

SITES D'AVIS

Leur fiabilité est remise en cause

Victimes du succès, TripAdvisor et les autres n'arrivent plus à bloquer les faux commentaires écrits par les hôteliers eux-mêmes. Démonstration.

Norbert Westelynck en a vacillé sur son tiroir-caisse. Le 19 juillet 2013, ce gérant de l'hôtel des Vignes, à Juliéas (Rhône), naviguait sur sa page TripAdvisor quand il est tombé sur les commentaires de cinq internautes n'ayant jamais mis un pied chez lui : «pourri d'humidité», «c'est un Formule 1», «travail d'amateur». Un clic sur la fiche des établissements alentour, mêmes auteurs, mêmes dates de séjour (!), mêmes amabilités. Seul Le Moulin de Saint Vérand trouvait grâce à leurs yeux : «havre de paix», «étape parfaite», «tout y est subtilité». Devant le refus de TripAdvisor de retirer la moindre

ligne, ces hôteliers ont alors contacté la propriétaire du Moulin, contrainte d'avouer que derrière ces messages bidon se cachaient des «clients amis». Dès le lendemain, leurs avis avaient disparu. «Mais six jours de critiques en pleine saison ont dû faire fuir plus d'un client», estime Thomas Yung, consultant en webmarketing hôtelier.

PLUS D'UN CLIENT ? Des dizaines, oui ! Car les avis des autres, les voyageurs ne peuvent plus s'en passer : d'après Reputation VIP, 88% des vacanciers les consulteraient avant de réserver. Et pour les hôteliers et restaurateurs, une bonne note en ligne compte presque plus que le nombre d'étoiles. Les internautes sont pour-

tant de moins en moins dupes. Si, en 2010, 93% jugeaient ces messages fiables, aujourd'hui ils ne seraient plus que 80%. Paranos ? Pas du tout : d'après la Direction de la concurrence, 45% des commentaires postés sur le Net seraient biaisés. Deux fois plus qu'en 2012. Dans le tourisme, trois sites concentrent 90% des commentaires : Booking.com (62,2%), TripAdvisor.com (22,5%) et Hotels.com (5,1%). Mais sur Booking et Hotels, impossible de laisser un avis bidon. C'est l'établissement qui envoie le formulaire au client à l'issue de son séjour. Sur TripAdvisor en revanche, il suffit de se constituer un profil avec un pseudo (ça nous a pris 1 minute 30) pour laisser des pastiches sur un

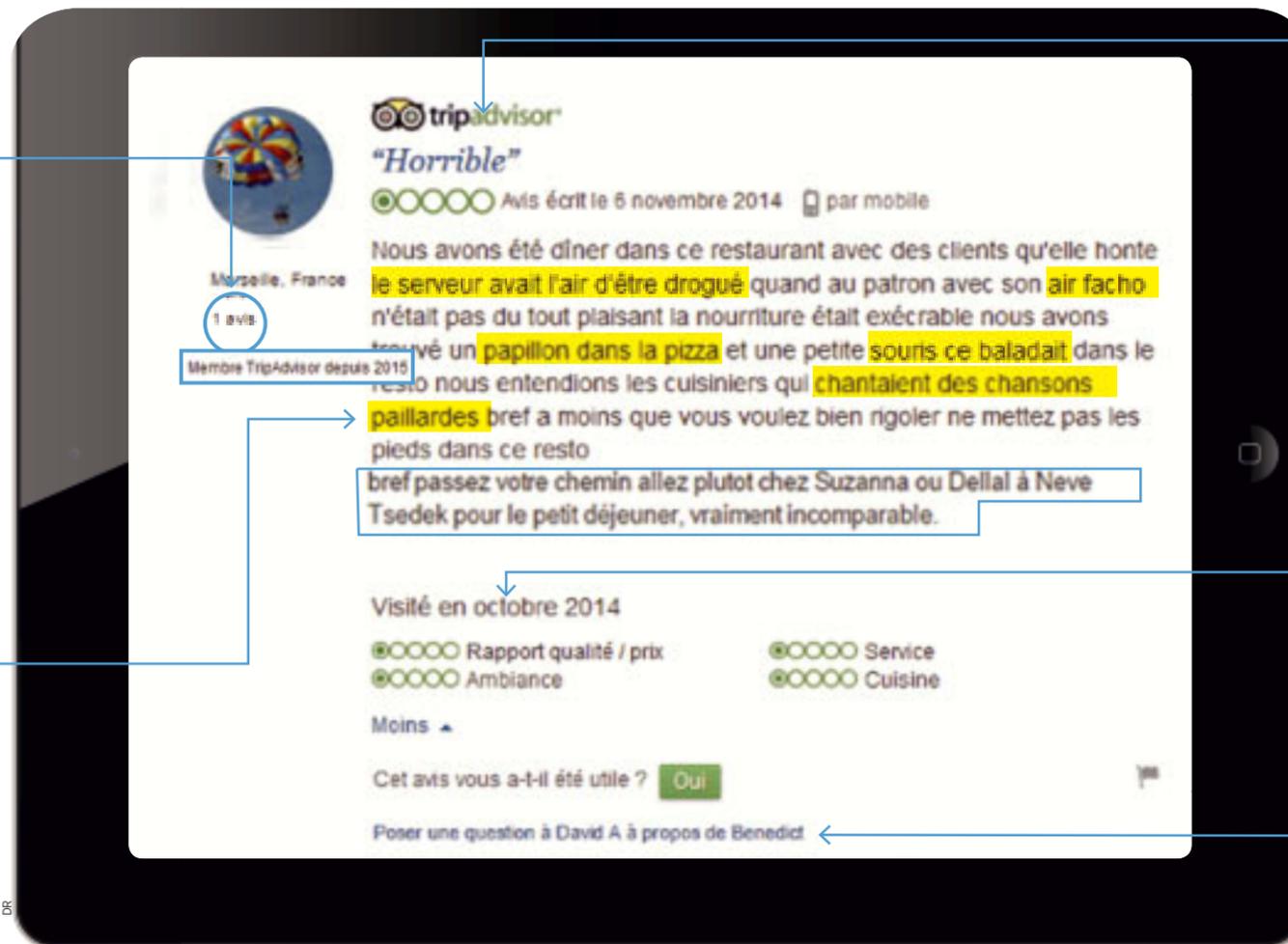
Conseils pour éviter les avis bidon

L'AUTEUR

Même si les faussaires sont de plus en plus malins, des indices doivent vous mettre la puce à l'oreille. L'internaute est récent sur TripAdvisor, son profil public est sommaire, il a déposé peu d'avis ? Méfiance. Privilégiez les commentaires des gros contributeurs.

LE CONTENU

Dans les avis négatifs, l'emploi immodéré des points d'exclamation, des détails invraisemblables et des critiques frisant l'insulte est toujours suspect. A fortiori quand l'internaute recommande d'aller chez le concurrent...



LE SITE

Sur Booking.com, seuls les clients ayant séjourné dans un hôtel peuvent déposer un avis sur lui, les faux sont donc impossibles. Sur TripAdvisor à l'inverse, n'importe qui peut le faire sous pseudo, sans avoir à prouver son séjour ou son repas.

LA DATE

Dans le menu déroulant, mieux vaut classer les avis par date plutôt que par note. On peut plus facilement traquer un commentaire trop élogieux dans une marée de critiques. Et les opinions récentes colleront mieux à la réalité.

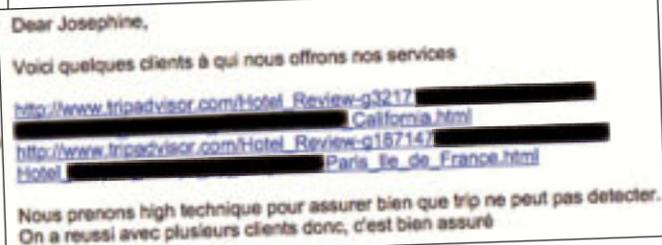
LA RÉPONSE

Si vous cherchez à contacter l'auteur de l'avis pour avoir plus de précisions et qu'il ne répond pas, il y a des chances que l'avis soit bidon. S'agissant de l'hôtelier ou du restaurateur, l'absence de réponses aux avis peut être le signe d'un mauvais service clients.



LA PREUVE QUE POSTER DES FAUX AVIS SUR TRIPADVISOR EST FACILE

NOTRE JOURNALISTE s'est fait passer pour une restauratrice voulant acheter de faux avis auprès d'une officine vietnamienne spécialisée dans la vente d'avis. Outre ses tarifs, celle-ci nous a envoyé à titre d'exemple des liens d'hôtels, dont un à Paris, pour qui elle a posté dix messages bidon sur TripAdvisor.



établissement sans en avoir jamais poussé la porte.

BIEN SÛR, LE GÉANT AMÉRICAIN veille au grain. «Nous avons des filtres informatiques très performants, complétés par une centaine de spécialistes chargés de détecter les fraudeurs», assurait son P-DG, Stephen Kaufer, à Capital en août dernier. Certes, mais avec 139 contributions déposées chaque minute dans le monde entier, difficile de bloquer tous les faux. D'autant que les tricheurs sont de plus en plus malins. Fini le temps où les hôteliers se contentaient d'utiliser des pseudos pour dénigrer la concurrence, comme ce manager d'Accor en Australie, mis à pied au printemps 2013 pour avoir publié 105 faux avis. Les professionnels du tourisme ont à leur disposition une vraie petite industrie. A l'instar de celle avec qui nous aurions pu passer contrat (lire ci-contre), des

sociétés basées au Vietnam ou à Madagascar se chargent de tout pour une quinzaine d'euros le message. Et ces faussaires ont appris à bien se cacher : profils d'internautes variés et crédibles, messages dispersés dans le temps sur plusieurs établissements, ton naturel, fautes d'orthographe réalistes, serveurs informatiques difficilement identifiables... «Les éloges bidon sont de plus en plus difficiles à débusquer, reconnaît Guilain Denisselle, fondateur de TendanceHotellerie.fr. D'ailleurs, dans le top 100 des hôtels de Paris les mieux notés, trente au moins n'ont rien à y faire». A la vérité, cela n'empêche pas Stephen Kaufer de dormir. «Sur des millions d'avis, au fond, ça n'a pas beaucoup d'importance que quelques-uns soient faux», nous lâchait le fondateur de TripAdvisor l'été dernier. Logique, le business model à l'origine de l'incroyable succès de cette machine à profits (150 millions

d'euros de résultat net pour 692 millions de chiffre d'affaires en 2013) est basé sur la quantité de messages postés, pas sur leur qualité. «Plus TripAdvisor engrange d'avis, plus les internautes réservent par son biais, plus le site gagne de l'argent : les commissions reversées par les hôteliers représentent 74% de ses revenus», précise Guilain Denisselle.

PAS DE PANIQUE POUR AUTANT. Vous préparez un séjour en Grèce et hésitez entre plusieurs adresses ? Deux réflexes devraient vous éviter une mauvaise surprise. Lisez les messages des internautes en suivant nos conseils ci-dessus. Et puis comparez la note de l'hôtel sur TripAdvisor avec celle de Booking obtenue, rappelez-vous, à l'issue de vrais séjours. Si le score TripAdvisor est supérieur, méfiance, de fausses louanges peuvent expliquer cet écart. S'il est équivalent, vous pouvez cliquer sans crainte. ☺