



## Les faux avis de consommateurs sur internet

**Faut-il se fier aux avis des consommateurs sur internet ? Les fausses critiques émanant de concurrents fleurissent sur les sites internet marchands comme non marchands, tout autant que les éloges de clients fictifs.**

À l'approche des vacances, pour choisir un restaurant ou à l'occasion d'un achat, nombreux sont les consommateurs qui ont pour réflexe de consulter les avis en ligne. Selon une enquête Nielsen de 2013, 80 % des acheteurs en ligne déclarent tenir compte de ces avis et 68 % des répondants font confiance aux opinions postées par d'autres consommateurs.

### **Des avis pas toujours fiables**

Qu'il s'agisse de faux avis positifs postés par le 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**

Depuis 2010, la DGCCRF a mené différentes enquêtes dans ce secteur et 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 menées par la DGCCRF ont abouti à la rédaction d'une trentaine de procédures contentieuses. Un site d'avis a ainsi été condamné par le TGI de Paris pour pratiques commerciales trompeuses, en 2014. La société a été condamnée à 7 000 euros d'amende et son gérant à 3 000 euros, ainsi qu'à la publication d'un communiqué sur son site internet.

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 ». Les travaux devraient aboutir à une publication de la norme début 2018.

En septembre 2016, la Loi pour une République numérique a donné lieu à la création de 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. Les modalités et le contenu de ces informations seront précisées dans un futur décret d'application.

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 applicables**

- **Code de la consommation - article L.121-2 : pratiques commerciales trompeuses**
- **précontractuelle - article L.111-7-2 : obligations générales d'information**

### **Liens utiles**

- **Norme AFNOR n° NF 274-501**

Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer à la réglementation applicable.

Pour tout renseignement complémentaire, reportez-vous aux textes applicables ou rapprochez-vous de la direction départementale de la protection des populations (DDPP) ou de la direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations (DDCSPP) de votre département.

Actualisation en avril 2017