Pour un **cadre éthique** des **commentaires** en **ligne**



Alexis **Schotter**
Président de **CCW Wethic**

Aux avant-postes des métiers numériques d'aujourd'hui, la solution Wethic assure la probité des avis des internautes grâce à une preuve d'achat de produit ou de service. Son président plaide pour une approche transparente des publications sur le Web.

L'UE fait du numérique un objet politique très fort. Quelle est votre vision des enjeux liés à la certification des avis des consommateurs en ligne ?

Alexis Schotter : Depuis quelques années, nous assistons à la fulgurante émergence d'une nouvelle puissance d'expression, constituée d'une multitude de voix, individuelles ou organisées qui parcourent le Web en tous sens. Dans le commerce, elles prennent notamment la forme de témoignages, sincères ou factices, innocents ou malintentionnés. Depuis juillet 2013, l'AFNOR propose une norme pour sites internet et applis mobiles où les usagers peuvent laisser des avis. Or il est difficile de légiférer et de définir un cadre. Notre outil, fruit de nos réflexions menées depuis 2011, accompagnera cette question.

Depuis 2012, le Gouvernement avec la DGCCRF a clairement mesuré l'ampleur des dérives. Son service national des enquêtes (SNE) qui réalise des contrôles sur internet surveille de façon récurrente et très professionnelle les acteurs concernés. Cependant, face à des volumes gigantesques, il faut un outil technologique déployé sur l'intégralité du Web.

Rappelons que plus de 55 % de la population française achète déjà en ligne pour 57 milliards d'euros sur un an, soit 5 % des transactions du commerce.

Les résultats des enquêtes sont éloquents : de 24 à 48 % de faux avis, des avis négatifs qui disparaissent… Sans transparence, pas de confiance et sans confiance, plus de croissance.

L'enjeu de la certification des avis est de tisser durablement un lien de confiance puissant entre les consommateurs et les marchands. Wethic accompagne ainsi les politiques volontaristes.

Pouvez-vous nous présenter le fonctionnement de votre solution ?

A. S. : Notre principe est simple : des entreprises nous demandent de mettre en place un système de certification d'avis des consommateurs sur leurs déclinaisons numériques et sur l'ensemble du Web au profit de leurs clients et communautés. Nous réalisons une revue totale du Web des commentaires quotidiennement, certifiés ou non, nous déployons notre logiciel d'authentification sur leurs portails et ceux des plateformes d'avis, nous contactons tous les rédacteurs pour leur permettre la certification. L'acheteur présente sous forme d'e-mail, de fichier numérique ou de photo – rien de plus simple avec un smartphone – la preuve de son achat et son avis s'en trouve légitimé.

Une société, qui s'associe avec nous, prouve qu'elle adopte une attitude transparente et responsable. Nous ne sommes qu'un tiers de confiance qui lui permet de lutter dans une approche collaborative contre ce phénomène.

Notre société est à ce titre engagée dans un processus de certification par le COFRAC en tant qu'organisme certificateur intervenant dans le cadre des articles L 115-28 du Code de la Consommation.

Aujourd'hui, quand le e-consommateur, avisé, voit un célèbre équipementier de matériels sportifs laisser des avis défavorables sur ses pages et répondre aux mécontents, il se dit

> *Une attitude responsable dans le e-commerce !*

que cette entreprise est susceptible d'innover et d'améliorer la qualité de son offre. Le bouche-à-oreille prend ensuite le relais.

Selon une étude d'un opérateur de téléphonie, 90 % utilisent la notation pour se faire un avis avant d'acheter. Lors de son bilan 2014 du e-commerce, la secrétaire d'État Carole Delga l'a dit elle-même : « *La digitalisation peut être un levier de croissance pour les commerces de proximité. L'e-commerce peut accompagner leur notoriété et leur activité.* »

Quelle stratégie de développement comptez-vous adopter ?

A. S. : La démarche de Wethic est collaborative, elle implique tous les intervenants concernés par les avis et ne se substitue à aucun d'entre eux ! Nous sommes en mesure d'équiper d'un logiciel de certification les sites de sociétés publiques et privées, ou leurs prestataires, prêtes à accepter l'expression publique de véritables clients. L'acheteur appréciera de voir des avis labellisés « *Wethic* », notre logo sera synonyme de véracité.

Dans le domaine du tourisme, par exemple, notre outil permettra de rééquilibrer les pouvoirs des acteurs du Net. Nous avons déjà breveté notre solution aux États-Unis, au Canada, en Suisse et en UE et sommes prêts à travailler avec des partenaires de même culture sur les normes.

Cependant, nous allons prendre le temps de développer le laboratoire France avant d'exporter, avec des acteurs locaux, ce Web loyal, espéré par les 500 millions de consommateurs et citoyens européens.