

World Tourism Organization



Organisation mondiale du tourisme

UNWTO

Recommandations pour une utilisation responsable des évaluations et des avis sur les plateformes numériques

Comité mondial d'éthique du
tourisme

**Recommandations pour une utilisation
responsable des évaluations et des avis
sur les plateformes numériques**

Comité mondial d'éthique du tourisme



Introduction

Ces dix dernières années, les commentaires des utilisateurs sont devenus une ressource indispensable, non seulement pour le consommateur, mais aussi pour les prestataires et les opérateurs de services touristiques qui s'en servent pour faire cadrer au mieux leurs produits et leurs services avec les attentes des consommateurs. Dans l'univers des voyages et du tourisme, les évaluations et les avis d'utilisateurs publiés sur les plateformes numériques occupent maintenant une place centrale dans la démarche du visiteur pour s'informer, choisir et décider là où il va partir en voyage, être hébergé ou manger.

Il n'existe pas de données consolidées à l'échelon international sur ce sujet, mais plusieurs études permettent de se faire une idée de l'influence potentielle des évaluations et des avis sur le comportement du consommateur. D'après une étude de la Commission européenne, 82 % des personnes interrogées lisaient des avis de consommateurs avant de faire un achat¹. Une enquête réalisée auprès de consommateurs australiens faisait apparaître que 40 % d'entre eux consultaient « toujours » ou « souvent » les avis en ligne pour évaluer un service à la clientèle et que les consommateurs étaient plus influencés par les avis négatifs que positifs².

Des millions d'avis d'utilisateurs en rapport avec le monde du voyage sont consultables en ligne actuellement. À lui seul, TripAdvisor réunit un total de 435 millions d'avis et d'opinions de voyageurs couvrant 6,8 millions d'hébergements, de restaurants et d'activités³. On trouve sur Yelp, par exemple, un total de 115 millions d'avis sur des entreprises locales partout dans le monde.

1 Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools (étude sur la couverture, le fonctionnement et l'utilisation par les consommateurs des outils comparatifs et systèmes de vérification de ces outils par des tiers) (Commission européenne, Consortium ECME Consortium et Deloitte, 2013)

2 Gouvernement du Queensland (Australie) - A step-by-step guide to managing negative online reviews (Guide des étapes de la gestion des avis négatifs publiés en ligne) <https://www.business.qld.gov.au/business/running/customer-service/managing-online-customer-reviews/a-step-by-step-guide-to-managing-negative-online-reviews>

3 Données du troisième trimestre 2016

Dans les commentaires que les utilisateurs peuvent trouver sur les plateformes numériques en rapport avec l'univers du voyage, il faut faire la distinction entre :

- a) les « **avis** », qui correspondent en général à des commentaires et descriptions d'ordre plus qualitatif ; et
- b) les « **évaluations** », habituellement sous forme de classements plus structurés et d'ordre plus quantitatif, par catégorie et par niveau de satisfaction de l'utilisateur, pouvant faire partie d'un avis.

Les plateformes numériques publiant des contenus en rapport avec l'univers du voyage directement produits par l'utilisateur peuvent être une source d'information très utile pour le consommateur. C'est le cas de sites de publication d'avis tels que TripAdvisor et Yelp, cités plus haut, qui se distinguent par les commentaires d'utilisateurs que l'on y trouve sur des destinations, activités et entreprises ; mais c'est vrai aussi de sites internet plus connus traditionnellement comme des moteurs de réservation, tels que Booking.com, Airbnb.com ou Thefork.com, lesquels incluent des commentaires dans le descriptif des établissements, restaurants et autres services.

Cependant, la question de la véracité de certains avis fait débat. De temps à autre, des prestataires de services touristiques déclarent avoir fait l'objet de critiques infondées ou de chantage de la part de consommateurs qui menacent d'écrire un avis négatif s'ils n'obtiennent pas de remboursement ou des freebies (bonus). Inversement, il arrive que des consommateurs signalent des cas d'appréciations positives de services ne se justifiant pas. Les « alertes au consommateur⁴ » publiées par la plateforme Yelp, par exemple, exposent des cas où il existe de fortes présomptions de tentatives d'achat, de la part d'une société, d'avis plus favorables. Ces cas sont peut-être relativement rares si on les rapporte aux centaines de millions d'avis qui sont publiés, mais ils méritent néanmoins de retenir notre attention.

Indépendamment du type et de la forme que revêtent les contributions des utilisateurs, le contenu des évaluations et des avis publiés sur les plateformes numériques doit être honnête et digne de confiance pour que le consommateur puisse s' fier quand il se met à prospecter et à planifier son voyage.

Le Comité mondial d'éthique du tourisme a élaboré les présentes Recommandations en vue d'encourager une utilisation responsable des avis et des évaluations sur les plateformes numériques de tourisme.

Les Recommandations s'adressent aux trois groupes principaux de parties prenantes directement impliquées dans ce processus numérique, à savoir :

- a) les plateformes numériques (opérateurs) ;
- b) les prestataires de services (entreprises recensées sur ces plateformes) ; et
- c) les utilisateurs (consommateurs).

4 Yelp Consumer Alerts: Know Before You Spend (2016): <https://www.yelpblog.com/2016/05/68746>

A. Recommandations à l'usage des plateformes numériques

Les plateformes numériques qui recensent des produits et des services accompagnés d'avis et d'évaluations devraient s'assurer de l'exactitude, de la fiabilité et de la crédibilité des informations données. Les plateformes numériques devraient prendre toutes les mesures raisonnables pour que tout avis publié corresponde à une opinion, une constatation ou une expérience réelle.

Le modèle d'activité promu par ces plateformes numériques s'appuie dans une large mesure sur l'échange de conseils entre les membres d'une communauté. L'affichage public en ligne d'informations produites par les utilisateurs repose sur la confiance. La véracité de l'information présentée est donc déterminante pour l'intégrité, la réputation et le bon fonctionnement de ce type de plateformes.

Afin de faciliter la collecte de commentaires utiles, les plateformes devraient adopter des directives énonçant les principes régissant la collecte, modération et publication des avis en ligne, assortis de recommandations claires. Ces directives devraient être consultables facilement en ligne par les utilisateurs et par les prestataires de services et être disponibles en plusieurs langues.

S'il n'est pas toujours évident de vérifier l'authenticité des contenus produits par les utilisateurs, les plateformes numériques devraient néanmoins avoir en place des systèmes et des processus de contrôle de la qualité garantissant la clarté, l'exactitude et la véracité des contenus.



Les plateformes numériques devraient à cet effet :

a) Pour les informations qu'elles reçoivent :

- S'assurer d'avoir les références correctes des entreprises recensées sur la plateforme ;
- Prévoir un mécanisme permettant aux prestataires de services de signaler ou de corriger des erreurs factuelles et/ou d'apporter des informations complémentaires ;
- Permettre aux prestataires de services de répondre en ligne (publiquement ou en privé) aux avis formulés sur eux par les utilisateurs ;
- Prendre les mesures raisonnables pour garantir que les avis correspondent à des expériences réelles de consommateurs ;

b) Pour les informations qu'elles publient :

- S'assurer que les informations sont présentées aussi clairement que possible pour être comprises par l'utilisateur ;
- Détailler les critères utilisés pour établir la liste des services recensés sur la plateforme ;
- Publier la totalité des avis positifs et négatifs ou indiquer clairement quels sont les critères de publication des avis ;
- Avoir en place des mécanismes de contrôle de la qualité permettant de passer en revue les avis, de les publier une fois les vérifications effectuées et d'éviter tout retard injustifié de publication des avis ;

c) Pour faire face à d'éventuels abus :

- Disposer de mécanismes et de politiques pour repérer les faux avis et traiter les cas de chantage signalés par des prestataires de services ou des utilisateurs ; fournir des informations claires sur l'existence de tels mécanismes ;
- Faire en sorte que les coordonnées de contact du service clients de la plateforme soient faciles à trouver et joignables et qu'il existe des procédures simples à utiliser pour le dépôt et le traitement des réclamations.



B. Recommandations à l'usage des prestataires de services

Les prestataires de services doivent être conscients que l'on trouve maintenant des contenus produits par les utilisateurs sur la majorité, voire la totalité, des plateformes numériques en rapport avec le tourisme, et que ces contenus restent dans la durée. Ils doivent savoir que les contenus produits par les utilisateurs peuvent avoir une influence, aussi bien positive que négative, sur la réputation de l'entreprise. Aussi les entreprises sont-elles encouragées à trouver la meilleure façon de tirer parti de cette somme importante de commentaires et d'informations venant directement des consommateurs.

Pour les hôteliers, gestionnaires de destinations, restaurateurs, transporteurs et autres acteurs du secteur du tourisme, il est essentiel de maîtriser les technologies d'interaction en ligne afin de résoudre les problèmes que leur soumettent les utilisateurs et d'améliorer leur offre de produits et de services pour répondre au mieux aux attentes des consommateurs.

Pour être en mesure d'aborder plus efficacement les avis et les évaluations publiés par les consommateurs sur les plateformes numériques, les entreprises devraient prendre les dispositions suivantes, en mettant à contribution les propriétaires, cadres et employés de l'entreprise :

a) De façon générale,

- Surveiller régulièrement les plateformes numériques sur lesquelles l'entreprise est recensée et vérifier que les informations qui y sont données sur ses produits et ses services sont exactes et à jour ;
- Signaler clairement en tant que tels les espaces publicitaires occupés par des contenus promotionnels payants, pour les différencier du reste de l'information affichée en ligne (offre classique de services, avis et évaluations) ;
- Veiller à ce que les employés aient été formés à la gestion des avis et des évaluations, qu'ils aient conscience du risque de conflit d'intérêt et qu'ils comprennent l'importance de fournir des informations honnêtes ;
- Garder à l'esprit que les avis et les évaluations constituent un retour d'information précieux de la part des utilisateurs ; les entreprises devraient donc encourager leurs clients à faire part de leurs commentaires, librement et en toute honnêteté ;
- Ne pas oublier que la grande majorité des avis ne sont pas problématiques, qu'ils soient positifs ou négatifs ; les uns comme les autres sont habituellement justifiés ;

b) En cas d'avis controversés :

- Recueillir des informations sur les motifs de plainte à l'origine des avis négatifs et apporter, sans tarder, une réponse honnête et argumentée pouvant être utile au consommateur en général ;
- Contacter le site qui héberge les contenus en cas de soupçon de faux avis ;

c) Dans tous les cas de figure,

- S'abstenir de proposer des pots-de-vin ou de payer des clients en échange d'avis ;
- Ne jamais publier d'avis sur leurs propres produits ou sur ceux d'entreprises concurrentes ; ne pas encourager d'amis ou de proches à le faire ;
- S'assurer que des agences externes de marketing ou de communication ne publient pas de faux avis pour accroître le nombre d'appréciations positives visant l'entreprise et ne jamais charger quiconque ni quelque organisation que ce soit de publier de faux avis pour son compte.



C. Recommandations à l'usage des utilisateurs

Les voyageurs d'aujourd'hui participent activement à la production du contenu des plateformes numériques et interagissent en ligne avec d'autres utilisateurs. Ils considèrent très majoritairement les plateformes numériques comme une source d'information essentielle pour planifier leurs voyages, mais sont aussi très influencés par les commentaires de leurs pairs pour choisir un hébergement¹.

Compte tenu de l'augmentation du volume des contenus produits par les utilisateurs sur les plateformes numériques et de l'importance croissante que leur accordent les consommateurs, les évaluations peuvent influencer, en bien ou en mal, sur la réputation de l'entreprise. De même, les avis de consommateurs suscitent certaines attentes ; utilisés sans discernement, ils peuvent causer des déceptions au lecteur qui se fie aux avis laissés par d'autres utilisateurs.

D'où l'importance d'adopter un comportement responsable, en particulier en publiant en ligne de vrais avis, qui soient exacts et utiles à d'autres². À cet égard, les utilisateurs de plateformes numériques devraient :

1 The Impact of Online Content on European Tourism 2013, p. 23; Cox et al. 2008, p. 12

2 Voir l'exemple du guide de TripAdvisor : https://www.tripadvisor.com/TripNews-a_ctr.reviewerguideEN



a) Quand ils publient des avis ou évaluations :

- Écrire des avis honnêtes et équilibrés fondés sur une expérience personnelle récente et inclure des informations sur le service ou sur l'entreprise pouvant servir à d'autres utilisateurs ;
- N'accepter ni cadeaux, ni argent en échange d'un avis positif ; ne pas menacer le prestataire de laisser un avis négatif en échange de faveurs ;
- En cas de problème concernant un produit ou un service, commencer par chercher une solution avec le prestataire, de préférence au moment de la survenue du problème car les avis ne sont pas censés servir à présenter des plaintes a posteriori. Il va de soi que le traitement qui aura été réservé à une éventuelle plainte pourra peser sur la teneur du commentaire publié ultérieurement ;
- Éviter que l'avis ne contienne d'attaques personnelles à l'encontre des employés ou du propriétaire de l'entreprise ;

b) Quand ils consultent des avis ou des évaluations pour choisir une destination ou pour sélectionner des produits et des services :

- Avant de réserver un service, parcourir différents portails internet pour lire divers avis et savoir globalement à quoi s'attendre ;
- Garder à l'esprit que tous les visiteurs n'ont pas forcément les mêmes besoins ni les mêmes préférences ; les avis et les évaluations peuvent donner une indication, mais c'est à l'utilisateur de décider ce qui lui convient le mieux ;
- Garder à l'esprit également que certaines plateformes offrent la possibilité à l'utilisateur de trier les avis par catégorie selon les critères qui peuvent être importants pour lui (voyage en famille, voyage d'affaires, commentaires sur la piscine, etc.) ;
- Déterminer la caractéristique du produit qui compte le plus dans son cas (emplacement, prix, services, bruit, petit-déjeuner, etc.) et se concentrer là-dessus ; il est bon de prendre en considération la note globale, mais aussi la note par catégorie et de lire divers avis pour se faire une idée plus précise et plus équilibrée.



En cas de différend

Il est important de relever que les avis et les évaluations ne constituent en rien des certifications. Ils ne peuvent donc pas être invoqués pour motiver un remboursement ou une réclamation, à moins que la plateforme numérique ou le prestataire de service n'ait une politique commerciale spécifique en la matière.

En revanche, peut être invoqué en vue d'une réclamation une violation du droit à la vie privée et/ou de ce qui est autorisé par la loi en matière de protection du consommateur en vertu de la législation correspondante. En conséquence, tous les acteurs devraient connaître les limites de ce qui est autorisé par la loi, qu'ils écrivent, qu'ils hébergent ou qu'ils commentent des avis et des évaluations.

En cas de différend, il est important d'agir de manière responsable et d'obtenir une assistance juridique, si nécessaire.

A. Différends entre plateformes numériques et prestataires de services

Si elle observe de possibles irrégularités de la part d'un prestataire de services concernant les avis et évaluations, la plateforme numérique devrait :

- Faire le nécessaire pour notifier le problème à l'intéressé et supprimer toutes les informations qui semblent suspectes conformément à la législation nationale ;
- Faire en sorte, dans toute la mesure du possible, de porter le problème à la connaissance des utilisateurs pour prévenir toute tromperie ;
- Juger de l'opportunité de signaler le cas et collaborer avec les autorités compétentes en cas de possible infraction ;

Un prestataire de services estimant que la plateforme numérique ne fait pas son travail correctement devrait :

- Se reporter à la politique relative aux contenus utilisée par la plateforme ;
- Évaluer au préalable les répercussions du problème sur la réputation du prestataire de services ;
- Contacter la plateforme numérique pour l'informer du problème, en utilisant en priorité tout mécanisme spécialement mis à disposition par la plateforme numérique pour déposer une réclamation ;
- Si nécessaire, solliciter une assistance juridique pour l'orienter dans la suite de ses démarches.

B. Différends entre utilisateurs et prestataires de services ou plateformes numériques

Il est important de garder à l'esprit que les avis et évaluations ne constituent pas un mécanisme officiel de réclamation. En cas de différend avec un prestataire de services ou une plateforme numérique, l'utilisateur devrait engager une ou plusieurs des démarches ci-après, selon le cas :

- Contacter le prestataire de services ou la plateforme pour l'informer du problème et chercher une solution négociée ;
- Déposer une réclamation officielle, en s'assurant de conserver toutes pièces justificatives pouvant étayer la réclamation (factures, contrats, etc.) ;
- Si le problème concerne le droit à la vie privée ou les droits en matière de protection du consommateur, l'utilisateur devrait solliciter une assistance juridique et, si nécessaire, saisir les autorités compétentes en matière de protection du consommateur ;

Pour sa part, en cas de différend avec un utilisateur, le prestataire de services ou la plateforme numérique devrait engager une ou plusieurs des démarches ci-après, selon le cas :

- Chercher à régler le problème à l'amiable directement avec l'utilisateur ;
- Informer l'utilisateur de la possibilité de déposer une réclamation officielle ;
- Connaître les limites de ce qui est autorisé par la loi et en informer clairement l'utilisateur pour garantir, en permanence, la protection de la vie privée.

Copyright © 2017, Organisation mondiale du tourisme (OMT)
Crédits image de couverture: copyright © Monkey Business Images | Dreamstime

Recommandations pour une utilisation responsable des évaluations et des avis sur les plateformes numériques

ISBN version imprimée : 978-92-844-1937-1
ISBN version électronique : 978-92-844-1938-8

Publié et imprimé par l'Organisation mondiale du tourisme, Madrid (Espagne)
Premier tirage : 2017
Tous droits réservés.

La description et le classement des pays et territoires mentionnés dans la présente étude et la présentation des éléments qui y figurent n'impliquent de la part du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies, non plus que du Comité mondial d'éthique du tourisme, aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites, ni quant à leur système économique ou leur stade de développement.

Organisation mondiale du tourisme	Tél. : (+34) 915 67 81 00
Calle Poeta Joan Margall, 42	Fax : (+34) 915 71 37 33
28020 Madrid	Site Internet : www.unwto.org
Espagne	Email : omt@unwto.org

Citation de la source :

Comité mondial d'éthique du tourisme (2017), *Recommandations pour une utilisation responsable des évaluations et des avis sur les plateformes numériques*, OMT, Madrid.

Toutes les publications de l'OMT sont protégées par copyright. Par conséquent, sauf indication contraire, aucune partie d'une publication de l'OMT ne peut être reproduite, mémorisée dans un système de recherche ou utilisée sous quelque forme que ce soit ou par un moyen quelconque, électronique ou mécanique, y compris la reproduction par photocopie ou sur microfilm et la numérisation, sans autorisation préalable par écrit. L'OMT encourage la diffusion de ses publications et examine volontiers les demandes d'autorisation, de licence et de droits de traduction les concernant.

L'autorisation de photocopier en Espagne des publications de l'OMT doit être obtenue par l'intermédiaire de :

CEDRO, Centro Español de Derechos Reprográficos	Tél. : (+34) 91 308 63 30
Calle Monte Esquinza, 14	Fax : (+34) 91 308 63 27
28010 Madrid	Site Internet : cedro@cedro.org
Espagne	Email : www.cedro.org

Pour être autorisé à reproduire des publications de l'OMT en dehors de l'Espagne, prière de s'adresser à une des organisations partenaires de CEDRO avec lesquelles il existe des accords bilatéraux (voir en anglais <http://www.cedro.org/en>).

Pour tous les autres pays ainsi que pour les autres autorisations, les demandes sont à adresser directement à l'Organisation mondiale du tourisme. À cet effet, prière de consulter :
<http://publications.unwto.org/fr/content/droits-et-autorisations>

preparé par:



World Committee on
Tourism Ethics
For Responsible Tourism

En collaboration avec:



World Tourism Organization

Capitán Haya 42, 28020 Madrid, Spain
Tel: (34) 91 567 81 00 / Fax: (34) 91 571 37 33
omt@UNWTO.org / www.UNWTO.org