



Grégory REGOUBY
Directeur de la Publication
& CEO du Groupe Plus que PRO

L'année 2022 marque encore le renforcement de la lutte contre les faux avis clients et valorise par voie de conséquence l'avènement des vrais avis franchisés !

La France vient d'adopter une directive européenne visant à interdire la publication ou la diffusion d'avis clients susceptibles de tromper le consommateur. Cette décision apporte, s'il en était besoin, une preuve supplémentaire de l'importance que le législateur accorde désormais à l'outil de réassurance et de preuve que l'avis client constitue dans son propre intérêt.

Sachant qu'une publication de faux avis coûtait déjà cher... Pour mémoire, **une amende transactionnelle de 30 000 euros** a été infligée à la société Bistrobis, chargée de la promotion des restaurants parisiens du groupe Dorr. Cette transaction pénale intervient à la suite de **faux avis positifs publiés sur internet**, entre avril 2017 et novembre 2018.

Sachant également que l'achat ou la publication de faux avis sont sanctionnés par le Code de la consommation (art. L. 121-1 et suivants). Quiconque ayant recours à ces pratiques commerciales trompeuses peut être condamné pénalement jusqu'à 300 000 € d'amende et deux ans de prison (art. L. 132-1 et suivants du même Code).

Cette évolution du dispositif, en vigueur à la date du 28 mai 2022, interdira désormais totalement à l'ensemble des sites de prétendre qu'un avis émane d'un véritable consommateur si ce n'est pas réellement le cas. Il les protégera encore plus efficacement contre toutes les tentatives de manipulation visant à leur faire acheter un service ou un produit.

Les contrevenants seront soumis à de lourdes amendes. A fortiori, les avis déposés par des personnes n'ayant pas réellement consommé le produit ou fait appel au service concernés devront clairement être signalés comme des contenus à caractère commercial !

Pour le Groupe Plus que PRO, qui mène depuis des années avec acharnement la lutte contre les faux avis, ce nouveau cadre légal est un extraordinaire progrès, puisqu'il garantira enfin à tous les internautes une information sincère, fiable et véritable et leur procurera une sécurité supplémentaire tellement attendue.

Pour tous les professionnels attachés au respect et à la reconnaissance de la qualité de leur travail ou de leurs produits, cette évolution considérable du droit est également une avancée déterminante, qui va leur permettre à la fois de se distinguer et de conquérir de

nouveaux clients sur des bases incontestables. Partout, la puissance et la valeur des avis s'imposent donc comme l'unique référence exigée par les consommateurs dans tous les domaines.

Il était donc parfaitement logique que nous ayons la volonté d'adopter les mêmes principes de transparence et de vérité au sein du Groupe Franchise Plus, qui regroupe Franchise Magazine, le site AC Franchise et L'Indicateur de la Franchise, organisme indépendant de mesure de la satisfaction des franchisés. Dès cette année, L'Indicateur de la Franchise va donc poursuivre la collecte des avis franchisés entamée à l'occasion de la « Grande Enquête » menée en 2021 auprès des membres des réseaux en lançant les trophées des « Meilleures Franchises de France », qui seront uniquement décernés aux réseaux qui prouvent leurs résultats.

Vous pourrez découvrir tous les détails de cette opération inédite en page 12 de ce numéro. Une chose est sûre : c'est le sens de l'histoire et aucun retour en arrière n'est possible. Si 9 consommateurs sur 10 consultent

aujourd'hui des avis avant de réaliser un achat ou de choisir un professionnel, comment imaginer qu'un candidat puisse demain choisir de rejoindre un réseau sans connaître l'avis de ses membres ?

Un vrai Noël pour les consommateurs puisque le 23 décembre 2021, le journal de 20h de TF1 annonçait qu'il est désormais interdit d'affirmer que des avis sur un produit sont diffusés par des consommateurs qui ont effectivement utilisé ou acheté le produit alors que les mesures nécessaires pour le vérifier n'ont pas été prises ni réalisées.

En résumé, on n'a plus le droit de présenter un avis comme celui d'un client sans avoir au préalable vérifié sa qualité !

En page 12 de ce numéro spécial, nous vous annonçons la naissance des Trophées des Meilleures Franchises de France, remis aux réseaux selon les votes de leurs propres franchisés.