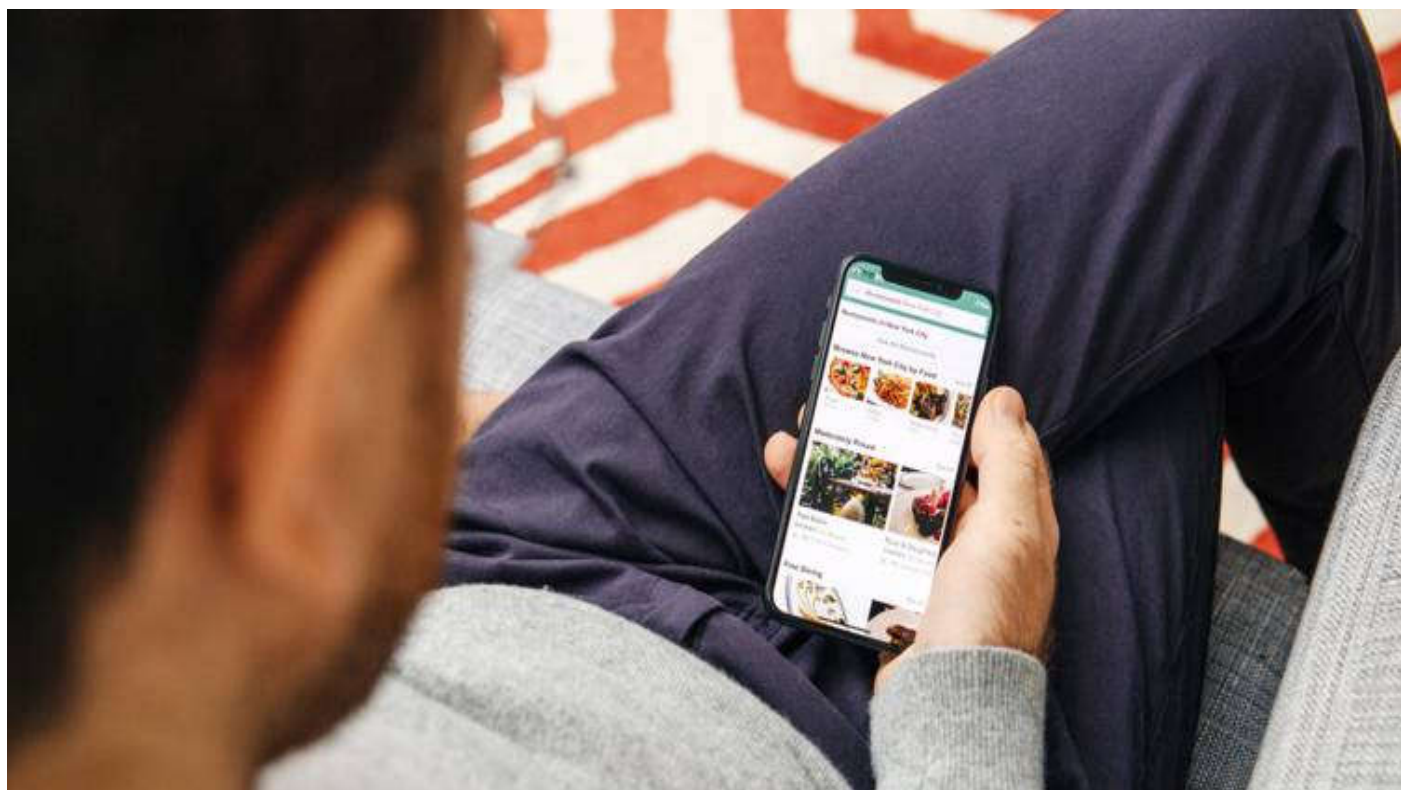


EN CE MOMENT : [ANNONCES IMMOBILIÈRES](#) [GAZ, ÉLECTRICITÉ : COMMENT PAYER](#)

ENTREPRISES ET MARCHÉS

TRIP ADVISOR : PEUT-ON FAIRE VRAIMENT LUI FAIRE CONFIANCE ?

[GUIDE VACANCES](#) + [SUIVRE](#)**GAEL LE BELLEGO**
PUBLIÉ LE 16/05/2018 À 16H17**AdrianHancu/Getty Images**

Avec ses 570 millions d'avis en ligne, le site américain est incontournable. Mais une série d'événements fragilise sa crédibilité.

"Rien à redire", "Inoubliable", "Un must" pour certains. "A fuir", "Attrape-gogo", "Nous avons été malades"... pour d'autres. Sur TripAdvisor, tous les avis sont permis, qu'ils soient laissés par un expert du voyage ou par Gégé35, qui s'est fendu, un jour, d'une unique critique. Sur une trottinette lambda ou un hôtel chic. La

enregistre 270 nouvelles contributions par minute ! Normal, au milieu d'une telle abondance, qu'on s'y perde... et qu'on finisse par lire tout et son contraire pour un même lieu.

Prenons le Bar à huîtres, près de Montparnasse, à Paris : 288 avis "Excellent" pour 279 "Médiocre" ou "Horrible". Et, pour chaque sentence, une réponse, signée Garry Dorr, le jeune boss de l'endroit. Dents serrées, quand il s'agit de répliquer au client mécontent : "Nous vous remercions d'avoir pris le temps de nous faire part de vos remarques constructives...", lire "Grrr" entre les lignes... Mais pas le choix : "Le consommateur est en train de prendre le pouvoir", juge Thomas Yung, fondateur de My Hotel Reputation et fin connaisseur du fonctionnement de la plateforme américaine.

Des commentaires féroces, une mauvaise note, auront des effets économiques désastreux pour le professionnel, des avis négatifs dissuadant 85% des consommateurs. "Je vois des hôteliers qui se plient en quatre et offrent des services bonus dans l'espoir de recueillir une bonne note. Certains harcèlent le client, pour qu'il laisse ses louanges sur TripAdvisor."

>> A lire aussi - Internet : sachez riposter aux attaques contre votre réputation

Et quand l'hôtelier se rebiffe, ça donne ça : un touriste américain s'est vu infliger une amende de 3.000 dollars après avoir vertement critiqué en ligne sa location d'une nuit au Canada. Le

Kaufer, le créateur de TripAdvisor. "Autrefois, on se fiait surtout aux guides de voyages, aux critiques tourisme ou gastronomie", évoque Fabrice Del Iaglia, président de la commission de normalisation Afnor sur l'e-réputation et DG de Nomade Aventure. "Désormais, le client soupçonnant une connivence entre médias et bonnes adresses veut une opinion non influencée, libre, directement de consommateur à consommateur." Ce plébiscite se vérifie en chiffres : selon un sondage Ifop/Reputation VIP en 2014 : 88% des individus consultent les avis clients en ligne avant un achat.

Le juteux business model de TripAdvisor aurait donc de beaux jours devant lui. Et pourtant une défiance commence à poindre. En octobre dernier, la DGCCRF publiait ainsi une enquête cinglante. A l'issue de 127 contrôles auprès de 60 éditeurs et sites d'avis, 35% présentaient une non-conformité au regard du Code de la consommation. "Les médias ont dénaturé en simplifiant que 35% des avis clients sur les sites étaient faux, corrige Loïc Tanguy, directeur de cabinet auprès de la directrice générale de la DGCCRF.

>> En vidéo - Dépister les faux avis sur les sites de e-commerce

*Retrouvez toutes les vidéos de Xerfi sur **XerfiCanal TV**. Le groupe Xerfi est le leader des études économiques sectorielles. Retrouvez toutes ces études sur le portail de **www.xerfi.com**.*

Nous n'avons aucun moyen de vérifier chaque avis. Nous avons constaté par contre que des plateformes pratiquent une modération biaisée, plaçant les avis positifs en tête plutôt que de chronologiquement. Une pratique qui relève de la publicité mensongère." Cependant, la DGCCRF refuse de dire si TripAdvisor fait partie des sociétés visées...

Mais pas d'angélisme. Ici ou ailleurs, les faux avis pullulent, tant pour se lancer des fleurs que pour débîner le voisin. Et les agences d'e-réputation proposant clés en main des "lots" de critiques positives existent toujours. "Hier encore, j'ai reçu un mail de quelqu'un m'affirmant qu'il détenait plus de 200 comptes sur TripAdvisor, donc une force de frappe importante" constate Thomas Yung. "Ça reste marginal" assure Loïc Tanguy, de la DGCCRF. "Et puis, les plateformes ont normalement des algorithmes qui détectent vite ce genre d'abus." Normalement.

>> A lire aussi - Moi, Michel G., testeur d'hôtels de luxe

Alors comment expliquer le canular d'Oobah Butler ? Ce jeune Londonien vient de révéler comment il a réussi à placer numéro 1 sur TripAdvisor son restaurant The Shed of Dulwich (la cabane de Dulwich), inventé de toutes pièces, à coups de faux avis et de fausses photos de plats !

Le site aurait donc des failles. "Nous menons une lutte sans merci contre la fraude et nous disposons de systèmes sophistiqués et d'équipes pour repérer les fraudeurs, ainsi que d'un système de sanctions sévères", nous assure un porte-parole de TripAdvisor. Mais encore ? "Tout comme une banque qui ne confierait jamais les clés de son coffre-fort à un cambrioleur, nous ne pourrions jamais donner de détails sur nos méthodes." Circulez, y'a rien à voir !

>> Notre service - Faites des économies en testant notre comparateur de Crédits Conso

Le site doit pourtant faire attention. Depuis le 1er janvier, une série de nouveaux décrets sont entrés en vigueur, dans le cadre de la loi pour une République numérique, qui garantissent plus de transparence au consommateur : les plateformes sont tenues d'informer sur la façon dont les avis sont triés, rejetés, restitués et contrôlés.

>> A lire aussi - Booking, comment le géant du voyage fait sa loi

ET SI LA MENACE ÉTAIT AILLEURS ? Des chercheurs de Chicago viennent de créer une intelligence artificielle, entraînée à pondre au kilomètre des faux avis, s'inspirant de vrais, publiés sur la plateforme Yelp. Résultat ? Le panel de consommateurs testeurs n'y a vu que du feu. Selon une étude menée en 2015 par Phocuswright : 93% des utilisateurs du site jugent que les avis TripAdvisor sur les hôtels reflètent la réalité. Jusqu'à quand ?

A LIRE AUSSI

Vol en retard, annonce d'hôtel mensongère... faites-vous indemniser !

Influenceur voyage, les coulisses d'un nouveau métier

Côte d'Azur, Grèce... comment traquer les stars en vacances

[GUIDE VACANCES](#)

[TRIPADVISOR](#)

[TOURISME](#)

[COMPARATEUR DE CRÉDITS CONSO](#)

© CAPITAL



OFFRE PROMO

Abonnez-vous et profitez de + de **20%** de réduction !

J'EN PROFITE

The image shows a promotional banner for Capital magazine. On the left is a stack of magazines with the main headline 'SE SOIGNER MIEUX ET MOINS CHER C'EST POSSIBLE!'. On the right, a large orange diamond shape contains the text 'Abonnez-vous et profitez de + de 20% de réduction !'. At the bottom right, a yellow button says 'J'EN PROFITE'.

Fil d'infos

Les + lus

Devises

Services

D'AUTRES ARTICLES QUI POURRAIENT VOUS INTÉRESSER



Monoprix : ses secrets pour nous faire oublier ses gros prix



Leclerc : ses méthodes de brute pour faire plier les fournisseurs



Emmanuel Macron peut-il vraiment faire baisser les prix de l'immobilier ?



Electricité, gaz : la nouvelle offre de Total 10% moins chère... vraiment ?





Auto-écoles en ligne : peut-on leur faire confiance ?



Peut-on faire confiance aux investisseurs chinois ?



Ces routes de légende à faire en voiture électrique



Diplomeo, le Trip Advisor de l'enseignement supérieur

La charge de travail explose, mais peut-on vraiment faire plus avec moins ?





Peut-on vraiment faire payer les riches ?



State Street Global Advisors : "On ne peut pas faire l'impasse sur la Russie"

LES + LUS : ENTREPRISES ET MARCHÉS

- 1** Tesla pourrait-il être racheté par un GAFA ?
- 2** SNCF : la note qui pourrait tout changer
- 3** Grèves SNCF et Air France : la mobilisation se durcit sur le rail, les prochaines dates de débrayage dans notre calendrier mai - juin

VOIR LES + LUS

SERVICES RECOMMANDÉS PAR CAPITAL

[PUBLIER SON ANNONCE LÉGALE](#)

[COMPARATEUR DE BANQUES PRO](#)

[Fil d'infos](#)

[Les + lus](#)

[Devises](#)

[Services](#)

Capital

LANCE UN ACHAT GROUPE

Tous ensemble, réduisons
nos factures de gaz
et d'électricité



360Learning
LMS & Corporate Universities

Comment créer un
MOOC d'entreprise
ou **COOC ?**



MOOC & COOC
Outils de formation en ligne et services
360Learning

Télécharger l'

**Conditions générales d'utilisation | Charte pour la protection des données | Mentions légales
| Tous vos magazines | Abonnement magazine | Publicité**

© 2018 Prisma Media - Tous droits réservés
Un site du groupe Prisma Media (G+J Network)