

Une révolution sur internet qui chamboule les garagistes

A l'instar du célèbre Tripadvisor qui évalue les hôtels, le site internet **Auto2Day** compare les garages en se basant sur les appréciations des clients, publiées en ligne.

Comment avez-vous eu l'idée de créer un site internet comparant les garages?

Marc Urech: Tout a commencé par un petit accident de la circulation causant quelques dégâts matériels. Ignorant où faire réparer ma voiture, j'ai effectué une recherche sur internet et me suis retrouvé face à une longue liste de carrossiers, dont j'ignorais tout, ce qui ne m'a guère aidé. C'est ainsi qu'a germé l'idée d'une plate-forme orientant les clients par des informations pratiques telles que le tarif horaire et les prestations, mais aussi et surtout l'avis des clients. Depuis l'ouverture d'Auto2Day en septembre dernier, près de 400 commentaires ont été entrés.

Le Genevois Marc Urech, 28 ans, a lancé la première plate-forme en Suisse comparant et évaluant les garages: auto2day.ch

Plutôt positifs ou négatifs?

Les commentaires sont majoritairement positifs. Mais je ne me laisse pas bernier par la publicité déguisée. Chaque message est vérifié avant d'être mis en ligne. J'ai attrapé ainsi plusieurs garages qui avaient envoyé des éloges sur leur propre compte. Je les ai avertis que s'ils recommençaient, je rendrais public leur stratagème.

Vérifiez-vous également les avis négatifs?

Très soigneusement même, car on ne joue pas avec la réputation d'une entreprise. Une mesure de précaution consiste par exemple à vérifier l'adresse IP de l'expéditeur. Si un grand nombre de messages nous sont parvenus de cette adresse, la probabilité est grande qu'il y ait tromperie. Il faut également se méfier des commentaires remplis de points d'exclamation, de mots comme «très» et «vraiment» et d'une abondance de «je». Ce sont souvent de faux avis.

«On ne joue pas impunément avec la réputation des garages»

Et comment réagissez-vous face à un avis négatif authentique?

Si le ton est virulent, je demande à l'auteur de confirmer qu'il entend bien publier sous cette forme. Souvent, il se rend alors compte qu'il a été trop critique, respectivement que le garagiste a droit à une seconde chance. Je ne veux pas qu'Auto2Day serve à discréditer sans raison les garagistes, mais à créer de la transparence et à mettre en lumière les plus méritants.

Comment a réagi l'association faïtière des garages, l'UPSA?

Très bien. Ils ont compris que cela donnait de la visibilité aux meilleurs et permettait également aux petits garages de se faire connaître, lesquels ne disposent pas des budgets publicitaires des grandes concessions. Cela me fait plaisir de soutenir les enseignes méconnues effectuant un travail de qualité.

Votre site est-il financé par la publicité?

Pas pour l'instant, mais c'est une possibilité à terme, afin de couvrir les frais: j'ai déjà investi plusieurs milliers de francs, sans compter les heures de travail. Mais c'est une passion.

«Garagistes profiteurs», le cliché se confirme-t-il?

Non. Les gens sont contents, mais parallèlement, chacun a déjà eu une expérience négative. Il y a donc une certaine méfiance.

Propos recueillis par Jacques-Olivier Pidoux



Christian Borzon