

Ce site utilise et partage avec des tiers (partenaires ou prestataires) des cookies et autres traceurs à des fins de statistiques et de mesure d'audience, de partage de contenu sur les réseaux sociaux et d'utilisation d'outils de visualisation multimédia.

Le dépôt de ces cookies est soumis à l'obtention de votre consentement préalable à l'exception de certains cookies nécessaires au fonctionnement du site et des cookies de mesures d'audience pouvant être regardés comme exempts de consentement. Vous pouvez paramétrer votre choix, finalité par finalité, en cliquant sur « Paramétrer » et modifier votre choix à tout moment lors de votre navigation sur le site en cliquant sur l'onglet « Gérer les cookies » (accessible sur le site, en bas de page). Pour plus d'informations, [voir notre politique Cookies](#).

[ACCEPTER](#)

LES AVIS EN LIGNE : COMMENT LEUR FAIRE CONFIANCE ?

Communiqué de presse du CEC France

Date de publication : **02/12/2021** - Commerce/services

Conseils pour distinguer le vrai du faux avis sur Internet et décryptage des règles françaises et européennes.



Avant d'acheter sur un site allemand, de réserver un hôtel en Italie ou de choisir un restaurant en Espagne, vous êtes de plus en plus nombreux à consulter les avis sur Internet. Mais face à ce succès, de nombreuses fraudes se sont développées.

Faux avis, suppression d'avis négatifs... Comment faire confiance aux avis en ligne ?

5 conseils pour distinguer le vrai du faux avis

Méfiez-vous :

- Des avis courts, sans explication de l'expérience vécue. Posez-vous la question : si vous étiez déçu d'un professionnel, vous contenteriez vous de dire seulement "service nul" ou "mauvais vendeur" ?
- Des notes (5 étoiles) sans aucun message personnel sur la qualité des produits ou des services.
- Des avis semblables, publiés les uns après les autres, avec des mots ou une tournure de phrase similaire. Ils sont généralement écrits par la même personne ou une société qui peut être le professionnel concerné ou son concurrent.
- Des avis mal rédigés, dans un français approximatif. Ils peuvent émaner de sociétés payées pour rédiger en permanence des faux avis à très grande échelle (ou cliquer sur des liens de publicité ou "liker" des pages afin de vous influencer).
- Des avis publiés sur un court laps de temps, alors que les publications précédentes étaient plus espacées dans le temps. Cela ressemble fortement à une petite série de faux avis pour refaire sa réputation.

Avis en ligne : quelles sont les règles en France ?

Tout site en français qui collecte, modère ou diffuse des avis en ligne de consommateurs doit respecter la réglementation française qui impose aux professionnels de préciser :

- la date de publication de l'avis et la date de l'expérience de consommation (date de la commande par exemple),
- l'existence ou non d'une procédure de contrôle des avis,
- les critères de classement des avis (ex : classement chronologique),
- l'existence ou non d'une contrepartie en échange de l'avis,
- le délai maximal de publication ou de conservation d'un avis.

Les faux avis interdits sur tout site européen.

Pour pouvoir faire confiance aux avis publiés sur tous les sites européens, l'Union européenne a harmonisé les règles pour mieux protéger les consommateurs contre les faux avis. Une directive européenne transposée dans chaque pays européen depuis le 28 novembre 2021 prévoit que tout professionnel européen qui publie des avis en ligne doit :

- indiquer s'il existe des procédures de contrôle des avis publiés (vérifier si l'auteur de l'avis est bien un consommateur ayant acheté le produit par exemple),
- préciser comment les informations sont contrôlées,
- informer sur la politique de traitement des avis (ex : tous les avis, positifs ou négatifs, sont publiés ; cet avis est sponsorisé...).

La vidéo "unboxing" : un outil publicitaire à encadrer !

La vidéo Unboxing est un type de vidéos publiée sur Internet dans laquelle une personne (qui peut être un influenceur) se filme en train de déballer le produit qu'elle vient d'acheter. Ces vidéos sont devenues très populaires. Elles fournissent souvent des informations de base (taille, apparence du produit...) mais aussi l'avis d'un client sur sa première expérience avec le produit.

Si les marques ou les vendeurs utilisent les vidéos unboxing comme outil publicitaire et les publient sur leurs sites, leurs réseaux sociaux ou des plateformes de vidéos, elles doivent être considérées comme des avis en ligne et être encadrées par la réglementation.

> [Plus d'informations sur les avis en ligne sur le site du CEC France.](#)

> [Lire le communiqué de presse du CE France.](#)