

P.96
SPÉCIAL ASSOCIATIONS
À QUI DONNER ?



P.42
LEGO - PLAYMOBIL
LE GRAND DUEL DE NOËL

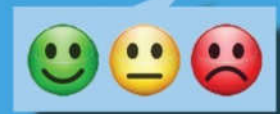


Capital

Capital

N° 339
Déc. 2019
— 4,90 €

VIVEZ
L'ÉCONOMIE



TOUS FLIQUÉS
TOUS NOTÉS!

À QUOI ÇA SERT ET COMMENT SE PROTÉGER

P.102
RÉFORME DES MUTUELLES

OPTIQUE ET SOINS DENTAIRES
TOUT SUR VOS NOUVEAUX DROITS



SNCF
SON NOUVEAU PATRON FERA-T-IL LE POIDS ?

P.26

INTERNATIONAL : LES SANCTIONS ÉCONOMIQUES SONT-ELLES EFFICACES ?

P.20

PM PRISMA MEDIA

M 04134 - 339 - F: 4,90 € - RD

BEL: 5,50 € - CH: 8 CHF - CAN: 9,75 CAD - D: 6,50 € - ESP: 5,50 € - GR: 5,50 € - ITA: 5,50 € - LUX: 5,50 € - PORT. CONT.: 5,50 € -
DOM: Avion: 6,90 € - GUYANE: 7,5 € - MAY: 9 € - Maroc: 55 DH - Tunisie: 6,50 TND - Zone CFA Avion: 6 000 XAF - Zone CFP Avion: 1 600 XPF Bateau: 700 XPF



TOUS FLIQUÉS TOUS NOTÉS!

À QUOI ÇA SERT ET COMMENT SE PROTÉGER

Locataire, propriétaire, chef ou collègue de travail, client ou consommateur: nous sommes tous devenus des inquisiteurs! Pour la bonne cause bien sûr, l'amélioration du service. Mais ce monde d'évaluation permanente et numérisée ne va-t-il pas trop loin? Enquête.

PAGE

76

**DEMAIN, VOUS
NE POURREZ PLUS
MENTIR À VOTRE
ASSUREUR**

PAGE

78

**LA RECONNAISSANCE
FACIALE VA-T-ELLE
VIRER AU
CAUCHEMAR ?**

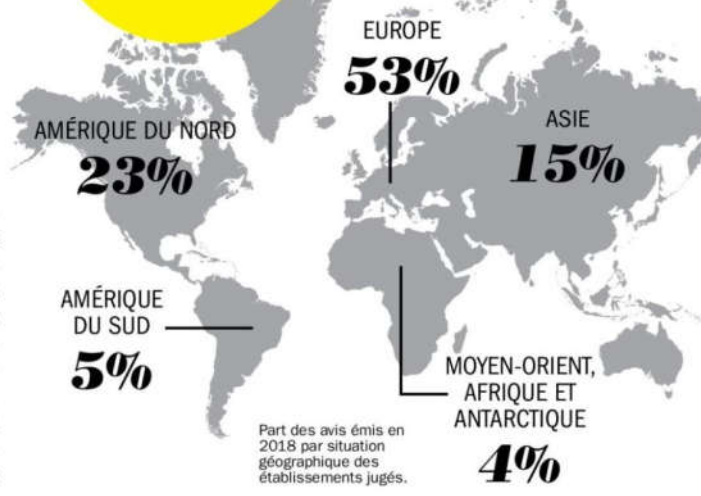
PAGE

80

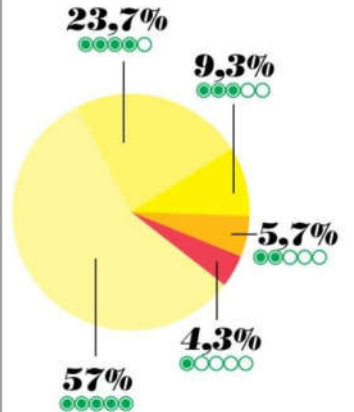
**MÊME
DES GRANDS
CHEFS EN
ONT MARRE !**

66
MILLIONS
DE NOUVEAUX AVIS
EN 2018

**TRIPADVISOR MET
SOUS SA COUPE
LES RESTAURANTS
DU MONDE ENTIER...**



**... MAIS LES
ÉVALUATIONS SONT
TRÈS RAREMENT
NÉGATIVES**

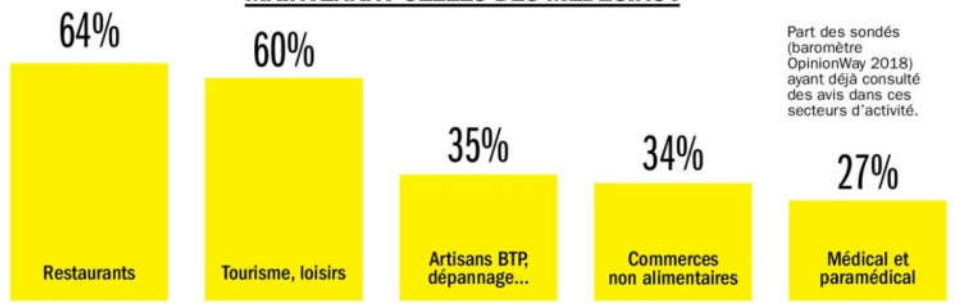


On pourrait croire à un épisode très réussi de «Black Mirror», la fameuse série futuriste. En Chine, des villes testent actuellement un système de «crédit social», un modèle orwellien de surveillance et de notation de ses citoyens. Un rebelle jette un papier par terre ou roule en excès de vitesse ? Par reconnaissance faciale, il est repéré et voit son stock de points personnel s'amenuiser. S'il récidive, il finira humilié publiquement ou interdit d'avion.

Alors bien sûr - du moins espérons-le - nous ne connaissons sans doute jamais pareille dérive en France. Mais, à notre façon, en quelques années, nous avons déjà laissé les notes envahir nos vies, guider nos choix, cadrer nos échanges... Au bureau, grâce au développement de logiciels en tous genres, nous évaluons tout le monde : notre boss, nos voisins d'open space, nos prestataires... La collecte et le traitement des informations sont devenus techniquement si aisés que banquiers, livreurs ou commerçants nous inondent de questionnaires de satisfaction après le moindre achat ou coup de fil à un SAV. Sur le Web, plus une profession n'échappe au jury populaire : après les hôteliers et les restaurateurs sur TripAdvisor, les médecins et les avocats ont eux aussi leurs étoiles sur Google. «Les avis d'individus dont on se sent proche psychologiquement ont toujours compté, c'est le bouche-à-oreille, mais Internet a donné une toute autre dimension au phénomène, explique Jean-Luc Giannelloni, professeur de marketing à Grenoble IAE. On leur accorde d'autant plus d'intérêt que nous avons développé une défiance envers les marques et la publicité.»

Soyons juste, cette pluie d'étoiles nous rend de fiers services. Pour effectuer des achats de façon éclairée, d'abord. Mais pas seulement. La notation réciproque a fait aussi naître une gigantesque économie collaborative, d'Airbnb à BlaBlaCar, entre

**NOUS SCRUTONS SURTOUT LES NOTES DES HÔTELS ET...
MAINTENANT CELLES DES MÉDECINS !**



parfaits inconnus. En entreprise, de nouveaux dispositifs d'évaluation aident à identifier les hauts potentiels et les cas difficiles, mais aussi à améliorer les conditions de travail et la productivité. Quant aux questionnaires client, ils entraînent bien souvent une amélioration notable de l'accueil et du service.

MALHEUREUSEMENT, notre enquête dans les rouages de ces systèmes de notation le prouve aussi : les dérives ne manquent pas. Ici, une flopée de sites - Google notamment - laissent passer quantité de faux avis de consommateurs. Là, des enseignes commencent à utiliser nos critiques pour licencier des commerciaux, ou des assureurs préparent des systèmes d'évaluation ultra-intrusifs de leurs clients... Sans même parler des relations sociales extrêmement codifiées, voire aseptisées, que nous construisons doucement dans nos entreprises. ■

60%
DES CONSOMMATEURS
ONT DÉJÀ DÉPOSÉ
UN AVIS SUR INTERNET

77%
DES PARTICULIERS
CONSULTENT LES
APPRÉCIATIONS EN LIGNE

51% DES ACHETEURS SONT INFLUENCÉS
PAR LES COMMENTAIRES QU'ILS LISENT

58% DES PROFESSIONNELS PENSENT QUE
LES AVIS CLIENT PEUVENT BOOSTER LEUR ACTIVITÉ



Ce nombre inclut certaines caméras de la RATP ou de la SNCF. C'est moins que dans d'autres grandes capitales occidentales comme Londres.

37 000
CAMÉRAS DE
SURVEILLANCE PEUVENT
ÊTRE UTILISÉES,
EN DIRECT, PAR
LA PRÉFECTURE
DE POLICE, À PARIS

TRIER

C'EST



EN TRIANT VOS JOURNAUX,
MAGAZINES, CARNETS, ENVELOPPES,
PROSPECTUS ET TOUS VOS AUTRES
PAPIERS, VOUS AGISSEZ POUR UN MONDE PLUS
DURABLE. PLUS D'INFORMATIONS SUR
LE RECYCLAGE SUR
TRIERCESTDONNER.FR

CITEO

Donnons ensemble une nouvelle vie à nos produits

La notation entre particuliers n'a pas que des vertus

Loueurs, conducteurs, vendeurs ou acheteurs... Notre e-réputation se joue à coups d'étoiles. Cela pousse à un meilleur service, mais quelle pression !

PAR NATHALIE VILLARD

Lorsque Florent Dubois a dû noter la famille espagnole avec laquelle il avait échangé sa maison l'été dernier, via le site HomeExchange, il s'est longtemps gratté la tête. « Leur propriété de la Costa Brava était top, eux avaient pris soin de la nôtre à Biscarrosse (Landes), mais ils ont laissé la voiture sale alors que j'avais passé deux heures à laver la leur », raconte ce père de trois enfants avec plus de 35 échanges au compteur. Alors, combien d'étoiles ? « Je sais la déception qu'on peut ressentir à la découverte d'un score moins bon que ce qu'on espérait mais, franchement, ils ne méritaient pas plus que 4 (lui a eu 5). » Comment ses hôtes catalans ont-ils pris la chose ? « Pas très bien, mais c'est le jeu : ils seront plus méticuleux la prochaine fois. »

DES ANECDOTES comme celles-là, on en a recueilli des dizaines. Qu'elles concernent BlaBlaCar (covoiturage), Airbnb (location chez l'habitant), AlloVoisins (dépannage de proximité) ou Vinted (ventes d'occasion), toutes disent la même chose : pour nous convaincre de faire affaire avec un inconnu, a fortiori quand il s'agit de l'accueillir chez soi, les plateformes entre particuliers doivent

nous mettre en confiance. Et, pour l'entretenir, elles ont trouvé un outil plutôt efficace : l'évaluation réciproque entre utilisateurs. « Elle rassure et pousse à de meilleures pratiques », observe l'ex-député PS Pascal Terrasse dans un rapport sur l'économie collaborative. Mais quelle pression ! Comme un bouche-à-oreille électronique, cette notation colporte notre réputation sur le Net. Qui ne s'est pas moqué d'un proche se faisant un sang d'encre à l'idée de perdre une étoile comme s'il était retourné à l'école ? Il n'empêche, cette jauge est plébiscitée par 74% des internautes, selon un récent baromètre OpinionWay. « Après les photos, les avis constituent le principal critère de choix d'un hébergement, avant même le prix ! Et, pour les propriétaires, le premier filtre pour accepter un voyageur », confirme Emmanuel Marill, à la tête d'Airbnb France.

Encore faut-il que ces notes soient perçues comme pertinentes et fiables. Pouce levé ou baissé, émoticône sourire ou grimace, couleurs déclinées du vert au rouge, note sur dix... Si la palette des notations est large, la plupart des sites proposent un verdict sur 5 étoiles. « On a testé toutes les options, c'est celle qui est la mieux comprise », confie Martin Berthonneau, directeur produits du

site Leboncoin, sur lequel la double notation vient d'être instaurée « à la demande de nos membres qui y voient une arme anti-arnaques ».

Mais la signification des étoiles est loin d'être identique d'une plateforme à l'autre. Certaines vous demandent juste de cliquer sur le nombre désiré, sans autre précision. C'est le cas chez Baby Sittor (400 000 inscrits). « Les attentes des parents – ponctualité, politesse... – ne sont pas les mêmes que celles des baby-sitters – maison propre, enfants bien élevés... », explique la fondatrice du site, Pauline de Montesson. C'est plus simple de demander aux deux parties une évaluation globale. »

D'autres préfèrent scinder la note. Ainsi AlloVoisins invite à en laisser « une sur le service rendu (savoir-faire), une autre sur la sympathie (savoir-être) », détaille son fondateur, Edouard Dumortier. Une double évaluation qui, pour certaines activités comme le covoiturage, s'avère déterminante. « Vous pouvez tomber sur un type super sympa mais qui conduit comme un pied », relève Nicolas Brusson, directeur général de BlaBlaCar. C'est ce qui a amené ce leader européen (80 millions d'utilisateurs) à ajouter une note de conduite à l'appréciation générale. « Depuis, j'ai l'impression de repasser mon permis, plaisante Sandra Stoessel, infirmière à Tours qui, deux fois par mois, prend des passagers jusqu'à Angoulême. Je mets bien mon clignotant, jamais d'excès de vitesse... » Tout en bichonnant sa Peugeot 308, lavée régulièrement, et où elle a toujours des bouteilles d'eau. Et quand c'est à elle de juger ses passagers ? « Je suis intraitable sur la ponctualité et la politesse », reconnaît cette Tourangelle. Même si, parfois, un peu de psychologie s'impose. « Récemment, une lycéenne toute timide est arrivée sans me prévenir avec une grosse valise, alors que mon coffre était plein et ne m'a pas adressé la parole pendant 200 kilomètres. Mais comme c'était sa première expérience, je lui ai quand même mis 4... »

Certaines plateformes nous poussent à aller encore plus loin dans les détails. Ainsi, Airbnb invite les...

CHEZ LES UTILISATEURS, DU STRESS ET DE L'ASTUCE



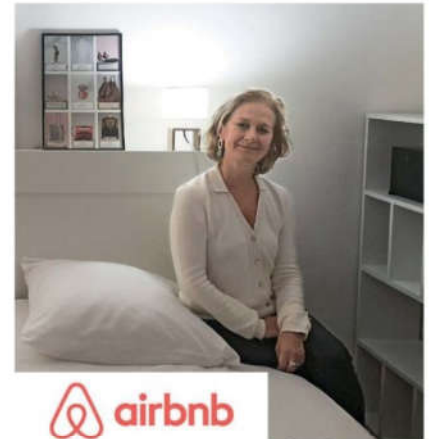
«Depuis que, en plus d'une note générale, on est aussi évalué sur notre conduite, plus question de se garer en double file ou de rouler vite.»

Sandra Stoessel, conductrice sur BlaBlaCar (covoiturage)



«Quand la maison et le coin sont top mais les propriétaires pas sympas, je note bien l'échange mais nuance dans mon commentaire.»

Florent Dubois, vacancier sur HomeExchange (échange de maisons)



«On n'est jamais à l'abri des mauvais coucheurs, comme ce couple d'Australiens qui m'a mis 4 au lieu de 5 "pour un cheveu trouvé dans la baignoire"!»

Marie-Pascale Montigny, propriétaire sur Airbnb (locations de vacances)



«Pour être mieux notées, certaines vendeuses me glissent des petits cadeaux – échantillons de parfums, sachets de tisane... – dans leur paquet.»

Suzanne Busnel, acheteuse sur Vinted (vêtements d'occasion)



«J'ai fait la bêtise de prendre un nouvel inscrit, sans note, pour des travaux de plomberie. Un fiasco total! J'ai saisi le service clients, qui l'a radié.»

Rebecca Lévy, membre d'AlloVoisins (entraide de proximité)



«Un jour, j'ai attendu une voiture une heure. Mais comme son propriétaire m'a fait une ristourne, je lui ai laissé une note correcte.»

Timothée Noirot, client de Getaround (location de véhicules)

Sauf propos extrêmes, impossible de supprimer un avis exagéré

... voyageurs à évaluer les propriétaires sur six critères : propreté, précision, qualité-prix, communication, arrivée, emplacement. Les locataires étant notés, eux, sur trois points : propreté, communication, respect du règlement intérieur. «C'est toujours un subtil équilibre, car quelqu'un peut être à peine aimable mais vous laisser le lieu impeccable et inversement», témoigne Marie-Pascale Montigny, qui sous-loue une chambre dans son appartement parisien avec un score record de 4,9. «A deux pas de la tour Eiffel, pour 90 euros la nuit avec salle de bains privée et accès à la cuisine et au salon, c'est occupé toute l'année», précise cette quinquagénnaire ravie d'arrondir ainsi ses fins de mois. Mais son côté perfectionniste la rend d'autant plus sévère quand elle voyage à son tour. «En septembre, j'ai loué en Italie une maison dont le micro-ondes ne marchait pas, la table avait un pied cassé et la propriétaire était aux abonnés absents. Je ne lui ai mis que 3, pas pour lui causer du tort, mais pour la pousser à s'améliorer.»

Et pourtant, surprise, cette notation de plus en plus pointilleuse n'empêche pas les sites d'enregistrer des moyennes mirobolantes : 4,75 pour les membres de BlaBlaCar, 4,96 pour ceux de BabySittor, 4,5 chez AlloVoisins, quand 87% des membres de HomeExchange ont 5 sur 5 ! Un peu suspect, non ? On veut bien croire que, comme pour Sandra et sa conduite ou Marie-Pascale et son hospitalité, la crainte d'être mal jugé pousse à fournir le meilleur service. Mais est-ce vraiment toujours le cas ?

Ecartons d'emblée une hypothèse : certaines évaluations seraient complaisantes pour cause de chantage ou par peur de représailles. Or c'est impossible, tous les sites pratiquant la parution simultanée des notes. Seul diffère le temps laissé aux usagers pour les attribuer : 48 heures sur BabySittor, 14 jours sur BlaBlaCar, Airbnb

ou Vinted, et jusqu'à 40 jours sur HomeExchange. Avant ce délai, sauf à se mettre d'accord à l'avance, impossible de savoir quelle appréciation l'autre va vous donner, vous la connaîtrez en même temps que lui découvrira la vôtre.

En revanche, plusieurs biais peuvent entretenir cette unanimité de façade. Le premier ? L'évaluation automatique donnée par la plateforme quand le client ne l'a pas fait. Ainsi, sur Vinted, si la transaction s'est déroulée sans anicroche, le vendeur se voit d'emblée attribuer un 5. Quand on sait que seule la moitié des acheteurs se plie à l'exercice, forcément ça gonfle le score. Deuxième biais, celui de la notation inversée. «Je pars toujours de 5 comme étant la norme et ne descends en dessous qu'en cas de pépin», reconnaît Florent Dubois, notre échangeur de maisons. C'est d'ailleurs pour éviter cet écueil que BlaBlaCar a requalifié la note de 5 étoiles de «parfait» quand, sur d'autres plateformes, elle est synonyme d'«excellent». Une nuance subtile mais réelle.

UN CERTAIN SENTIMENT de culpabilité peut jouer aussi. «Les utilisateurs hésitent à ne pas attribuer le score maximal à des citoyens ordinaires, surtout s'ils galèrent, comme un étudiant fauché contraint de faire du baby-sitting ou du covoiturage», observe la sociologue Caroline Hussler, de l'université Jean-Moulin Lyon 3. Une part d'affect qui vient gonfler les notes indépendamment de l'expérience vécue. Enfin, «des usagers mécontents préfèrent parfois ne donner aucune note plutôt qu'une mauvaise, estimant que leur silence vaut sanction», remarque Quentin

Lestavel, directeur général de Getaround (location de voitures entre particuliers). Sauf que la moyenne de l'intéressé restera inchangée...

Si les notes affichées dans le profil des internautes ne sont pas toujours à prendre pour argent comptant, raison de plus pour lire les commentaires qui les accompagnent. «Quand un véhicule m'intéresse, mais que son propriétaire n'a que 3 ou 4, je veux comprendre pourquoi, déclare Timothée Noiro, jeune commercial parisien, adepte de Getaround pour ses déplacements le week-end. Si c'est une question de propreté, je peux passer outre, un souci mécanique ou de ponctualité, non.» Pour les internautes qui les rédigent, ces avis permettent en effet de justifier une notation sévère. Comme cette cliente de Vinted ayant puni d'un 2 la vendeuse qui lui avait expédié une robe «dans un carton à pizza» !

On la comprend. Mais les commentaires peuvent parfois virer au défouloir. Certes, les robots sémantiques des plateformes arrivent à bloquer insultes, propos racistes, homophobes, etc. Mais avec un vocabulaire poli, certains peuvent être tout aussi exagérés. «Des touristes chinois se sont plaints d'avoir eu froid alors qu'on était en septembre et que je leur avais donné des couvertures et un radiateur», raconte l'hôte Airbnb Marie-Pascale Montigny. Elle a préféré réagir avec humour en postant, en réponse, le bulletin météo de leur séjour qui affichait soleil et 23 degrés.

Les propriétaires peuvent aussi être de mauvaise foi. C'est ce qu'a découvert, estomaquée, une jeune maman au retour d'un séjour à New York avec ses deux enfants. «Visiblement névrosée», sa logeuse l'a accusée, dans son commentaire, d'avoir mal fermé une porte, cassé la chasse d'eau, laissé une fenêtre ouverte... «Un tissu de mensonges que j'ai démentis dans ma réponse, mais le mal est fait, ses propos restant visibles sur mon profil», regrette cette consultante. Saisi, le service clients d'Airbnb – comme c'est la règle sur toutes les plateformes – lui a rappelé qu'en dehors des propos injurieux, aucun commentaire ne pouvait être effacé. «J'espère juste que cela ne dissuadera pas d'autres hôtes de m'accueillir», craint notre voyageuse. ■

LES NOTES DE 4 OU 5 SONT LA NORME

Baby Sittor : **4,96**⁽¹⁾

Getaround : **4,76**⁽²⁾

BlaBlaCar : **4,75**

Airbnb : **4,7**⁽³⁾

AlloVoisins : **4,5**⁽⁴⁾

Note moyenne des utilisateurs des principales plateformes collaboratives en France, en 2019.

(1) Note des baby-sitters, celles des parents est de 4,92.

(2) Note des propriétaires de véhicules, ceux-ci ont une note de 4,7.

(3) Note des hôtes, celle des voyageurs est de 4,8.

(4) Note du service rendu, celle du «savoir être» est de 4,6.

Sources : plateformes.

Vos commentaires sur le service pèsent lourd sur leur carrière

Plus un achat ou un appel à un SAV sans qu'on nous demande nos avis sur l'accueil et le conseil. Des salaires en dépendent. Des emplois aussi.

PAR PHILIPPINE ROBERT

Mon job ? C'était devenu un cauchemar», souffle Nasolino Gomes. Ce commercial a travaillé dix ans chez Orange. Au début, tout se passait très bien. «Je touchais un salaire fixe et une part variable qui était liée au nombre de produits que je vendais», raconte-t-il. Mais voilà, l'introduction d'une «évaluation qualitative», en partie basée sur les questionnaires de satisfaction distribués aux clients

de sa boutique, a tout fait basculer. «Impossible de prévoir le variable que j'allais toucher chaque fin de mois, c'était très stressant, se désolait-il. Et, évidemment, ma rémunération a baissé.» L'ancien vendeur a fini par faire une dépression, claquer la porte de l'entreprise et se reconvertir dans le domaine ferroviaire.

Nasolino n'est pas le seul à vivre avec cette épée de Damoclès au-dessus de la tête... Cela n'a pas pu vous échapper : au moindre passage en

boutique, achat sur Internet ou coup de fil à un SAV, commerçants, opérateurs téléphoniques ou livreurs vous invitent à noter le service rendu. De la banque à la concession auto, pas un secteur ne déroge à la règle ! A chacun sa technique pour recueillir votre niveau de satisfaction. Ici, Air France vous envoie un questionnaire par mail à peine avez-vous posé le pied sur le tarmac. Là, Free demande à vous garder au téléphone dès que vous en avez fini avec son conseiller. ...

CHEZ ORANGE, NOS NOTES INFLUENT LE SERVICE... ET LE BONUS DES VENDEURS



1. APRÈS VOTRE ACHAT EN BOUTIQUE, VOUS ÊTES INCITÉ À REMPLIR UN BAROMÈTRE

«Vous allez recevoir un questionnaire, n'oubliez pas de le remplir», vont certainement vous dire les vendeurs. La direction leur met la pression pour qu'ils obtiennent le maximum de retours.



2. VOUS RECEVEZ SUR VOTRE BOÎTE MAIL UN SONDAGE COMPOSÉ DE 5 QUESTIONS

Vous devez y répondre par des smileys (satisfait en vert, indifférent en gris, pas satisfait en rouge). Environ 50% des clients le font. Vous pouvez également laisser des commentaires.

A la Fnac, deux salariés auraient déjà été licenciés à cause d'avis négatifs

... Chez Monoprix, on vous envoie un lien par SMS à la sortie du magasin. Chez McDo, vous flashez un QR Code au bas de votre ticket de caisse... Même votre passage aux toilettes dans une station-service donne lieu à une évaluation grâce à un boîtier agrémenté d'émoticônes! «Nous avons relevé 10 millions de votes depuis leur installation, début 2018», se félicite Sophie Nigen-Chaidron, directrice du réseau Shell France.

Ces avis sont très sérieusement considérés. A peine déposés, ils sont agrégés et traités par des algorithmes pour être transformés en indicateurs ultraprécis. «Avec nos solutions, les directions peuvent obtenir un tableau de bord indiquant les niveaux de satisfaction par équipe ou même par conseiller, et actualisés en temps réel », nous explique Aurore Beugnèze, cofondatrice de MyFeelBack, qui travaille pour la Société générale, Voyage privé ou

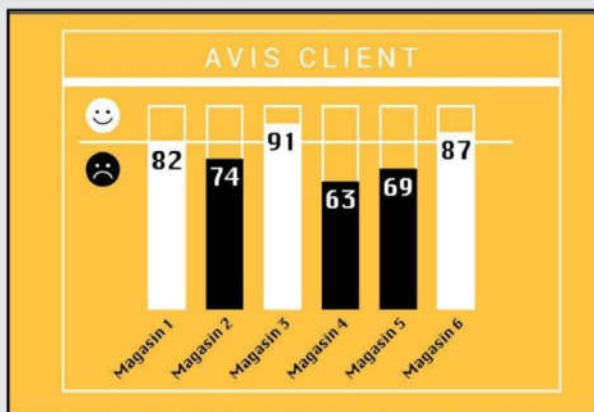
encore Maisons du Monde. Chez Air France, le personnel navigant reçoit en direct les retours des passagers qu'il a accompagnés. Stewards et hôtesses découvrent une appréciation de 1 à 5, mais également une synthèse de ce qui a plu ou pourrait être amélioré. «Pour compléter le dispositif, des entreprises mettent en place un système d'alerte, ajoute Adeline Delaforge, responsable communication de Spread, une société de logiciels spécialisés. Dès qu'une mauvaise note est déposée, l'outil peut déclencher l'envoi automatique d'une promotion, par mail par exemple, au client mécontent.»

POUR LE CONSOMMATEUR, cette évaluation tous azimuts est la garantie d'un meilleur service. Non seulement elle pousse les troupes à soigner leur accueil, mais elle permet aussi aux managers d'identifier des problèmes d'organisation. Et d'y remédier, bien sûr. «Si les plaintes concernent le temps d'attente dans une boutique, la direction peut décider de renforcer les équipes, précise ainsi Sébastien Crozier, président de la CFE-CGC Orange. On met aussi en place des formations ciblées sur les points négatifs soulignés par la clientèle.» Chez Air France, les questionnaires ont fait remonter un mé-

contentement chronique des passagers quant à l'accès au Wi-Fi, les modalités de connexion ont donc été revues. Plus surprenant, chez Shell, le suivi en direct des avis sur la propreté des toilettes a permis d'optimiser les plannings de nettoyage. «Dans certaines stations, on a compris qu'il fallait prendre en compte les horaires des bus alentour», raconte Sophie Nigen-Chaidron.

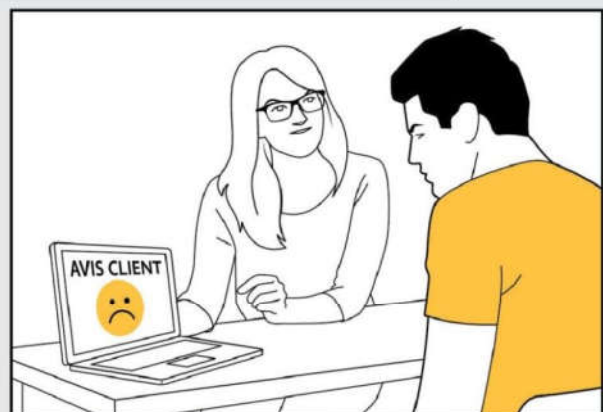
Pour les vendeurs et autres conseillers clientèle, en revanche, le système n'a pas que des avantages. Evidemment, les avis dithyrambiques des chalands sont toujours bons à prendre! «Ils sont affichés dans le magasin, cela fait chaud au cœur de voir que notre travail est reconnu», sourit Malika, responsable caisse d'un Monoprix en région parisienne. Chez Shell, ils peuvent même se transformer en un voyage cadeau pour les équipes les mieux notées. Mais les mauvais commentaires, eux, ont souvent un effet direct sur les fiches de paie. Dans les restaurants McDonald's, par exemple, les primes du personnel peuvent sauter si les retours des consommateurs sont trop négatifs. Chez Orange (lire ci-dessous), la rémunération variable des commerciaux fond comme neige au soleil quand l'effectif d'une boutique n'atteint pas

CHEZ ORANGE, NOS NOTES INFLUENT LE SERVICE... ET LE BONUS DES VENDEURS (SUITE)



3. VOS RÉPONSES SONT ANALYSÉES PAR UN LOGICIEL

Agrégées aux réponses des autres clients de la boutique, vos appréciations sont traitées par le logiciel «Avis client»: son algorithme attribue une note à l'équipe. C'est un taux de satisfaction.



4. LE RÉSULTAT EST COLLECTIF, IL JOUE SUR LES SALAIRES DE TOUT L'EFFECTIF DE LA BOUTIQUE

Une équipe doit atteindre en moyenne 82% de satisfaction, sinon tous les vendeurs de l'équipe peuvent perdre jusqu'à 12% de leur rémunération variable.



SUR GOOGLE, PLUS AUCUNE PROFESSION N'EST ÉPARGNÉE

un objectif collectif de satisfaction (82% en moyenne). De quoi entraîner une ambiance de travail parfois délétère. «En plus de la pression imposée par la direction, les salariés se mettent à se surveiller entre eux», a constaté maître Kevin Mention, qui défend plusieurs anciens collaborateurs d'Orange en litige avec leur ex-employeur. Parmi ses dossiers, l'avocat compte le cas d'un vendeur qui s'était mis à remplir les questionnaires lui-même, tellement il était sous tension.

PLUS GRAVE, nos avis vont parfois jusqu'à menacer le job même des employés. «Dans la restauration rapide, une bonne trentaine de personnes ont déjà reçu des avertissements formels après des commentaires négatifs de consommateurs», rapporte Loïc Roldan, délégué CGT commerce distribution en Seine-Maritime. «A la Fnac, deux salariés ont été licenciés pour insuffisance professionnelle à la suite de mauvaises notes, qui n'étaient pourtant pas récurrentes», assure Marie-Hélène Thomet, secrétaire fédérale de la CGT dans la chaîne de magasins (contactée, la Fnac n'a pas donné suite à nos demandes d'entretien). Mais les plus menacés sont, bien sûr, les livreurs, chauffeurs et

En juillet dernier, la justice a donné raison à Google dans le combat qui opposait le mastodonte américain à un psychiatre de Metz. L'objet du litige ? De mauvaises notes laissées par des patients sur sa fiche «Google my business». Depuis le lancement de ce service en 2014, il est en effet possible d'évaluer tous les commerçants et les artisans, mais aussi les avocats et les docteurs recensés sur Google Maps. «Non seulement les patients évaluent une prise en charge sans avoir les compétences nécessaires pour juger, mais le secret médical nous interdit toute réaction ensuite...», soupire le docteur Jean-Paul Ortiz, président de la Confédération des syndicats médicaux français (CSMF). Ces derniers sont en train de préparer leur propre système d'évaluation pour contrer la firme de Mountain View.



autres professionnels ubérisés, qui peuvent se retrouver du jour au lendemain sans travail. Dans le cas précis d'Uber, l'accès d'un VTCiste à l'application peut en effet être suspendu si son évaluation moyenne passe sous les 4,5 étoiles. «Mais cela reste relativement rare», assure Roch de Longeaux, directeur des opérations de l'entreprise californienne, sans avoir de chiffres exacts à communiquer sur le sujet. Il est vrai que le couperet n'est pas automatique : les

chauffeurs reçoivent plusieurs messages d'alerte et, si leur score ne s'arrange pas, ils sont alors convoqués pour suivre une formation où des collègues bien notés partagent leurs «bonnes pratiques». «La suspension n'intervient que si nous ne constatons aucune amélioration après cette session», souligne Roch de Longeaux. Sur d'autres plateformes, comme Glovo, une entreprise catalane qui permet aux particuliers de se faire livrer tout et n'importe quoi, la note joue également sur la possibilité de travailler : les coursiers les mieux évalués ont le droit de réserver en premier leurs plages horaires, tandis que les autres doivent se contenter des créneaux restants.

Si, au moins, cette notation systématique était une jauge infaillible de la qualité du service proposé... Malheureusement, bien des biais existent. «Chez McDo, des équipiers proposent des cafés gratuits en échange de bonnes notes», constate, médusé, Loïc Roldan. Inversement, des clients rois n'hésitent plus à faire planer la menace d'un commentaire acerbe pour obtenir un petit avantage à l'œil... Faudra-t-il également les évaluer pour que le rapport de force se rétablisse ? Chez Uber, un chauffeur peut déjà refuser les passagers trop mal notés. Ces derniers vont d'ailleurs bientôt être soumis au même régime que les conducteurs : leur compte pourra être également désactivé en cas de mauvaise note. ■



5. CES AVIS ORIENTENT ÉGALEMENT LES DÉCISIONS DE LA DIRECTION RÉGIONALE

Celle-ci analyse la situation pour trouver la raison de cette insatisfaction. Cela peut déboucher sur le renforcement des équipes ou des actions de formation (sur le temps d'attente, par exemple).

ILLUSTRATIONS : ANTOINE LEVESQUE POUR CAPITAL

**ACHETER DES COMMENTAIRES,
RIEN DE PLUS FACILE**

Les faux avis pullulent encore !

Si Booking et TripAdvisor ont globalement réussi à faire le ménage, les commentaires bidon sont encore légion sur Google.

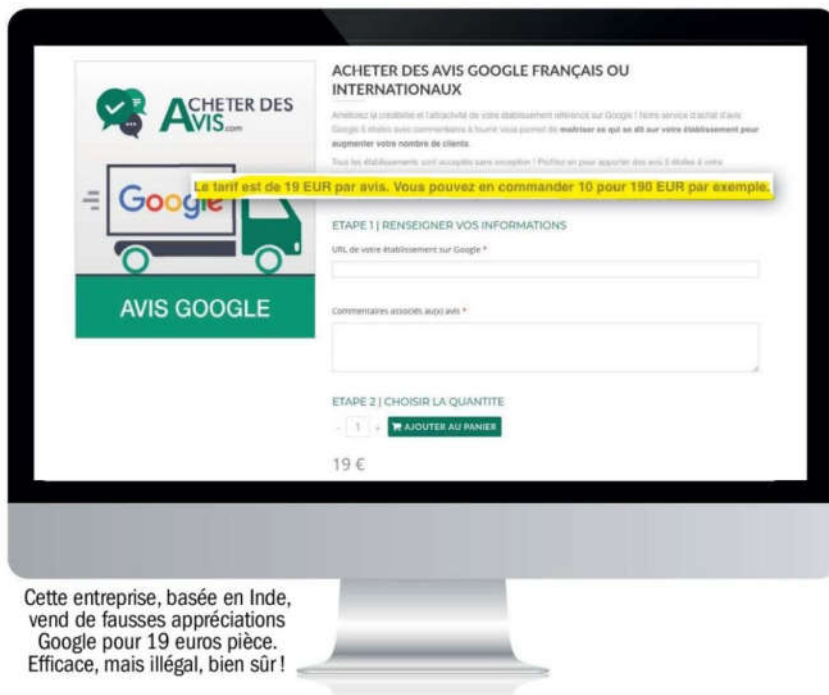
PAR FRANÇOIS MIGUET

Allez-y, faites le test. Si vous tapez la requête «acheter des faux avis» sur Google, ce dernier vous renverra, dès les premières réponses, vers des vendeurs de commentaires bidon, une pratique pourtant illégale. Comme Achetez-des-avis.com, par exemple. Un site en français, basé en Inde, qui se targue de publier pour vous des appréciations factices sur Google (tiens donc !) moyennant 19 euros. «Nous luttons constamment contre les éditeurs de faux avis sur les commerces de proximité, qui ont recours à toutes sortes de ruses pour essayer d'abuser de notre système», se défend un porte-parole du géant de Mountain View.

Chaque minute, les Français publient des centaines d'avis sur des cafés, des restaurants, des hôtels, des salons de coiffure : quelques lignes écrites au débotté, agrémentées le plus souvent d'une note de 1 à 5, auxquelles nous prêtons tous beaucoup d'intérêt. Sorte de bouche-à-oreille numérique, ces témoignages pèsent désormais autant, voire plus, que les critiques des professionnels. Le problème ? Au milieu d'appréciations de bonne foi se glissent encore de nombreux bobards. Car si certains sites

redoublent d'efforts pour traquer et effacer les notules mensongères, d'autres se montrent plus laxistes... Alors, à qui faire confiance ?

DISONS-LE TOUT NET : sur Google, mieux vaut être vigilant ! «C'est une passoire, soupire l'expert en e-réputation Thomas Yung, qui doit se battre des mois pour y faire retirer de faux commentaires sur ses clients. Il suffit d'avoir un compte (il y en a 1,5 milliard, NDLR) pour publier une note et on n'est même pas obligé d'écrire un texte.» Booking et Airbnb s'avèrent nettement plus fiables. «Ils collectent les avis seulement après que vous avez payé la nuit et que l'hébergeur a validé votre check-in», explique Bruno Delmas, un autre pro de la réputation numérique. Une méthode efficace, mais pas 100% imparable. «Certains hôteliers s'auto-enregistrent et règlent la commission habituelle à Booking pour pouvoir publier un avis qui fera remonter leur note», dévoile notre expert. Selon lui, la pratique n'est toutefois pas très répandue, car elle est onéreuse et fastidieuse : «Il faut se connecter depuis un ordinateur différent, et changer de carte bancaire chaque fois que l'on veut publier un faux avis.»



Cette entreprise, basée en Inde, vend de fausses appréciations Google pour 19 euros pièce. Efficace, mais illégal, bien sûr !

Et les millions d'avis TripAdvisor enfin, peut-on s'y fier ? Si la plateforme a longtemps fait l'objet de critiques sur le thème, à raison, elle a sérieusement renforcé son algorithme anti-menteurs ces dernières années. «Il analyse votre adresse IP, regarde si la langue de votre navigateur correspond à la vôtre, examine les mots que vous choisissez et jauge même la vitesse à laquelle vous écrivez», égrène Thomas Yung. De quoi déjouer les robots. En outre, les restaurateurs et les hôteliers peuvent signaler les commentaires douteux - TripAdvisor s'engage à leur répondre rapidement et applique, s'il le faut, des sanctions : «Nous faisons descendre les indéli-cats dans les tréfonds du classement», nous expliquait récemment Bradford Young, directeur de son service juridique. En tout, 36 643 établissements ont ainsi été dégradés l'an dernier.

Bon signe pour l'avenir, des entreprises n'hésitent plus à poursuivre les usines à commentaires. L'Italie vient de condamner un fraudeur récidiviste à un an de prison ferme. En France, quiconque publie un faux avis contre de l'argent encourt jusqu'à 1,5 million d'euros d'amende. Mais, quand les fraudeurs sont basés dans des pays «non coopératifs», comme l'Inde, pas facile de les stopper. ■