

## Le Mot du Président



**GRÉGORY REGOUBY**

Directeur de la Publication & CEO du Groupe Plus que Pro

# 2022 a marqué un tournant majeur dans la lutte contre les faux avis de consommateurs.

## Pour les réseaux aussi, c'est avant tout une excellente nouvelle !

**D**epuis 8 ans, le Groupe Plus que PRO (auquel appartient Franchise Magazine) se pose en pionnier déterminé de la défense des meilleures entreprises et de la protection des consommateurs, et lutte en précurseur contre la prolifération des faux avis sur le net.

Désormais soumis, comme tous les professionnels, au jugement de leurs clients, les membres des réseaux sont concernés par ces évolutions réglementaires, quel que soit leur secteur d'activité.

Aujourd'hui, ce sont en effet les pouvoirs publics qui ont décidé de prendre en mains ce dossier, non seulement en France, mais également au niveau européen !

Les nouveaux outils dont dispose aujourd'hui la Direction de la Répression des Fraudes (DGCCRF) lui permettent de remonter désormais jusqu'à la source des faux avis !

**Une autre nouveauté : Polygraphe, outil surpuissant de lutte contre les faux avis.**

Bercy a directement pris en charge le développement de cette application de nouvelle génération, destinée à surveiller avec une efficacité redoutable les avis en ligne. Polygraphe est conçu pour analyser ces derniers grâce à des techniques innovantes d'intelligence artificielle (natural language processing), identifier les commentaires suspects, puis les traiter pour permettre ensuite aux enquêteurs de la DGCCRF de mener leurs investigations.

En cas de fraude avérée, rappelons que le régime des sanctions encourues par les professionnels reconnus coupables de pratiques commerciales trompeuses s'est considérablement alourdi, avec des peines d'emprisonnement de deux ans maximum et des amendes pouvant s'élever jusqu'à 300 000 €, voire 10% du chiffre d'affaires moyen annuel dans les cas les plus graves.

**Les professionnels qui publient de faux avis dénoncés publiquement !**

En droit fil du principe du « Name and Shame » si cher à nos amis américains, la DGCCRF pourra même « dévoiler l'identité d'entreprises sanctionnées

pour toute pratique illicite », en allant jusqu'à bloquer certains des sites mis en cause et envoyer leurs visiteurs vers une page les informant du problème constaté en matière de droit de la consommation...

**Une étape vers un système de dénonciation à l'américaine ? On y est presque ...**

Aux Etats-Unis, il est en effet possible à chacun de signaler en ligne un acte frauduleux et même d'espérer percevoir 30% du montant des sommes auxquelles le professionnel fautif a été condamné.

► Ces mesures viennent encore renforcer les dispositifs de signalement existant d'ores et déjà pour les consommateurs via le service « SignalConso ». Elles permettront aux enseignes les plus vertueuses de se différencier de leurs concurrents, comme le font d'ailleurs les Trophées des Meilleures Franchises de France, lancés cette année par le site L'Indicateur de la Franchise.