

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

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.

commentaires!

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 (NF Z-74-501), dans le monde, visant à fiabiliser la collecte et le traitement des avis de consommateurs sur internet.

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 commitee ».

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 » a remplacé la norme NF Z74-501 en septembre 2018.

La norme NF ISO 20488 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.

Règlementation: obligation d'information des consommateurs

Au niveau national, 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 doivent être informés, 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 1er 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.

Dans le souci de protéger davantage les consommateurs contre certaines pratiques commerciales relatives aux avis de consommateurs, le code de la consommation interdit, depuis le 28 mai 2022, deux nouvelles pratiques commerciales:

- affirmer qu'un avis a été déposé par un consommateur qui a acheté ou utilisé le produit qui fait l'objet de l'avis sans que le professionnel n'ait pris de mesures pour le vérifier;
- diffuser ou faire diffuser des faux avis ou de fausses recommandations sociales ou modifier des avis de consommateurs pour promouvoir des produits.

De plus, sont réputées substantielles les informations permettant d'établir si et comment le professionnel garantit que les avis publiés émanent de consommateur qui ont effectivement acheté ou utilisé un produit. Ainsi, l'omission de ces informations seraient susceptibles de constituer des pratiques commerciales trompeuses.

Textes de référence

Code de la consommation :

- ➤ <u>articles L.121-2 à L. 121-4</u> 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 NF ISO 20488

Liens utiles

Avis en ligne: attentions aux faux commentaires (Vidéo)

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 signaler un problème de consommation à une entreprise et se renseigner sur ses droits :



Pour être alerté des produits dangereux :



Pour contacter la DGCCRF:



0809 540 550 DGCCRF - RéponseConso - B.P.60 34935 Montpellier Cedex

Pour les personnes sourdes et malentendantes téléchargement de l'application gratuite ACCEO:



Crédit photo: ©Fotolia