne peut-être un jour une norme internationale Iso...