



Psycho

JE NOTE donc je suis

On déteste les notes à l'école mais, une fois adulte, qu'est-ce qu'on en donne! Etoiles, "j'aime" et commentaires enflammés : on ne se prive pas d'émettre notre avis. A quels besoins répond cette nouvelle manie ?

Resto, ciné, dentifrice ou service client... même combat ! Désormais, on est invité à noter et à commenter son achat sur des centaines de sites. Une démarche qui a aujourd'hui des répercussions économiques importantes, même si elles restent difficilement quantifiables... et nous installe dans un fauteuil autrefois réservé aux journalistes et experts en tout genre qui se partageaient la possibilité d'une audience. Une évolution démocratique, certes, mais qui pose question.

Les Français, champions d'Europe des commentaires

« Tout le monde a deux métiers : le sien et critique de cinéma », affirmait le cinéaste François Truffaut. En 2014, nous tenons plus que jamais à cette double activité, déclinée désormais à l'extérieur des salles obscures ! Restaurants, boutiques, musées, hôtels... dès qu'on saisit un nom sur la Toile, la page de résultats affiche des scores étoilés, accompagnés ou non de commentaires jugeant de la qualité du lieu : son accueil, son plat du jour ou le sourire de la patronne. Les objets ne sont pas en reste. Ciao, le mastodonte européen des avis consommateurs, donne aujourd'hui accès à plus de 5,7 millions de contributions portant sur les performances d'une montagne de produits : de la chaîne hi-fi aux chaussettes. En 2012, les Français ont même été les champions d'Europe des notations et des commentaires (source : Nomao). « Les consommateurs ont toujours évalué les produits par le bouche-à-oreille ou en écrivant aux services consommateurs », analyse Dominique



UNE NORME POUR LES AVIS

Si neuf internautes sur dix lisent les avis consommateurs, presque autant (83 %) pensent que parmi eux se cachent des faux, d'après un baromètre réalisé par testintrust en août 2013. « La méfiance est de plus en plus grande car il est facile pour un professionnel de (faire) poster des avis positifs sur son commerce... ou négatif sur son concurrent », lâche Frédéric Hougard,

fondateur du site. A son initiative, une norme Afnor d'avis vérifiés est entrée en application fin 2013. Obligation de fournir une facture sur demande, transparence des procédures de modération visent, parmi d'autres exigences, à éliminer la majorité des avis frauduleux. Parmi les pionniers acceptant de se plier à ce cahier des charges, GDF Suez ou le site d'avis de voyages et d'hôtellerie vivini.com.

Pasquier, sociologue coauteure des *Evaluations profanes, le jugement en ligne* (La [Découverte]). « Mais ce comportement a augmenté considérablement avec la facilité de notation offerte par le Net, même si, sur la totalité des participants, seul un petit nombre - un sur cinq environ - forme une élite de gens actifs, très réguliers dans cette activité. » C'est le cas de Jean, 367 contributions au compteur TripAdvisor. Pour élargir encore son audience, il poste désormais en anglais. « C'est un hôtelier qui m'a suggéré de commenter, il y a quelques années. Alors que je le félicitais, il m'a expliqué que si mes louanges lui faisaient plaisir, elles lui seraient plus bénéfiques sur Internet. Dès mon premier commentaire, je me suis pris au jeu. Depuis je note mes impressions, je photographie... Je suis un perpétuel client mystère et j'adore ça, même si cela me prend pas mal de temps ! »