



# Rapport sur la transparence des avis TripAdvisor 2019





# Sommaire

---

Avant-propos	3
Synthèse	5
Section 1 : Une plateforme mondiale d'envoi de contenu	7
Section 2 : Comment TripAdvisor modère le contenu	10
Modération des avis pré-publication	10
Modération des avis post-publication	13
Volume et vitesse des évaluations	14
Section 3 : Protection des utilisateurs contre les faux avis	15
Définition d'un faux avis	15
Détection des faux avis	16
Volume des faux avis	17
Types des faux avis	18
Origine des faux avis	19
Sanctions et application	20
Sanctionner les auteurs d'avis achetés	21
L'avenir	23
Glossaire	25
Méthodologie et notes en fin de texte	28



# Avant-propos

---



**Stephen Kaufer,**  
PDG et cofondateur de TripAdvisor

Lors du lancement de TripAdvisor il y a près de vingt ans, nous n'imaginions pas la taille de la communauté que nous allions bâtir, ni l'impact de TripAdvisor sur l'économie mondiale du voyage. De nos jours, des centaines de millions de visiteurs uniques se rendent sur TripAdvisor chaque mois et s'appuient sur plus de 700 millions d'avis et d'opinions de voyageurs du monde entier pour préparer et réserver leurs voyages.

Quelle que soit la destination dans le monde, ils peuvent toujours se laisser guider par les expériences directes partagées par notre communauté de voyageurs.

Le secteur du tourisme a lui aussi bénéficié de la création d'une plateforme d'avis de voyageurs non biaisés. Désormais, les hébergements de toutes les tailles peuvent toucher un vaste public de clients potentiels partout dans le monde, et ce gratuitement, et se livrer concurrence sur la qualité et la valeur du service qu'ils fournissent. Sans notre plateforme, ceût été mission impossible pour les établissements indépendants au budget marketing quasi inexistant.

Au fil des années, j'ai entendu les témoignages d'innombrables établissements de ce type. Une histoire qui m'a particulièrement touché concerne une petite entreprise sud-africaine appelée [Siviwe Township Tours](#). En 2007, un jeune homme du nom de Siviwe a

commencé à proposer des visites de Langa, une partie du Cap d'où il est originaire. Un jour, deux clients satisfaits lui ont fait connaître TripAdvisor. Aujourd'hui, Siviwe Township Tours est l'un des circuits les mieux notés au Cap, et emploie 15 guides qui sillonnent Langa et les townships environnants. Siviwe a également mis sur pied avec succès le projet [HappyFeet](#), qui offre aux enfants de sa communauté un cadre sécurisé où se rendre après l'école.

Ce genre d'histoire nous rappelle les incroyables bienfaits qu'une plateforme comme la nôtre peut apporter à travers le monde, mais également les grandes responsabilités qui l'accompagnent. Nous avons le devoir envers nos utilisateurs et le secteur de garantir que TripAdvisor est utilisé équitablement en toute bonne foi par celles et ceux qui y contribuent.

Ce n'est pas chose aisée. Il faut des [règles claires](#) que chaque contributeur doit respecter. Nous devons protéger efficacement la plateforme contre les avis frauduleux qui risqueraient d'induire en erreur les clients et de nuire aux établissements. Et nous devons faire en sorte que les avis légitimes qui respectent nos critères soient publiés aussi vite que possible.

Pour parvenir à cet équilibre dans de nombreuses langues, il nous faut une technologie informatique dernier cri, combinée à une vaste équipe de modérateurs hautement qualifiés. Chaque heure de chaque jour, nous faisons tout notre possible pour mener cette mission à bien.

Notre motivation est sans égale pour garantir la fiabilité du contenu sur notre plateforme. Cette responsabilité est au cœur de notre métier, car si les gens ne trouvent pas notre contenu fiable et utile, ils ne reviendront pas sur TripAdvisor.

Hélas, nous avons trop souvent observé des tiers diffuser des chiffres inexacts sur l'authenticité des avis et l'étendue de la fraude sur notre plateforme.

Ces personnes n'ont pas accès aux données techniques nécessaires pour déterminer si un avis est frauduleux. Nous, oui. Avec ce rapport, le premier en son genre, nous voulons apporter des informations définitives sur les données et les détails associés à nos importants efforts de modération du contenu.

Nous faisons cela dans un esprit de transparence. Nous savons que nous ne sommes pas parfaits. Mais nous travaillons sans relâche pour garder une longueur d'avance sur les personnes qui cherchent à abuser de notre plateforme, et nous pensons qu'aucune autre plateforme d'avis n'en fait plus que TripAdvisor pour protéger l'intégrité de son contenu.



# Synthèse

---

En 20 ans, TripAdvisor a mis au point un processus de modération du contenu à la pointe du secteur, afin de maintenir la fiabilité des plus de 760 millions d'avis et d'opinions hébergés sur la plateforme.

Ce premier rapport sur la transparence des avis TripAdvisor éclaire le processus de modération et apporte des données clés sur les avis envoyés sur la plateforme entre janvier et décembre 2018.

Il retrace les étapes suivies par TripAdvisor pour évaluer la conformité des avis envoyés aux critères de publication en vigueur. Il explique également comment TripAdvisor analyse chaque avis avant publication, ainsi que les efforts mis en œuvre pour bloquer, supprimer et réduire les tentatives de publication de faux avis.

## Résultats principaux du rapport :

- En 2018, les utilisateurs de TripAdvisor ont **envoyé 155 millions de contenus** sur la plateforme. Sur ce nombre, **66 millions** étaient des avis.
- La note moyenne proposée par les utilisateurs pour les établissements et lieux répertoriés sur TripAdvisor était de 4,22 sur 5.
- **100 % des avis envoyés à TripAdvisor** sont passés au crible par un processus avancé de modération qui utilise une technologie d'analyse dernier cri pour identifier les commentaires pouvant poser problème.
- En 2018, 2,7 millions des avis envoyés ont été **examinés de plus près par une équipe de modération du contenu hautement entraînée**.

- 4,7 % du total des avis ont été **rejetés** ou **supprimés** par la technologie d'analyse avancée ou bien manuellement par l'équipe de modération du contenu. Il existe différentes raisons pour lesquelles TripAdvisor refuse ou supprime des avis, du non-respect des critères de publication (l'utilisation de gros mots, par exemple) aux cas d'avis frauduleux.
  - 3,4 % de tous les envois ont été rejetés *avant* d'être mis en ligne sur TripAdvisor, par rapport au 1,3 % de tous les envois qui ont été supprimés *après* publication.
- Si on s'intéresse de plus près aux faux avis, **la fraude n'a concerné qu'une infime portion de tous les avis envoyés (2,1 %)**, et la vaste majorité de ces avis (73 %) a été bloquée avant même d'être mise en ligne.
  - Moins de 0,6 % de tous les avis envoyés (soit 374 220 avis) ont été publiés sur TripAdvisor avant d'être supprimés pour fraude.
- **Moins de 1 %** des avis sont signalés par les utilisateurs ou les établissements pour non-respect des critères de publication de TripAdvisor. La plupart de ces signalements de la communauté ont été examinés moins de six heures après leur envoi.
- TripAdvisor **sanctionne les entreprises et les personnes** qui tentent de déjouer le système en appliquant des pénalités dont la gravité augmente en cas de récidive.

Le rapport sur la transparence des avis détaille également la manière dont TripAdvisor prévoit de garder une longueur d'avance sur ceux qui cherchent à manipuler la plateforme en :

- Poursuivant l'amélioration des systèmes pour identifier les fraudes et sanctionner les auteurs.
- Investissant dans la formation de l'équipe de modération afin de garantir les meilleures prises de décision dans un environnement de modération complexe.
- Nouant des relations avec les autorités chargées de l'application des lois afin de partager les informations et soutenir leurs efforts dans la lutte contre les faux avis en ligne.
- S'engageant sur la transparence en mettant à disposition plus d'informations sur les processus de modération et les enquêtes sur la page « [À propos des avis TripAdvisor](#) ».

*Remarque : le rapport fait référence aux données de l'année dernière, c'est-à-dire de la période du 1er janvier 2018 au 31 décembre 2018, sauf indication contraire.*



# Section 1 : Une plateforme mondiale d'envoi de contenu

---

## En chiffres

66 M

d'avis envoyés en 2018 tous continents confondus

53%

pour des lieux en Europe ;  
23% pour des lieux en  
Amérique du Nord

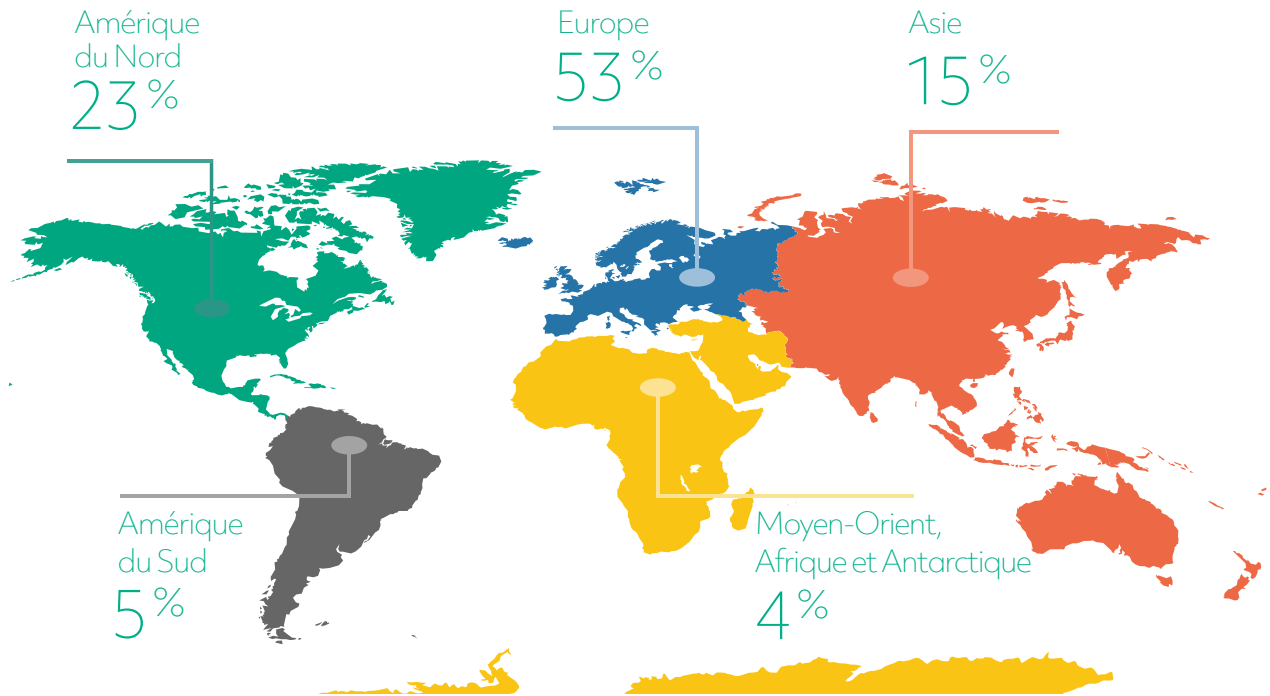
81%

de notes de 4 ou  
5 bulles ; à peine 10%  
de notes de 2 ou 1

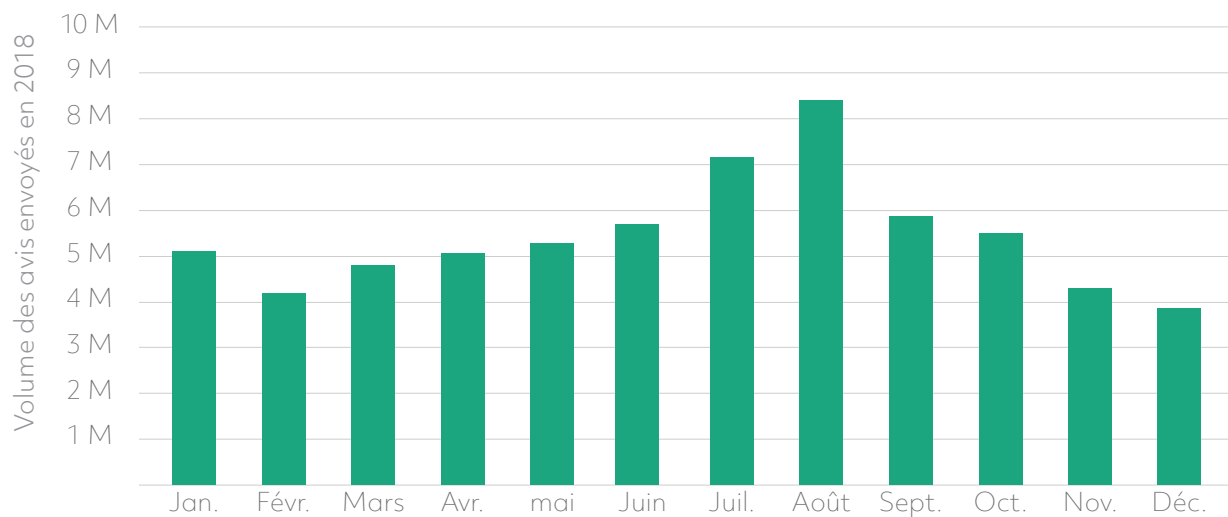
En 2018, TripAdvisor a reçu environ 155 millions d'avis et d'opinions de ses membres dans le monde entier. Cela englobe différentes formes de contenu généré par les utilisateurs, comme les avis, les Réponses de la Direction et les messages dans les forums.

Concernant les avis, TripAdvisor a reçu plus de 66 millions d'envois de sa communauté mondiale en 2018. Chaque avis envoyé à TripAdvisor est passé par un processus rigoureux de modération, et 96,6 % d'entre eux ont été mis en ligne sur la plateforme.

Les avis envoyés portaient sur des lieux situés sur tous les continents : 53 % des avis envoyés portaient sur des établissements en Europe, 23 % en Amérique du Nord et Amérique centrale, 15 % en Asie-Pacifique, 5 % en Amérique du Sud et 4 % au Moyen-Orient, en Afrique et en Antarctique.



En phase avec les tendances saisonnières des voyages, le volume des avis envoyés a connu un pic entre juin et août 2018.

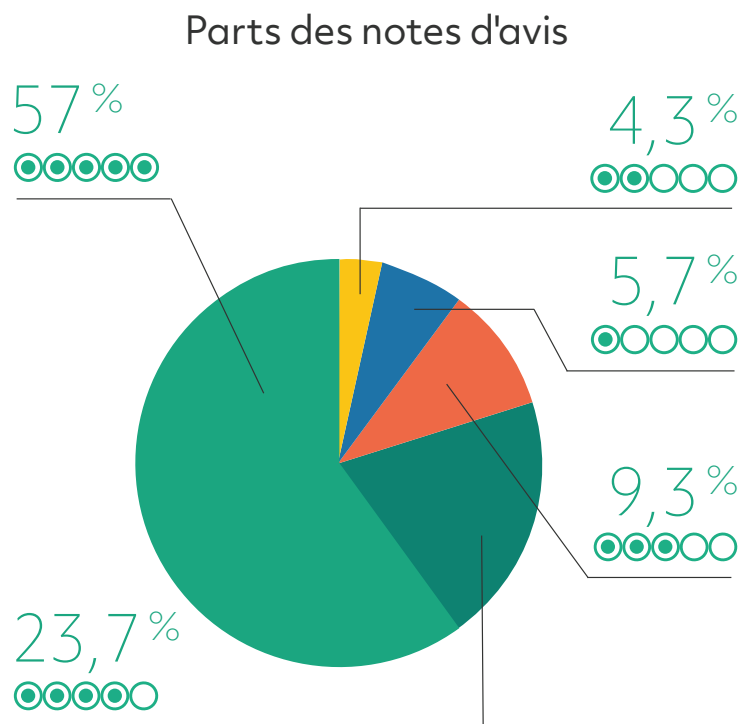




Lorsqu'ils envoient un avis sur TripAdvisor, les utilisateurs doivent fournir une note sous forme de bulles, sur une échelle de 5 (Excellent) à 1 (Horrible).

L'année dernière, la note moyenne donnée sur TripAdvisor était de 4,22. En fait, plus de 8 avis sur 10 (soit 81 %) ont été assortis d'une note de 4 ou 5. Les notes à 1 bulle sont rares et ne représentent que 5,7 % du total des avis envoyés en 2018.

Quand TripAdvisor a interrogé les contributeurs sur leurs motivations pour écrire des avis, 9 sur 10 (soit 87 %) ont déclaré avoir écrit un avis pour partager une bonne expérience avec les autres voyageurs<sup>(i)</sup>.





## Section 2 : Comment TripAdvisor modère le contenu

---

En chiffres

100%

des avis envoyés à TripAdvisor en 2018 ont été examinés par un système automatisé avant d'être publiés

2,7M

des avis envoyés ont été examinés de plus près par nos modérateurs

4,7%

des avis envoyés ont été rejetés avant ou après publication

TripAdvisor publie en moyenne 256 contributions chaque minute et opère dans 28 langues partout dans le monde. Les défis sont complexes pour la modération, mais TripAdvisor dispose de systèmes et processus robustes pour analyser le contenu avant sa publication, et le modérer après publication.

### Modération des avis pré-publication

Avant la mise en ligne d'un avis sur TripAdvisor, il est analysé pour vérifier qu'il respecte les [critères de publication stricts de la plateforme](#). Cela inclut entre autres la vérification que le contenu est pertinent, non commercial, relève d'une expérience directe et est non biaisé par une affiliation avec l'établissement en question.

Ces critères de publication sont essentiels à la réussite de TripAdvisor, tant pour les voyageurs que pour les établissements. Les avis les plus utiles et les plus pertinents pour les clients et établissements sont ceux qui reflètent une expérience directe et authentique. Les informations relayées ou des détails relevant de l'expérience de quelqu'un d'autre ou d'une source tierce sont plus susceptibles d'être biaisés ou inexacts. Des avis biaisés rendraient la plateforme impossible à utiliser comme source fiable d'informations crédibles.

Il existe différentes raisons pour lesquelles un avis peut enfreindre les critères de publication de TripAdvisor. Certaines entorses ne sont pas intentionnelles, comme lorsqu'un avis est envoyé sur la mauvaise page d'établissement, tandis que d'autres constituent une tentative délibérée de tromper les clients. Ce sont des avis frauduleux.

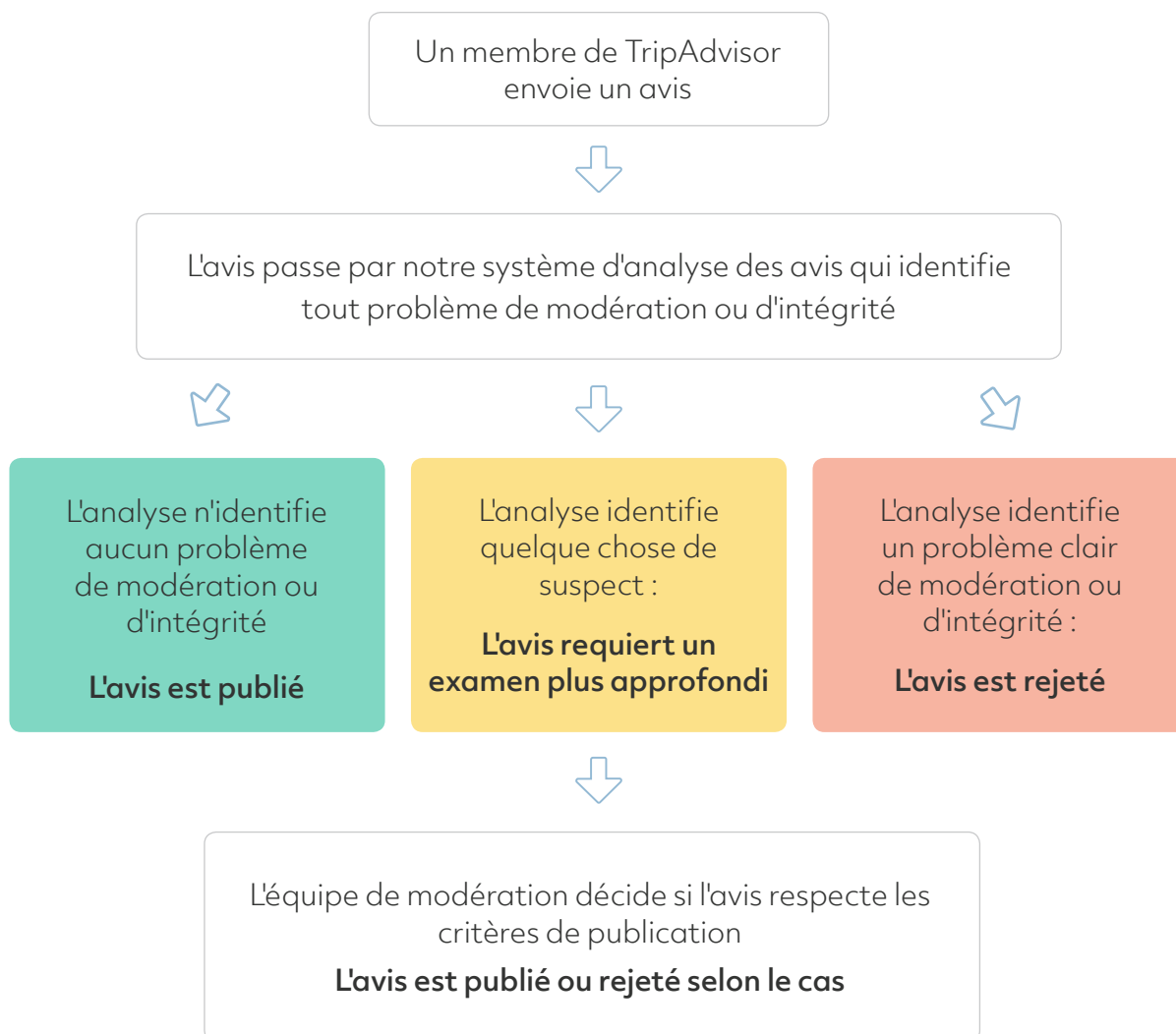
La première étape du processus d'analyse pré-publication est un **système d'analyse des avis** automatisé. Cette technologie emploie une analytique des données de pointe pour examiner des centaines d'informations en ligne et peut signaler le contenu qui ne respecte pas les critères de publication de TripAdvisor ou qui peut être frauduleux. Il utilise les fonctionnalités avancées d'analyse des réseaux et de modélisation de fraude pour relever des constantes électroniques indétectables par l'œil humain.

Si le système détecte des violations claires des critères de publication de TripAdvisor, il rejette automatiquement le contenu. L'année dernière, le système a ainsi rejeté 1,4 million d'avis.

Si le système d'analyse détecte un problème potentiel, l'avis est envoyé à une équipe de modération du contenu qui l'analysera de plus près. Cette équipe dédiée tient compte de facteurs qui sont impossibles à traiter par le système, comme le contexte de l'avis ou les nuances culturelles dans la formulation. À l'occasion, le système d'analyse ou l'équipe de modération peuvent également contacter un utilisateur pour confirmer un détail dans son avis, notamment pour savoir s'il porte sur le bon endroit.

Si le système d'analyse des avis ne détecte aucun problème, le contenu est mis en ligne sur la page TripAdvisor adéquate.

## Comment un avis apparaît sur TripAdvisor :



TripAdvisor emploie des centaines de spécialistes du contenu dans le monde entier qui travaillent sans interruption pour maintenir la qualité des avis sur la plateforme, dans les 28 langues proposées par le site.

L'association de la modération humaine et de la modération automatique est essentielle pour traiter le contenu à une échelle aussi vaste. En utilisant une technologie avancée, TripAdvisor garantit que son équipe de modération se consacre uniquement au contenu potentiellement problématique. Cette approche évite l'accumulation d'avis en attente de publication tout en obtenant d'excellents résultats en matière de détection et d'exactitude.

## Modération des avis post-publication

TripAdvisor a pour objectif d'intercepter le contenu suspect avant qu'il soit mis en ligne sur la plateforme. Toutefois, un système pouvant toujours être amélioré par des vérifications supplémentaires, TripAdvisor complète sa modération pré-publication par un processus solide qui prend en charge les signalements de la communauté après publication.

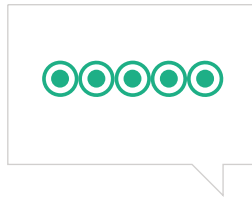
Voici comment fonctionne ce processus :

Quiconque disposant d'un compte TripAdvisor gratuit peut signaler un avis qui lui semble enfreindre nos critères de publication, en raison du langage utilisé, de la pertinence ou de soupçons sur l'authenticité de l'auteur. Les propriétaires d'établissements enregistrés peuvent eux aussi signaler des avis par le biais de leur Espace Propriétaire.

Nous parlons alors d'**avis signalés**.

TripAdvisor agit sur chaque avis signalé. Cela ne signifie pas qu'ils seront supprimés, mais que l'équipe de modération les supprimera si et seulement s'il y a une preuve que les critères de publication de l'entreprise ne sont pas respectés. Si nous ne trouvons aucune preuve claire, les avis resteront en ligne.

Les décisions se rapportant aux avis signalés sont prises sur la base de critères identiques, qu'ils aient été signalés par un voyageur ou par un propriétaire.



Moins de  
1% des avis  
nous a été signalé  
par la communauté

L'année dernière, moins de 1 % des avis publiés sur TripAdvisor a été signalé par la communauté. Parmi ces avis signalés, 57 % ont été déclarés non problématiques, tandis que 43 % ont été supprimés après examen. Ces chiffres témoignent de l'importance cruciale des signalements de notre communauté dans la modération efficace de notre plateforme, même si le nombre de suppressions décidées par ce biais ne représente que 0,3 % du volume total des avis envoyés.

## Volume total du contenu modéré

Au total, 4,7 % de tous les avis envoyés ont été rejetés avant ou après la mise en ligne soit par le système d'analyse, soit par les modérateurs, pour non-respect des critères de publication<sup>(iii)</sup>.

Différents cas ont été observés : de simples erreurs (comme des avis envoyés sur la mauvaise page) aux entorses plus sérieuses, telles que des avis clairement frauduleux.

## Volume des évaluations humaines

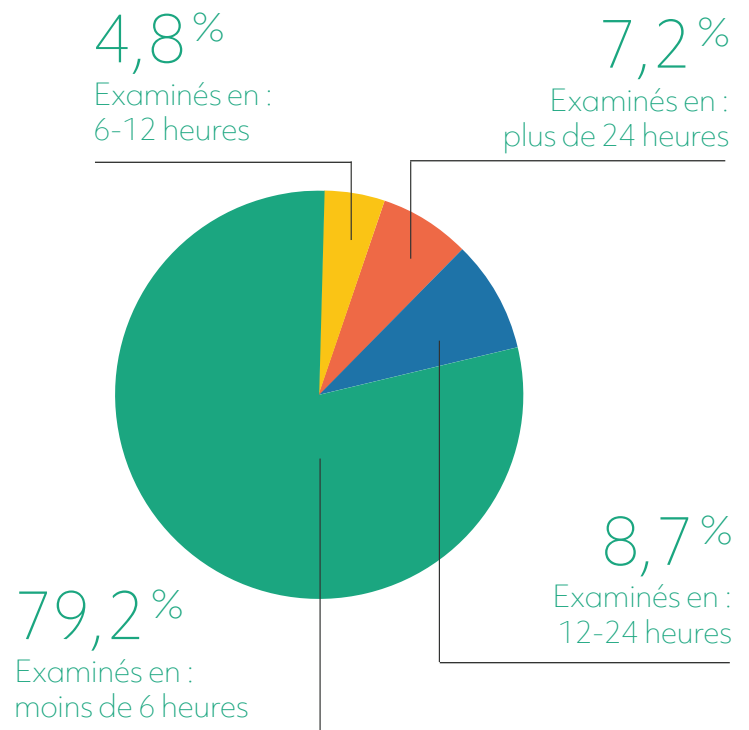
L'année dernière, les modérateurs de TripAdvisor ont examiné 2,7 millions d'avis au total, avant ou après publication. Ils ont rejeté 62 % de ces avis pour non-respect des critères de publication TripAdvisor.

Cela équivaut à une moyenne de plus de 7 000 avis passés en revue manuellement par l'équipe de modération chaque jour, moyenne qui dépasse 10 000 avis par jour pendant le pic de la saison estivale.

## Vitesse des évaluations

Dès qu'un avis est signalé par la communauté, l'équipe de modération essaie de s'en occuper aussi vite que possible. L'année dernière, la majorité (79 %) des examens de modération sur des avis signalés a été menée dans les 6 heures suivant le signalement.

### La plupart des évaluations a été terminée en moins de 6 heures





## Section 3 : Protection des utilisateurs contre les faux avis

---

### En chiffres

2,1%

des 66 millions d'avis envoyés ont été identifiés comme frauduleux

73%

de ces avis ont été bloqués par les systèmes de détection des fraude de TripAdvisor **avant** leur publication

< 0,6%

de tous les avis envoyés ont été identifiés comme frauduleux et supprimés **après** leur publication

TripAdvisor consacre une grande part de ses ressources de modération du contenu à la détection des faux avis et à la sanction des responsables.

### Définition d'un faux avis

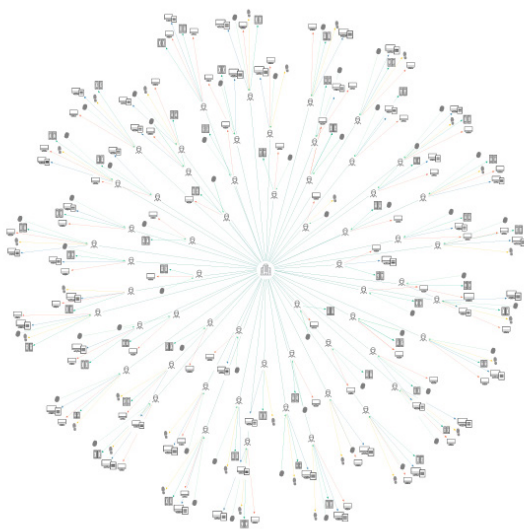
TripAdvisor définit un faux avis comme tout avis écrit dans le but de manipuler la note moyenne ou le classement d'un établissement, par quelqu'un qui peut être un membre du personnel ou un concurrent, par exemple. Les avis qui décrivent une expérience authentique, même si des détails sont contestés par l'établissement, n'appartiennent pas à la catégorie des faux avis.

## Détection des faux avis

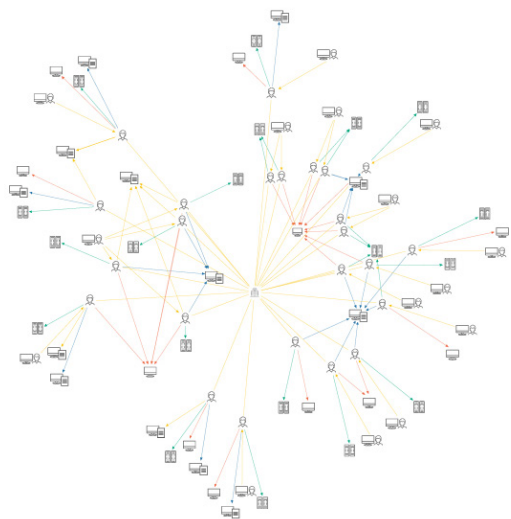
Depuis vingt ans, TripAdvisor a suivi activement des milliards de points de données parmi des centaines de millions d'avis, ce qui lui a permis de dégager des tendances claires de ce qui relève d'un comportement typique, et de ce qui ne l'est pas. Cela contribue à la détection de la fraude (voir l'illustration ci-dessous).

Pour détecter les avis frauduleux, TripAdvisor emploie une technologie sophistiquée de détection des faux avis qui applique les bonnes pratiques issues du secteur bancaire et de crédit pour dresser la carte de centaines de discrètes informations en ligne comme les adresses IP et les spécifications des appareils, ce qui nous permet de mieux comprendre l'origine et le contexte de chaque avis. Au fil des ans, le système a identifié le comportement électronique typique des contributeurs authentiques. Dès que la technologie détecte des signes électroniques qui diffèrent de ce modèle de comportement typique, elle signale immédiatement l'avis comme potentiellement suspect. La publication de l'avis est suspendue, et il est envoyé à un membre de l'équipe de modération du contenu pour un examen plus approfondi.

### Exemples de comportements électroniques typiques



Comportement typique  
d'un contributeur



Comportement suspect  
d'un contributeur

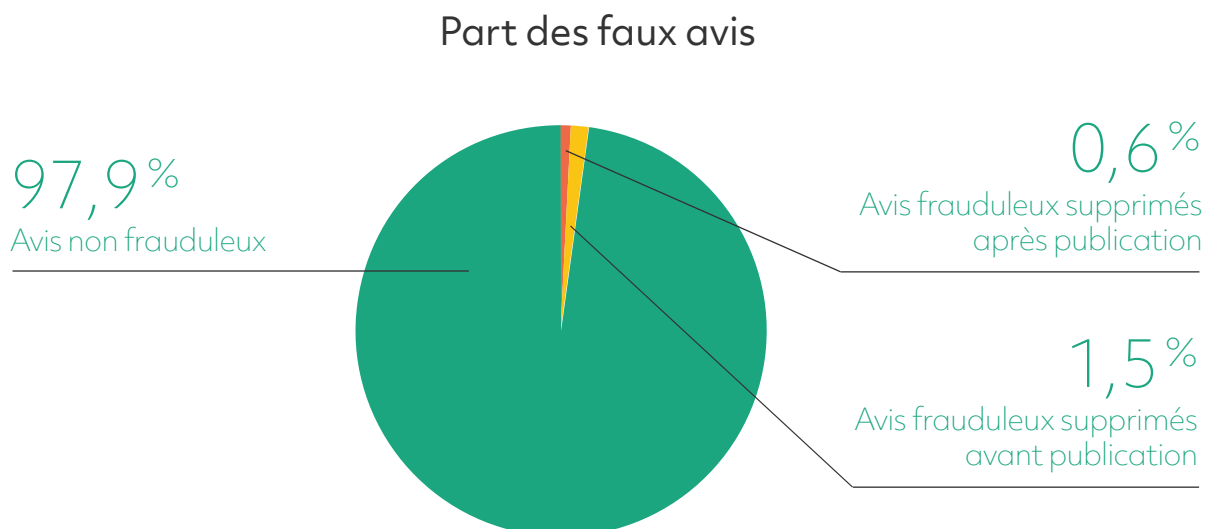


Outre la technologie de détection de la fraude, TripAdvisor dispose d'une équipe dédiée d'enquêteurs spécialisés dans la fraude qui ciblent activement les sites internet, les entreprises et les individus qui tentent de vendre de faux avis. Ces enquêteurs s'appliquent à stopper à la source ce type de fraude, connu comme fraude aux avis achetés.

## Volume des faux avis

Il existe de nombreuses spéculations fantaisistes sur le nombre de faux avis présents sur TripAdvisor. Voici la réalité des faits en 2018 :

- Sur les 66 millions d'avis envoyés à TripAdvisor en 2018, seuls 2,1 % ont été identifiés comme frauduleux.
- La vaste majorité (73 %) de ces avis frauduleux a été identifiée et bloquée par le processus de détection des fraudes **avant** la publication, donc ils n'ont jamais été visibles sur TripAdvisor.
- Cela représente plus de 1 million d'avis qui n'ont jamais été publiés sur la plateforme.
- Moins de 0,6 % de tous les avis envoyés (soit 374 220 avis) sont arrivés sur TripAdvisor avant d'être supprimés pour fraude.
- 98,5 % des faux avis détectés ont été identifiés par TripAdvisor, soit par le système d'analyse des avis, soit par les enquêteurs.
- 1,5 %<sup>(iii)</sup> des avis identifiés comme frauduleux ont été supprimés suite à des signalements émis par la communauté de voyageurs. Cela représente 0,03 % du volume total des avis envoyés.

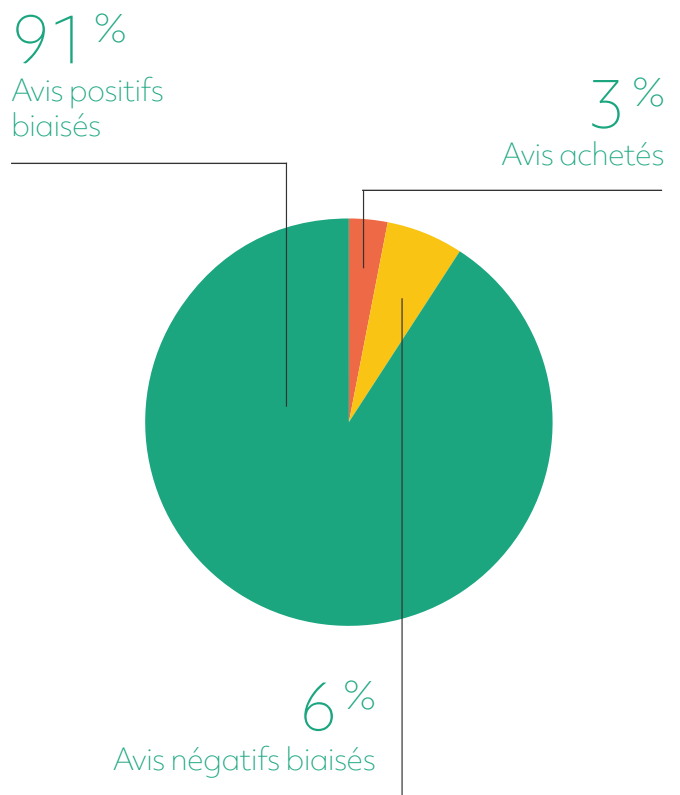


## Types des faux avis

Les faux avis appartiennent généralement à l'une de ces trois catégories de fraude commise par un établissement ou une activité :

- **Les avis positifs biaisés** se produisent lorsqu'une personne en lien avec un établissement (comme un propriétaire, un employé ou un membre de la famille) envoie un avis dans le but d'améliorer le classement ou la réputation en ligne de cet établissement. De tels avis ne fournissent pas les commentaires objectifs et authentiques qui peuvent aider les voyageurs à prendre des décisions éclairées. La grande majorité des faux avis envoyés sur TripAdvisor appartient à la catégorie des avis positifs biaisés.
- **Les avis négatifs biaisés** représentent toute tentative d'envoyer un avis délibérément malveillant sur un établissement en vue de le faire baisser injustement dans le classement ou de le discréditer. La plupart de ces avis émanent d'une ou deux sources : soit une personne en relation avec un concurrent, soit une personne qui tente de faire chanter un établissement au moyen d'un avis négatif.
- **Les avis achetés** se produisent lorsqu'un établissement a recours aux services d'un individu ou d'une entreprise pour booster sa place dans les classements ou sa réputation en ligne au moyen de faux avis positifs. Même si la fraude aux avis achetés représente la plus petite part de la fraude sur la plateforme, elle pose un défi de taille dans le secteur, et un problème auquel TripAdvisor s'attaque de manière agressive.

### Part de la fraude aux avis commise par des établissements

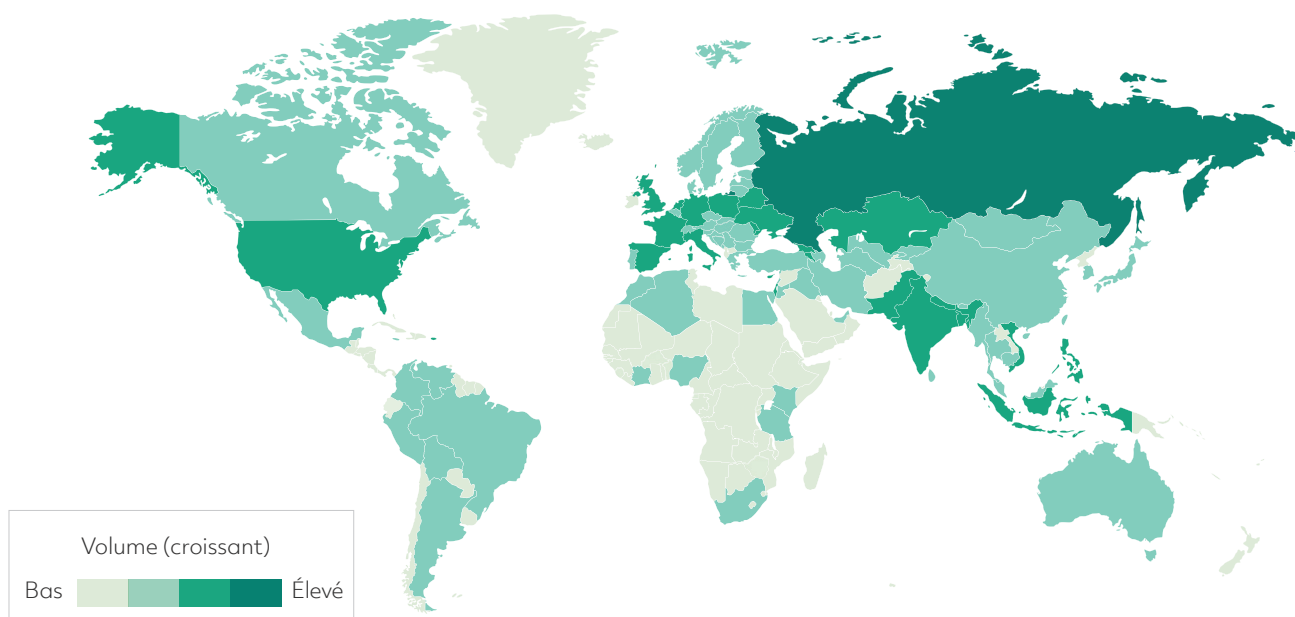


Les systèmes de TripAdvisor sont également configurés pour identifier et supprimer certains types de faux avis relevant de ce que nous appelons la fraude par un membre. Cette catégorie inclut des cas où des articles dans les médias sur un établissement ou un incident massivement relayé peuvent déclencher une vague d'avis qui ne décrivent pas d'expériences directes des clients. Dans certains situations, nous pouvons bloquer pendant une courte période la page TripAdvisor de l'établissement concerné pour empêcher la publication d'avis.

## Origine des faux avis

Les faux avis proviennent des quatre coins du monde, mais si on s'intéresse plus particulièrement aux avis achetés, on constate que ce type de fraude est plus actif sur certains marchés. Il ressort nettement qu'en 2018, le plus fort pourcentage de faux avis provenait de Russie par rapport aux autres pays.

### Source des avis achetés



À l'été 2018, la Russie a accueilli la Coupe du monde FIFA. Des événements de cette ampleur provoquent une forte hausse des visites dans le pays organisateur et malheureusement, il y aura toujours des fraudeurs qui tenteront d'exploiter cette situation. Vous pouvez en savoir plus sur les mesures proactives prises par l'équipe d'investigation de TripAdvisor pour lutter contre la fraude pendant la Coupe du monde [ici](#).

## Sanctions et application

TripAdvisor estime que des sanctions fortes sont nécessaires pour dissuader les auteurs de faux avis de cibler notre plateforme.

La plupart des faux avis envoyés peuvent être remontés jusqu'à un établissement spécifique qui a cherché à profiter d'une amélioration frauduleuse de son classement. Toutefois, il faut noter que la plupart des établissements répertoriés sur TripAdvisor respecte les règles : moins de 1 % des établissements tentent de détourner la plateforme.

Lorsque nous trouvons des preuves d'une fraude, TripAdvisor applique un éventail de sanctions :

**Interdiction de publication** – Les membres individuels qui s'obstinent à frauder peuvent faire l'objet d'une interdiction de publication, les empêchant d'envoyer des avis ou tout autre contenu. En plus de supprimer le compte de l'utilisateur, la plateforme prend des mesures pour l'empêcher de créer de nouveaux comptes.

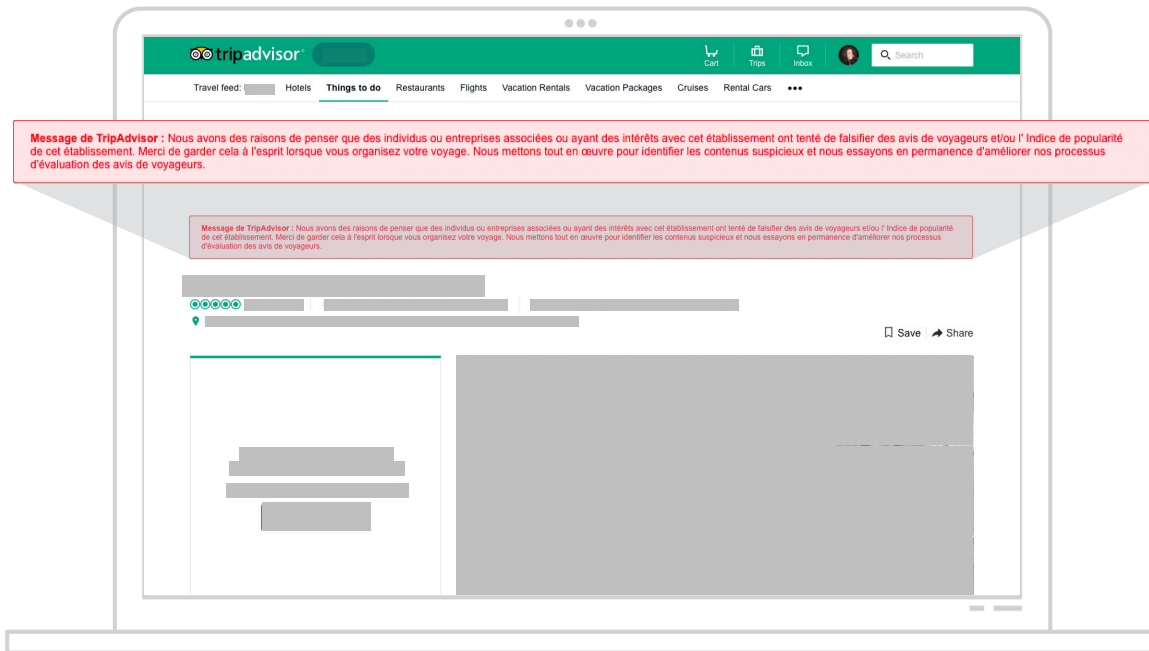
**Sanctions appliquées au classement** – Si un établissement est surpris à publier des avis frauduleux, la première étape (après la suppression des avis en question) est d'imposer une sanction sur son classement. Cela consiste à faire baisser sa position dans l'Indice de popularité de TripAdvisor ou le classement des voyageurs pendant une période donnée.

En 2018, **34 643** établissements sur les plus de 8 millions de pages répertoriées sur TripAdvisor ont été déclassés de cette manière au moins une fois. Ce nombre inclut les établissements qui n'ont pas envoyé eux-mêmes les faux avis, mais qui ont encouragé ou payé d'autres personnes à le faire.

La majorité des établissements ayant subi un déclassé changent rapidement de comportement ; en 2018 seuls 24 % d'entre eux ont poursuivi leurs activités frauduleuses après avoir été sanctionnés. Dans de tels cas, d'autres sanctions de plus en plus sévères sont appliquées.

**Un badge rouge de sanction** – Dans les cas les plus persistants, TripAdvisor applique sa sanction la plus forte. Le badge rouge de sanction est un avertissement bien visible sur la page TripAdvisor d'un établissement qui informe les voyageurs des avis suspects interceptés en rapport avec cet établissement. Il s'accompagne d'une chute significative dans le classement des voyageurs.

Cette sanction sévère ne s'applique qu'à une petite fraction d'établissements récidivistes qui ont maintenu leurs activités frauduleuses en dépit des avertissements et des sanctions précédentes.



TripAdvisor prévient toujours les établissements avant de publier le badge rouge de sanction (les coordonnées de la Direction de ces établissements peuvent être retrouvées) afin qu'ils puissent répondre aux allégations.

En 2018, TripAdvisor a appliqué le badge de sanction à 351 établissements à travers le monde<sup>(iv)</sup>.

Les effets de cette sanction sont importants et dissuadent efficacement contre la fraude. La chute dans le classement signifie que l'établissement perd en visibilité auprès des voyageurs, tandis que l'avertissement en rouge sur sa page éveille la méfiance des voyageurs. Ces résultats étant en opposition totale avec l'effet recherché de la fraude, la simple menace du badge rouge suffit à mettre un terme à la fraude.

### **Sanctionner les auteurs d'avis achetés**

TripAdvisor consacre également des ressources substantielles à la lutte contre les auteurs d'avis achetés. Il s'agit d'individus ou d'entreprises qui vendent des avis « utilisateur » sur leur propre site internet ou des sites tels qu'eBay, Facebook ou Fiverr.

TripAdvisor est déterminé à prendre les mesures les plus fortes possibles pour arrêter ces activités, y compris par des poursuites en justice et la coopération avec les autorités.

Par exemple, l'année dernière, TripAdvisor a contribué à la poursuite d'un contributeur payé en Italie qui a été condamné à neuf mois de prison. Depuis 2015, les efforts de TripAdvisor ont abouti à la fermeture de plus de 75 sites internet d'avis achetés.

Ce travail d'investigation acharné n'est pas passé inaperçu. Nous avons pu constater que les fraudeurs sont de plus en plus conscients des risques qu'ils prennent à cibler TripAdvisor et qu'ils redirigent leurs efforts vers d'autres plateformes qui sont peut-être moins bien équipées que nous pour détecter la fraude.

### **Les enquêteurs en action : Étude de cas**

En 2015, TripAdvisor a commencé à rassembler des preuves contre un contributeur payé en Italie après que plusieurs établissements italiens ont transféré des e-mails signalant le site frauduleux.

Le fraudeur, qui menait ses activités illégales via une entreprise appelée PromoSalento<sup>(v)</sup>, faisait la promotion de formules de faux avis auprès d'hébergements en Italie.

Les enquêteurs de TripAdvisor ont réussi à identifier des détails sur la personne qui se cachait derrière PromoSalento, comme des adresses e-mail, des adresses de résidence et des liens personnels. L'équipe a ensuite appliqué des techniques avancées de détection des fraudes pour identifier quels avis envoyés pouvaient être liés à PromoSalento, et a utilisé cette analyse technique pour relever plus de 1 000 tentatives d'envoi d'avis par PromoSalento sur la plateforme TripAdvisor de la part de centaines d'établissements différents. Tous ces avis ont été bloqués ou supprimés.

Armé de ces données, TripAdvisor a contribué aux poursuites du fraudeur en tant que partie civile, transmis des preuves issues de cette enquête interne approfondie et mis à disposition les services de son avocat italien.

Par conséquent, dans l'une des premières affaires judiciaires de ce genre, la Cour pénale de Lecce en Italie a déterminé en 2018 que l'écriture de faux avis sous une fausse identité constituait une conduite criminelle au regard du code pénal italien. Le fraudeur qui dirigeait PromoSalento a été condamné à 9 mois de prison et à verser environ 8 000 euros de dommages et intérêts.

Ce jugement marque un tournant décisif pour Internet et dans la lutte contre la fraude aux avis achetés. L'écriture de faux avis a toujours relevé de la fraude, mais c'est la première fois qu'une peine de prison était prononcée dans ces circonstances. TripAdvisor maintiendra ses efforts et son enthousiasme pour travailler avec des organismes chargés de la régulation et de l'application de la loi et les assister dans la poursuite d'autres fraudeurs.



## L'avenir

---

TripAdvisor est le leader mondial du secteur dans la détection de la fraude aux avis. Mais hors de question de nous endormir sur nos lauriers. Nous cherchons constamment à améliorer notre capacité à être une plateforme utile qui permet aux voyageurs de partager leurs expériences, tout en la préservant contre les avis frauduleux.

Les fraudeurs changent constamment d'outils et de tactiques, et nous travaillons sans relâche pour garder une longueur d'avance sur eux. La feuille de route de TripAdvisor pour l'avenir inclut ces améliorations :

- Continuer d'investir dans la formation, les processus et les outils pour améliorer la prise de décision dans un environnement de modération de plus en plus complexe.
- Améliorer les méthodes utilisées pour identifier la fraude et sanctionner les fraudeurs, tant la technologie que l'aspect humain de la modération.
- Affiner les processus, les outils, les méthodes de détection et les politiques applicables aux nouveaux types de contenu ajoutés à la plateforme en 2018 (les liens, les vidéos et les voyages).
- Rechercher et renforcer les relations avec les autorités chargées de l'application des lois afin de partager les informations et de soutenir leurs efforts dans la lutte contre les faux avis en ligne.
- Maintenir les efforts pour aider les voyageurs à trouver et partager des informations sur la sécurité grâce à de nouvelles fonctionnalités et mises à jour des politiques qui exploitent la portée et la communauté de TripAdvisor afin que les informations de sécurité soient pertinentes et disponibles rapidement.
- Faire connaître les processus de modération et les enquêtes de l'entreprise par le biais de la ressource en ligne « [À propos des avis TripAdvisor](#) » dans le cadre des efforts de TripAdvisor pour plus de transparence.

## Plus forts ensemble

TripAdvisor a la responsabilité de protéger la plateforme que nous avons construite pour le bénéfice de chacun dans la communauté du tourisme, établissements et clients. Mais on peut toujours en faire plus, seuls et avec l'aide de notre communauté mondiale et du secteur.

Notre communauté de passionnés est un partenaire de valeur dans la protection du contenu hébergé sur notre plateforme, et nous encourageons tous les utilisateurs à nous signaler leurs doutes pour que nous puissions examiner les avis suspects. Nous réagissons à chaque signalement que nous recevons.

Nous sommes également ouverts aux opportunités de travailler avec les hébergements, les associations de consommateurs, les législateurs et les organismes d'application de la loi afin d'identifier et de poursuivre en justice les fraudeurs aux avis achetés. En travaillant ensemble, nous pouvons être encore plus efficaces pour faire fermer ces sociétés. Nous encourageons tous les établissements contactés par des personnes offrant des avis en échange d'argent à nous en parler. Ils peuvent nous communiquer toute information sur ces sociétés ou individus en contactant directement notre équipe à [paidreviews@tripadvisor.com](mailto:paidreviews@tripadvisor.com).





# Glossaire

---

**Avis envoyé** : un avis envoyé sur la plateforme par un utilisateur enregistré de TripAdvisor, mais qui n'a pas encore été publié et qui n'est pas visible. Notez qu'un avis envoyé n'est pas immédiatement visible par les autres utilisateurs sur la plateforme et qu'il doit d'abord passer par le processus de modération pré-publication pour déterminer s'il sera mis en ligne.

**Avis refusé** : un avis considéré comme ne respectant pas les critères de contenu de TripAdvisor à l'étape de pré-publication et qui n'a été à aucun moment mis en ligne sur la plateforme.

**Avis signalé** : un avis qu'un voyageur ou un représentant d'établissement a désigné à TripAdvisor pour non-respect potentiel des critères de publication de la plateforme.

**Avis supprimé** : un avis retiré de TripAdvisor après sa publication.

**Badge rouge de sanction** : un avertissement bien visible sur la page TripAdvisor d'un établissement qui informe les voyageurs des avis suspects en rapport avec cet établissement.

**Classement** : la position d'un établissement dans le Classement des voyageurs sur TripAdvisor. Ce classement (ou Indice de popularité) reflète la popularité d'un établissement en fonction de la qualité, de la quantité et de la date de ses avis sur TripAdvisor.

**Contenu généré par les utilisateurs** : un contenu (avis, photo, message dans un forum, etc.) qui a été envoyé à TripAdvisor par un utilisateur enregistré.

**Critères de publication** : un ensemble de règles que chaque contenu doit respecter, garantissant que le contenu généré par les utilisateurs est utile et pertinent pour les voyageurs.

**Déclassement** : sanction appliquée au classement d'un établissement faisant descendre sa position pendant une période donnée.

**Équipe de modération du contenu (ou équipe de modération)** : une équipe dédiée de TripAdvisor et chargée de vérifier que les avis et les autres contenus générés par les utilisateurs respectent ses critères de publication.

**Espace Propriétaire** : une section réservée de TripAdvisor accessible par les représentants d'établissement enregistrés.

**Établissement** : terme générique donné à tout établissement, toute entreprise et tout point d'intérêt répertorié sur TripAdvisor.

**Examen ou évaluation humaine** : un examen mené par un membre de l'équipe de modération du contenu de TripAdvisor afin de déterminer si un contenu respecte les critères de publication.

**Faux avis** : tout avis écrit par quelqu'un qui n'est pas un voyageur non biaisé (par exemple, un représentant d'établissement ou un concurrent) ou par quelqu'un cherchant à influencer délibérément la note moyenne ou le classement d'un établissement, sans avoir d'expérience client personnelle de cet établissement.

**Fraude aux avis** : toute tentative délibérée d'un individu ou d'un groupe d'individus de publier des avis faux, biaisés ou trompeurs.

**Modération du contenu** : le processus par lequel TripAdvisor détermine si les avis et les autres contenus générés par les utilisateurs respectent ses critères de publication.

**Modération post-publication** : un processus visant à déterminer si un contenu respecte les critères de publication de TripAdvisor qui a lieu après que le contenu a été mis en ligne sur la plateforme.

**Modération pré-publication** : un processus visant à déterminer si un contenu respecte les critères de publication de TripAdvisor qui a lieu avant que le contenu soit mis en ligne sur la plateforme.

**Note (sous forme de bulles)** : un score entre 5 (Excellent) et 1 (Horrible) que les utilisateurs de TripAdvisor doivent donner dès qu'ils envoient un avis sur un établissement ou un point d'intérêt. La note vise à représenter le niveau de satisfaction du contributeur par rapport à son expérience client.

**Page Établissement** : une page de TripAdvisor qui donne le profil d'un établissement ou d'un point d'intérêt et qui affiche du contenu généré par les utilisateurs en rapport avec cet endroit, comme les avis et les photos.

**Publié/mis en ligne/hébergé** : la description donnée à tout contenu hébergé en ligne sur TripAdvisor et, de ce fait, visible par les autres utilisateurs.

**Réponse de la Direction** : une réponse écrite par un représentant d'établissement à un avis. Les Réponses de la Direction jugées conformes aux critères de publication sont mises en ligne sous l'avis concerné et sont visibles par tous les utilisateurs de la plateforme.

**Représentant d'établissement** : un propriétaire ou membre du personnel inscrit en tant que tel sur TripAdvisor.

**Retrait de contenu** : l'acte de supprimer tout contenu jugé non conforme aux critères de publication de TripAdvisor. Notez qu'en cas de suppression d'un avis, les notes associées à ce contenu ne seront plus prises en compte dans sa note moyenne ni son classement sur notre plateforme.

**Signalement** : l'utilisation du formulaire en ligne sur TripAdvisor par les voyageurs ou les représentants d'établissement pour avertir TripAdvisor au sujet d'un avis qui leur semble en désaccord avec les critères de publication de la plateforme.

**Système d'analyse des avis, système d'analyse** : la technologie utilisée par TripAdvisor pour suivre et analyser les avis envoyés.



# Méthodologie et notes en fin de texte

---

## **Comment les données ont été rassemblées et analysées**

Toutes les statistiques sont basées sur les avis envoyés à TripAdvisor entre le 1<sup>er</sup> janvier 2018 (inclus) et le 31 décembre (inclus), ainsi que sur toute action de modération effectuée sur ces avis jusqu'au 31 janvier 2019.

Les indicateurs dans le rapport concernent uniquement les avis de voyageurs. Sauf mention contraire, les données ne couvrent pas d'autres types de contenu hébergé sur la plateforme, tels que les Réponses de la Direction, les messages de forum, les photos, les vidéos ou les Questions-Réponses. Par exemple, si une photo envoyée en complément d'un avis est mise en attente pour modération manuelle, cet avis ne sera pas considéré comme modéré manuellement dans ce rapport, puisque seule la photo a fait l'objet de vérifications supplémentaires. Toutefois, si cet avis a aussi été signalé et envoyé en modération manuelle par le système, ou signalé par la communauté, il sera inclus dans les données de ce rapport.

La précision de la méthodologie de recueil de données et de ses résultats a été vérifiée et approuvée par plusieurs équipes chez TripAdvisor, notamment des analystes de données, des responsables de la modération des avis et des enquêteurs spécialisés dans la fraude.

Tous les efforts possibles ont été mis en œuvre pour garantir l'exactitude des données de ce rapport ; il n'est cependant pas possible d'éliminer complètement chaque marge d'erreur. De même, il existe toujours un potentiel d'erreur humaine dans la modération humaine du contenu, en particulier pour les cas complexes où prime la subjectivité (par exemple, lorsqu'un avis contient un langage offensant, mais que les mots employés peuvent être inoffensifs dans d'autres contextes).

Il existe aussi une possibilité de marge d'erreur résultant d'erreurs techniques imprévisibles, comme des bugs logiciels ou des pannes d'outils, même si l'ampleur des données incluses dans le rapport et la rigueur avec laquelle il a été analysé réduisent au minimum son impact sur les chiffres présentés.

Ce rapport étant global, ses indicateurs cumulent les 28 langues que TripAdvisor prend en charge dans le monde. L'anglais étant la langue la plus représentée par volume d'avis, les indicateurs agrégés sont particulièrement représentatifs des avis écrits en anglais. Les données en rapport avec les langues constituant de plus faibles volumes peuvent faire l'objet de déviations par rapport aux moyennes du total cumulé, notamment dans les domaines des délais de traitement ou des taux de suppression.

Il arrive qu'un avis soit signalé plusieurs fois. Par exemple, plusieurs utilisateurs peuvent contester un même avis, ou un propriétaire peut être en désaccord avec la décision de maintenir un avis en ligne et le signaler une deuxième fois. Pour les besoins de ce rapport, ce type d'avis est comptabilisé comme signalé une seule fois. Toutefois, la mesure des délais de traitement prend en compte tous les signalements.

## Notes de fin de texte

*\*i Conclusions extraites du projet « The Power of Reviews » (La puissance des avis) qui a interrogé 23 292 utilisateurs TripAdvisor dans 12 marchés (Australie, Chine, France, langue allemande, Inde, Italie, Japon, Singapour, Espagne, Taïwan, Royaume-Uni, États-Unis) entre mai et juin 2019. L'enquête visait les utilisateurs qui ont visité le site au cours des 12 mois précédents.*

*\*ii Les chiffres de la suppression se rapportent au contenu envoyé du 1er janvier 2018 au 31 décembre 2018, mais supprimé ou rejeté du 1er janvier 2018 au 31 janvier 2019. Le but est de prendre en compte la modération du contenu envoyé à la toute fin de 2018 et cela inclut les suppressions d'avis envoyés avant 2018. La modération étant un processus continu, les chiffres de la suppression continuent d'être mis à jour ; toutefois, pour les besoins de ce rapport, les chiffres utilisés portent uniquement sur les suppressions effectuées entre le 1er janvier 2018 et le 31 janvier 2019.*

*\*iii Le chiffre de 1,5 % se différencie du chiffre de 1 % cité en page 13 par le fait que la référence de 1 % se rapporte au total des avis signalés par la communauté, tandis que le chiffre de 1,5 % se rapporte au nombre de faux avis signalés.*

*\*iv Ces chiffres font référence aux établissements ayant reçu des sanctions entre le 1er janvier 2018 et le 31 décembre 2018. Les avis frauduleux à l'origine des sanctions ont pu être envoyés avant 2018.*

*\*v PromoSalento était le nom donné à l'entreprise illégale créée par le fraudeur pour vendre de faux avis aux établissements hôteliers. Il ne s'agit pas d'une véritable entreprise et elle ne fonctionne plus compte tenu de la condamnation de la personne qui en est à l'origine. Il n'y a aucun lien avec des entreprises non apparentées portant le même nom.*