

Avis en ligne : attention aux faux commentaires !

27/03/2024

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



L'essentiel

- Soyez vigilant face aux commentaires trompeurs, qu'ils soient positifs ou négatifs.
- Les gestionnaires d'avis doivent vous informer sur l'existence d'une procédure de vérification des avis.
- Avant d'acheter, n'hésitez pas à diversifier vos sources d'information pour prendre une décision éclairée.
- Méfiez-vous des offres en contrepartie d'avis positif : vous risquez d'engager votre responsabilité.

Les avis ne sont pas toujours fiables

Qu'il s'agisse d'avis positifs ou négatifs, certains commentaires peuvent être rédigés en vue de tromper le consommateur et fausser la concurrence.

En effet, de faux avis négatifs peuvent être déposés par des concurrents ou des personnes malveillantes.

À l'inverse, de faux avis positifs peuvent être déposés à l'initiative du professionnel afin de donner une fausse image du produit ou du service proposé. Ces avis sont rédigés par le professionnel lui-même, des proches, des sociétés spécialisées ou encore par des particuliers en échange d'une gratification. Les infractions en matière d'avis de consommateurs sur internet sont relevées dans tous les secteurs d'activité (automobile, électroménager, mobilier, habillement, services...) et sur tout type de support (sites, réseaux sociaux, applications mobiles...).

Les enquêtes menées par la DGCCRF

La DGCCRF mène régulièrement des enquêtes portant sur les avis en ligne et a recensé plusieurs pratiques.

Certains professionnels procèdent à une modération biaisée des avis, en supprimant tout ou partie des avis négatifs ou en différant la publication des avis négatifs pour fausser le classement.

Les enquêtes ont démontré l'existence de faux avis de consommateurs, rédigés par le professionnel, par son entourage, ou par des tiers.

Il a été constaté le recours à 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.).

Enfin, la DGCCRF observe l'émergence de nouvelles pratiques consistant à recruter des consommateurs pour poster de faux avis. Des particuliers sont démarchés sur les réseaux sociaux ou les messageries instantanées afin de déposer un avis positif, en contrepartie d'un produit gratuit ou toute autre forme de rémunération.

Le professionnel, le prestataire comme les particuliers démarchés engagent leur responsabilité pénale.

La réglementation : faux avis, vraies sanctions

Les professionnels donnant accès à des avis de consommateurs sur des produits ou services doit préciser si et comment il garantit que les avis publiés émanent bien de consommateurs ayant effectivement utilisé ou acheté le produit.

Afin de protéger le consommateur, le code de la consommation interdit au professionnel de :

- De se présenter faussement comme un consommateur ;
- D'affirmer que des avis sont diffusés par des consommateurs ayant utilisé ou acheté le produit, sans avoir pris les mesures nécessaires pour le vérifier ;
- De diffuser, ou de faire diffuser par une autre personne, de faux avis ;
- De modifier des avis de consommateurs pour promouvoir des produits.

Ces faits sont constitutifs d'un délit de pratiques commerciales trompeuses, puni d'une peine de deux ans d'emprisonnement et 300 000 euros d'amende.

De manière proportionnée aux avantages tirés du délit, le montant de l'amende peut être porté à :

- 10% du chiffre d'affaires moyen annuel (calculé sur les droits derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits) ;
- 50% des dépenses engagées pour la réalisation de la pratique.

Le fait d'apporter sciemment aide ou assistance est puni des mêmes peines.

La norme d'application volontaire : une initiative 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 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 » 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.

Les réflexes à adopter

- Soyez attentifs aux informations que vous apporte le gestionnaire d'avis en ligne :
 1. Les avis sont-ils vérifiés ? Comment ?
 2. Quelle est la date de publication ?
 3. Quelle est la date d'expérience ?
 4. Quels sont les critères de classement ?
- Soyez vigilants à la teneur des avis :
 1. Les avis sont-ils excessifs ?
 2. L'avis comporte-t-il des détails sur le produit ou porte-t-il sur la marque ?
 3. La tournure de phrase semble-t-elle naturelle ?
- N'hésitez pas à croiser les sources d'informations
- Méfiez-vous des sollicitations de dépôt d'avis préédigés ou positifs.

Liens utiles

Ce que dit la loi :

- Code de la consommation : [articles L.121-2 à L. 121-4](#) sur les pratiques commerciales trompeuses
- Code de la consommation : [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

Pour en savoir plus :

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