



Baromètre PagesJaunes des avis en ligne réalisé en partenariat avec OpinionWay

Bien que réputés râleurs, les Français publient plus d'avis en ligne quand ils sont satisfaits que lorsqu'ils sont mécontents

- Les avis en ligne **influencent la moitié** des Français (**51%**) dans leur décision d'achat (en particulier les 18-24 ans sensibles à 68%)
- **77%** des Français **consultent les avis** tant pour choisir un produit qu'un professionnel ou un commerce (plombiers, restaurants, garagistes...)
- Pour **86%** des répondants, il est **difficile de distinguer les vrais des faux avis**
- Les internautes déclarent **publier plus souvent un avis** à la suite d'une **bonne expérience** (**20%**) que lorsqu'ils sont **mécontents** (**12%**)
- **2/3** des entreprises **ne savent pas** s'il existe des avis postés sur elles
- **79%** des Français **prêtent attention aux réponses** des entreprises sur Internet
- Pour **67%** des Français, les avis en ligne **jouent un rôle prépondérant** dans la réputation d'une marque ou d'une entreprise

Pour découvrir les résultats complets,
[cliquez ici](#)

Le 1er janvier 2018 entrait en vigueur un [décret relatif aux avis en ligne](#), dans le cadre de la loi pour une République numérique. Pour éclairer cette actualité 100% conso, PagesJaunes et OpinionWay dressent le bilan des usages et des attentes des Français quant aux avis déposés par les internautes sur les produits, services et entreprises.

Près de **8 Français sur 10 (77%) consultent les avis des internautes** avant d'acheter un produit ou un service, **et ils sont 60% à déposer eux-mêmes des avis**. Ces chiffres, plutôt stables par rapport à la dernière édition du baromètre (respectivement 78% et 60% en 2016), confirment le poids des recommandations en ligne dans les habitudes d'achat des Français.

LES JEUNES SONT LES PLUS INFLUENCÉS PAR LES AVIS EN LIGNE



Alors que les avis en ligne influencent la décision d'achat de 51% des Français, ce chiffre atteint **68% chez les 18-24 ans** ! Ultra connectés, et surfant en continu sur les réseaux sociaux et autres plateformes de messagerie, les jeunes sont devenus LA génération du bouche-à-oreille digital.



LES AVIS EN LIGNE NE SONT PAS LA CHASSE GARDÉE DES GRANDS DU E-COMMERCE ET DES GAFA

Cet attrait pour les retours d'expérience entre internautes n'est plus réservé au e-commerce, mais inclut désormais le commerce local : **69% des Français consultent les avis en ligne pour choisir une entreprise, un professionnel ou un commerce** (coiffeur, garagiste, plombier...).



TOP 5 DES SECTEURS POUR LESQUELS LES FRANÇAIS CONSULTENT DES AVIS :

1. Restaurants (64%)
2. Tourisme / loisirs (60%)
3. Commerces non alimentaires (34%)
4. Artisans du BTP (27%)
5. Médical et paramédical (27%)

TOP 5 DES SECTEURS POUR LESQUELS LES FRANÇAIS SOUHAITERAIENT DISPOSER DE PLUS D'AVIS :

1. Restaurants (54%)
2. Tourisme / loisirs (53%)
3. Artisans dépannage / installateurs (46%)
4. Artisans du BTP (45%)
5. Médical et paramédical (42%)

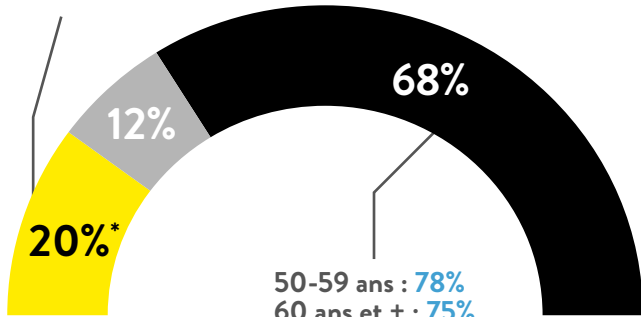
LES FRANÇAIS, PAS SI RÂLEURS QUE ÇA !



Parmi les internautes qui publient des avis en ligne, plus de deux tiers (68%) déclarent le faire dans une **démarche contributive**, sans distinction, qu'ils soient satisfaits ou non.

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, la part d'internautes déclarant utiliser les avis en ligne **uniquement pour se plaindre est faible (12%)**, et bien inférieure à la part des enthousiastes : 20% des personnes interrogées déclarent publier un avis lorsqu'elles sont satisfaites.

25-34 ans : 29%
35-49 ans : 23%



*+3 pts vs 2016

En général, vous déposez des avis sur Internet...

- Lorsque vous êtes **satisfait(e)** d'une entreprise, d'un professionnel, d'un commerce ou d'un produit/service
- Lorsque vous êtes **mécontent(e)** d'une entreprise, d'un professionnel, d'un commerce ou d'un produit/service
- **Cela dépend**, parfois lorsque vous êtes satisfait(e), parfois lorsque vous êtes insatisfait(e)

LE CLIENT EST ROI, ET IL EST TRÈS INFORMÉ



2/3 des entreprises ne savent pas ce qui se dit sur elles sur Internet alors que 79% des Français disent prêter attention aux réponses laissées par les entreprises sur Internet.

Les Français prennent de plus en plus conscience de leur pouvoir sur les marques : pour 67% des personnes interrogées, les avis déposés sur Internet représentent aujourd'hui **le principal vecteur de réputation d'une marque ou d'une entreprise**, soit une augmentation de 5 points en un an !



LES FAUX AVIS : MISSION IMPOSSIBLE POUR LES DÉBUSQUER ?

Alors que la DGCCRF estime dans une étude récente que **35% des avis en ligne seraient frauduleux**, l'identification des faux avis est perçue comme complexe pour la majorité des Français (86%).

Plus de la moitié des Français (55%) qui ne consultent pas les avis en ligne invoque le manque de crédibilité. Selon eux, les avis en ligne ne sont pas du tout fiables.



LES CONSEILS DE GUILLAUME LAPORTE, DIRECTEUR MARKETING DE PAGESJAUNES.FR

“ Pour déceler les avis sincères et les différencier des frauduleux, nous conseillons aux internautes de **prêter**

attention au nombre d'avis postés par le contributeur et les dates de publication. Si tous les avis concernent le même secteur d'activité (la restauration par exemple) cela semble suspect.

Pour que les entreprises gardent le contrôle de leur image sur Internet, il faut qu'elles prennent le temps de consulter régulièrement ce qui se dit sur elles. Pour favoriser leur e-réputation, elles doivent aussi **prendre le temps de répondre** : 80% des internautes sont rassurés par un professionnel qui répond.

Nous ne le rappellerons jamais assez : les avis sont le bouche-à-oreille de l'ère digitale ! ”

PagesJaunes a anticipé dès 2012 les nouvelles obligations du décret relatif aux avis en ligne, pour une modération fiable et transparente.

La charte qualité PagesJaunes fiabilise les avis déposés sur son site :

- Les avis correspondent à des expériences de consommation et à des auteurs identifiés
- Les avis et réponses de professionnels sont modérés avant et après publication
- Pas de sélection effectuée dans les consommateurs pouvant déposer un avis, ni dans les avis publiés (un avis négatif n'est pas supprimé)
- Le consommateur peut signaler un avis qui lui semble suspect. Le professionnel également
- Les professionnels ont la possibilité de répondre aux avis
- pagesjaunes.fr ne peut pas les modifier

À propos de PagesJaunes

PagesJaunes est le leader français de la publicité et de l'information locale sur Internet (pagesjaunes.fr, pagespro.com), mobile (sites et applications) et imprimé (annuaires PagesJaunes et PagesBlanches). PagesJaunes est aussi le premier créateur de site Internet en France. En 2017, 9 français sur 10 ont utilisé un des supports PagesJaunes et près de 500 000 clients digitaux ont fait confiance à PagesJaunes pour promouvoir leurs activités. PagesJaunes est une filiale du groupe SoLocal.

Informations disponibles sur www.solocalgroup.com

Méthodologie

Étude réalisée du 19 juin au 21 juillet 2017 par OpinionWay auprès de deux échantillons :

- Un échantillon de 2 003 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, après stratification par région et catégorie d'agglomération.
- Un échantillon de 1 003 TPE-PME représentatives des entreprises de moins de 250 salariés (ont été exclues de l'interrogation les entreprises du secteur Industrie).

Contact Presse

PagesJaunes – Edwige Druon
edruon@pagesjaunes.fr
06 23 24 35 09

TBWA\Corporate – Sophie Noël
sophie.noel@tbwa-corporate.com
01 49 09 25 54

TBWA\Corporate – Camille Klein
camille.klein@tbwa-corporate.com
01 49 09 25 72

