Le taux d'anomalies constaté par les enquêteurs de la DGCCRF, est en augmentation : il avoisine les 45 %, tous secteurs confondus, pour l'année 2013.

L'année 2013 a confirmé les résultats des investigations menées depuis 2010 : les infractions en matière d'avis de consommateurs sur internet sont constatées dans tous les secteurs d'activités (automobile, électroménager, mobilier, habillement, services).

On retrouve les principaux types d'infractions déjà rencontrés les années précédentes avec de nouvelles pratiques comme les allégations trompeuses de conformité à la norme NF sur les avis en ligne.

Modération biaisée des avis

Une pratique semble très répandue : la suppression de tout ou partie des avis de consommateurs négatifs au profit des avis positifs.

Dans quelques cas, la modération est systématiquement biaisée, c'est-à-dire que seuls les avis clairement positifs sont conservés. Un acteur majeur du commerce en ligne de pièces détachées pour automobile a été verbalisé en ce sens.

Traitement différencié des avis

Des gestionnaires traitent les avis avec des délais différents selon qu'ils sont positifs ou négatifs : publication rapide des premiers ; publication différée des seconds. Cette pratique aboutit à une présentation trompeuse puisqu'elle fait apparaître une majorité d'avis positifs parmi les avis récents.

Certains gestionnaires d'avis, qui se positionnent comme intermédiaires entre les marchands et les consommateurs, ont tendance à considérer chaque avis négatif comme un litige entre le consommateur et le marchand et prévoient un dispositif de médiation qui, lorsque celle-ci aboutit, conduit à la non-publication de l'avis négatif.

Dans cette situation, l'internaute qui consulte les avis relatifs à ce marchand est trompé puisqu'il ignore qu'une part des transactions a donné lieu à des médiations.

Ce type d'intervention est problématique car le consommateur mécontent après son achat en ligne cherchera avant tout à résoudre son insatisfaction personnelle et renoncera plus facilement à l'expression de son mécontentement en échange d'une solution acceptable (échange de produit, par exemple).

Rédaction de faux avis lire la suite sur le site de la DCCRF

Consultez la source sur Veille info tourisme: Les faux avis de consommateurs sur internet