Image not found or type unknown

La lutte contre les faux avis sur internet et l'obligation de loyauté des plateformes en ligne

publié le **24/01/2018**, vu **9046 fois**, Auteur : Anthony BEM

Quelles sont les nouvelles obligations de loyauté incombant aux plateformes en ligne concernant les faux avis sur internet ?

A l'ère du numérique, nul ne peut ignorer l'importance croissante des plateformes internet. Le 1 janvier 2018, deux décrets d'application de la loi pour une République numérique (dite loi Lemaire), sont entrés en vigueur, et font peser une obligation de loyauté renforcée sur les plateformes internet.

Afin d'appréhender la question de la lutte contre les faux avis sur internet, nous envisagerons successivement ci-après :

- **L'ampleur des faux avis sur internet (1) ;**
- **L'apport de la loi Lemaire : vers une plus grande transparence des avis en ligne (2) ;**
- **La sanction juridique des faux avis (3).**

1) L'ampleur des faux avis sur internet

Aujourd'hui, le commerce en ligne va de pair avec **les avis des consommateurs.**

La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) du ministère de l'économie et des finances a pris conscience du changement des méthodes et modes de consommation.

La DGCCRF a ainsi effectué, en 2016, 127 actions de contrôle et auprès de 60 professionnels, donné 17 avertissements mais dressé seulement 6 procès-verbaux de sanction.

Le service de la répression des fraudes précise que le taux de non-conformité constaté en 2016 est de 35%, soit plus d'un tiers des avis consommateur.

Il existe deux types de faux avis de consommateur : les critiques ou commentaires positifs et ceux négatifs.

Les faux avis positifs peuvent provenir soit du professionnel ou de l'entreprise concernée, soit d'un prestataire extérieur spécialisé en référencement, afin d'inciter les clients à acheter les produits et/ou services.

Les faux avis négatifs peuvent aussi être publiés par un concurrent peu scrupuleux ou par un spécialiste en référencement sur internet missionné par la concurrence afin de dévaloriser la

qualité des produits et/ou services.

Ainsi, le Tribunal de grande instance de Dijon, a jugé que l'avis négatif publié par une internaute, quelques jours, avant, l'ouverture d'un restaurant :

« Ne peut pas correspondre à l'expression d'un avis objectif se fondant sur une expérience réelle. » **(TGI Dijon, 6 octobre 2015).**

Le point commun de la pratique des faux avis est d'aboutir à une présentation biaisée de la réalité afin d'inciter les potentiels clients à consommer ou à ne pas se tourner vers la concurrence.

Les avis concernent tous les corps de métier : hôteliers, restaurateurs, vignerons, médecins, enseignants, plombiers, avocats, architectes, banquiers, courtiers, comptables, etc ...

Google présente ou agrège en premières lignes les avis publiés par les internautes.

Les avis en ligne ont donc une place prépondérante dans l'acte d'achat, de consommation ou de choix d'un prestataire.

2) L'apport de la loi dite Lemaire du 7 octobre 2016 : une plus grande transparence des avis en ligne

Le 1er janvier 2018, deux décrets d'application de la loi Lemaire du 7 octobre 2016, sont entrés en vigueur.

Ces décrets imposent **aux sites internet qui collectent, modèrent ou diffusent des avis de consommateurs** de respecter des critères de transparence et de les faire apparaitre sur leur site.

Pour cause, les consommateurs ont tendance à davantage faire confiance aux avis publiés par des consommateurs, même s'ils sont conscients des limites du système, plutôt qu'à l'avis de professionnels ou spécialistes,

Le décret (n°2017-1434) est relatif aux obligations d'information pesant sur les sites internet.

Ainsi, le nouvel article L111-7-I du code de la consommation qualifie d'opérateur de plateforme *en ligne : « Toute personne physique ou morale proposant, à titre professionnel, de manière rémunérée ou non, un service de communication au public en ligne reposant sur :*

> *1° Le classement ou le référencement, au moyen d'algorithmes informatiques, de contenus, de biens ou de services proposés ou mis en ligne par des tiers ;*
>
> *2° Ou la mise en relation de plusieurs parties en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un contenu, d'un bien ou d'un service ».*

A la lecture de l'article L111-7-I du code de la consommation, on comprend que les obligations d'information mises à la charge des opérateurs de plateformes numériques tiennent compte de **la nature de leur activité :**

- Selon qu'ils contribuent à la mise en relation de plusieurs parties (plateformes collaboratives, place de marché etc.),

Copyright © 2026 Légavox.fr - Tous droits réservés

- Ou qu'ils se contentent de classer/ référencer des contenus, des biens ou des services proposés ou mis en ligne par des tiers (moteurs de recherche etc)

Désormais, les entreprises et les individus dont l'activité *« principale ou accessoire »* consiste *« à collecter, à modérer ou à diffuser des avis en ligne provenant de consommateurs »* devront donner une « *information loyale, claire et transparente* » sur le traitement et la publication de ces avis (article L111-7-II du code de la consommation).

Ces derniers sont dorénavant tenus de faire apparaître sur leur site plusieurs informations relatives aux avis publiés par les internautes.

Doivent ainsi être présentés de manière claire et lisible et à proximité des avis :

- La date de publication de chaque avis ainsi que celle de l'expérience de consommation concernée par ce dernier (date d'achat, par exemple) ;

- L'existence ou non d'une procédure de contrôle des avis ;

- Les critères de classement des avis.

En outre, l'article D111-7 du même code, indique que l'éditeur du site doit préciser, dans une rubrique *« aisément accessible »,* le délai maximum de conservation et de publication d'un avis, mais aussi faire savoir s'il propose ou non une contrepartie financière pour inciter les consommateurs à déposer un avis.

Dans cette même rubrique, doivent également être présentées les modalités de contrôle des avis, s'il en existe un, parmi lesquelles :

- Les phases de contrôle ;

- Les modalités mises en place pour contacter l'auteur de l'avis ;

- La possibilité de modifier l'avis ;

- Les motifs justifiant le refus de publier un avis.

Enfin, le second décret d'application (n°2017-1436) définit à présent la notion d'avis en ligne, comme l'expression de l'opinion d'un consommateur sur son expérience de consommation grâce à tout élément d'appréciation, qu'il soit qualitatif ou quantitatif.

L'expérience de consommation existe indépendamment du fait que le consommateur ait ou non acheté le bien ou le service pour lequel il a donné son avis.

Il convient de relever que ne sont pas considérés comme des avis en ligne :

- Les parrainages d'utilisateurs ;

- Les recommandations par des utilisateurs d'avis en ligne ;

- Les avis d'experts.

3) La sanction juridique des faux avis

Copyright © 2026 Légavox.fr - Tous droits réservés

Jusqu'à ce jour, la seule norme qui régit la certification des avis en ligne est faite par l'AFNOR, mais cette norme n'a aucune valeur.

Elle ne vise qu'à fiabiliser la collecte et le traitement des avis de consommateurs sur internet, mais reste tributaire de l'adhésion volontaire de chaque entreprise.

A titre d'exemple, le leader mondial des avis d'hôtels et de restaurants en ligne, le site internet Tripadvisor, n'a pas encore adhérer à cette norme.

Dorénavant, l'article L131-4 du code de la consommation dispose que *« tout manquement aux obligations d'information mentionnées à l'article L. 111-7 et à l'article L. 111-7-2 est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 75.000 euros pour une personne physique et 375.000 euros pour une personne morale ».*

Enfin, il est regrettable que le décret ne soit pas d'avantage explicite sur la reconnaissance d'un droit de réponse au profit des professionnels, ce d'autant quand l'on sait qu'un avis négatif publié sur internet peut causer un préjudice de réputation et d'image extrêmement important pour tous les professionnels concernés.

Je suis à votre disposition pour toute action ou information (**en cliquant ici**).

Anthony Bem
Avocat à la Cour
27 bd Malesherbes - 75008 Paris
01 40 26 25 01
abem@cabinetbem.com

Copyright © 2026 Légavox.fr - Tous droits réservés