

## Avis de consommateurs en ligne : Testntrust dévoile l'opinion des français sur les règles de la future norme française

Le premier comparateur de satisfaction révèle, via une nouvelle étude nationale, trois enseignements majeurs sur le rapport des français aux avis de consommateurs en ligne

Paris, le 17 avril 2013 - La confiance dans les avis de consommateurs est une préoccupation majeure pour les 9 français sur 10 qui déclarent les lire. Rien d'étonnant à ce que ces derniers soient 75% à déclarer que cette confiance sera renforcée par la future norme française qui verra prochainement le jour. La dernière étude de Testntrust, société qui a initié le projet de norme en sollicitant l'AFNOR puis en finançant l'étude de faisabilité, met en lumière le point de vue des français vis-à-vis des mesures portées par ce texte très attendu, qui constitue par ailleurs une première mondiale dans le domaine.

Cette enquête a été réalisée par Easypanel, du 11 au 13 mars 2013, auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1029 personnes.

### Les français prêts à accorder leur confiance aux sites normés

Les français accordent beaucoup d'importance aux avis de consommateurs pour les guider et les conseiller avant l'acte d'achat. Néanmoins, Testntrust annonçait lors de son dernier « Baromètre faux avis » que la confiance des français s'était émoussée (81% les jugeaient fiables en 2012 VS 86% en 2011).

C'est pourquoi, une norme apparaît indispensable afin de mettre en place des règles précises auxquelles les sites Internet, désireux d'obtenir cette distinction, devront se conformer. Dans cette nouvelle étude, **75% des français déclarent qu'ils feront davantage confiance aux sites qui auront adopté la norme**, reconnaissant ainsi le bénéfice de la démarche : consulter des avis fiables et de qualité.

### Les français veulent s'exprimer et ils ont des attentes simples de transparence et de sincérité

L'important, pour les consommateurs, est de s'exprimer et ils sont très actifs sur les sites et plateformes leur permettant de le faire. **Dans les 12 derniers mois, 57% d'entre eux ont publiés au moins un avis** et, avec 82% qui les consultent « toujours » ou « parfois », cette source d'information est un enjeu de taille pour les professionnels.

Néanmoins, cette envie de s'exprimer doit se faire en toute liberté et permettre aux consommateurs d'être entendus en plus d'être utiles aux autres. Alors, face aux règles que devrait imposer la norme, les français ont quelques attentes qui, mêmes si elles peuvent paraître « basiques », constituent le socle indispensable de la viabilité et de la pertinence du futur texte de l'AFNOR. Parmi les 11 règles soumises aux français, les trois premières (avec 93% de réponses favorables) sont :

- 1- La société qui gère les avis devra **informer le consommateur sur ses motifs en cas de refus de publication**
- 2- La société qui gère les avis ne pourra **jamais retoucher ni modifier l'avis publié**
- 3- Le consommateur pourra **signaler un abus s'il lit un avis semblant suspect**

**L'électroménager : le premier secteur où les avis comptent !**

Les consommateurs lisent des avis sur de nombreux sujets, mais contrairement aux idées reçues ce sont ceux liés au secteur **de l'électroménager (56%) qui sont les plus consultés par les français**. Suivent ensuite les avis dans les **domaines de la restauration (42%), de l'informatique (41%) et du tourisme (37%)**. Les français accordent donc une grande importance aux avis de consommateurs liés à des achats contraints nécessitant un budget important, ce que sont les appareils électroménagers dont les ventes en 2012 ont généré un chiffre d'affaires de plus de 7,6 milliards d'euros (source : GIFAM).

Frédéric Hougard, Président-fondateur de Testntrust, déclare : « *Testntrust est particulièrement fier d'être à l'origine des travaux de la norme française, d'autant qu'on observe, après un an d'échanges entre professionnels, que les consommateurs sont prêts en grande majorité à accorder davantage de confiance à ceux qui adopteront la norme* ».

#### **A propos de Testntrust**

[www.testntrust.fr](http://www.testntrust.fr)

Créé en 2009 par Frédéric Hougard, ancien directeur des activités online de ViaMichelin, Testntrust propose aux entreprises des solutions innovantes pour leur relation client.

Testntrust est un site d'avis consommateurs fiables et sincères sur lequel les marques peuvent interagir et être récompensées de leurs efforts de dialogue. C'est aussi un outil de mesure dynamique de la satisfaction client sur tous les points de contact, à destination des professionnels.

L'Election du Président des Clients, créée en 2011, permet aux marques de valoriser leur orientation client et renforcer de façon inédite le dialogue avec leurs clients. Le label N°1 de la satisfaction® est une initiative de Testntrust pour récompenser les entreprises élues par les clients.

Testntrust a obtenu le statut de Jeune Entreprise Innovante, est membre du pôle de compétitivité PICOM, du pôle de compétitivité TES, de l'AMARC (Association pour le Management de la Réclamation Client) et est soutenu par OSEO et la Région Basse Normandie.

Testntrust est l'initiateur des travaux d'étude de l'AFNOR visant à établir une norme française des avis de consommateurs sur Internet.

Fort de son succès, Testntrust a réalisé sa première levée de fonds en juillet 2011 d'un montant de 2.6 M d'€ auprès de Qualis et de ses associés historiques.

#### **Résultats complets sur simple demande**

##### **Contacts presse**

Grayling

Henrik Nourry / Sonia Bonvalet

01 55 30 80 91

[henrik.nourry@grayling.com](mailto:henrik.nourry@grayling.com)