



Impression de la question 30-00199

Type de questions QE

Ministère interrogé : ECO - Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique

Question n° 30-00199 : du :date non fixée

Mme Cécile Untermaier attire l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique sur les notations en ligne et les faux avis clients. Les notations en ligne rencontrent un franc succès et orientent bien souvent le choix des consommateurs. Selon l'Association française de normalisation (AFNOR), près de 9 Français sur 10 consultent les avis en ligne et 89 % d'entre eux les jugent utiles. Cependant, ces avis peuvent nuire aux professionnels concernés, qui demeurent impuissants face à l'influence des recommandations sur internet. Lorsqu'ils sont faux ou diffamatoires, ils peuvent en effet compromettre durablement l'image d'établissements de tourisme ou de restauration. La France a été un élément moteur en matière de lutte contre les faux avis de clients avec la création dès juillet 2013, en lien avec les professionnels, de la norme NF Z74-501 publiée par l'AFNOR, qui visait à fiabiliser la collecte, le traitement et la restitution des avis en ligne de consommateurs. En septembre 2018, la norme internationale ISO 20488 a remplacé la norme française et une directive européenne en date du 27 novembre 2019 est venue compléter le dispositif relatif aux faux avis de clients. La France a transposé cette directive dite « Omnibus » par l'ordonnance n° 2021-1734 du 22 décembre 2021. Entrée en vigueur le 28 mai dernier, elle interdit « d'affirmer que des avis sur un produit sont diffusés par des consommateurs qui ont effectivement utilisé ou acheté le produit sans avoir pris les mesures nécessaires pour le vérifier ». Le 21 juin dernier, Google Ireland, siège européen du géant américain Google, a été condamné par la Cour d'appel de Dijon à révéler les identités de deux personnes accusées d'avoir émis des faux avis sur un établissement de tourisme situé à Etrigny. La Cour estime que la maison d'hôtes a "un motif légitime" à obtenir de Google tout élément permettant "l'identification du ou des auteurs des notes litigieuses" afin de pouvoir, lors d'un procès ultérieur sur le fond, déterminer si elles émanaient effectivement de personnes qui n'ont pas été clientes de l'établissement. La publication de ces avis, constitutifs de données, est encouragée par la plateforme, avec la fonctionnalité appelée "push" de Google Maps. En effet, cette fonction sollicite des utilisateurs de Google Maps passant à proximité d'un hébergement ou d'un restaurant à donner leur « avis », mais sans mettre en place les contrôles adéquats qui permettraient d'assurer que ces internautes ont effectivement utilisé les services de l'établissement. Ces avis donnent lieu à des récompenses de la part de Google qui pousse ainsi à la production de données, sans encadrement déontologique. Aussi, elle lui demande quelles mesures le Gouvernement envisage de mettre en oeuvre pour que cette fonctionnalité, porteuse de dérive, soit corrigée.

Fermer

