

ADSL : Orange encore épinglé pour ses publicités

C'est une grande victoire juridique pour Tele2. La filiale française de l'opérateur suédois a en effet saisi le tribunal de commerce de Paris contre Orange (France Télécom), qui lui a donné raison.

Au coeur du problème, les publicités, pas toujours très claires, d'Orange à propos de ses offres ADSL. Le tribunal a constaté « le caractère **trompeur** de toutes les publicités de France Télécom visant à assurer la promotion des offres 'MegaMax' quel que soit leur support ».

En fait, Tele2 et le tribunal reprochent à Orange d'avoir « oublié » de mentionner sur lesdites publicités, l'obligation pour l'abonné de souscrire un abonnement téléphonique fixe de 15 euros par mois afin de profiter des ces offres ADSL à 30 euros par mois.

Le tribunal précise que la norme actuelle des forfaits internet est d'être « sans abonnement téléphonique » et que « l'information du consommateur doit évoluer en conséquence » lorsque ce n'est pas le cas.

« Les consommateurs qui sont les premiers à bénéficier de cette concurrence méritent évidemment l'information la plus claire. En particulier, quand un abonnement téléphonique reste obligatoire, ils doivent non seulement le savoir mais également être informés de son prix, sous peine de bien mauvaises surprises quand la facture arrive ! », explique Tele2.

« La vraie concurrence requiert une transparence totale et il n'est pas acceptable que les Français puissent encore être abusés par des offres « imprécises ». Nous nous réjouissons de cette décision car elle est une avancée significative dans l'expression de la libre concurrence au bénéfice de tous les consommateurs », poursuit Olivier Anstett, Directeur Général Adjoint de Tele2.

Le tribunal a ordonné à Orange de « cesser, dès la signification de la décision, à intervenir et, sous astreinte de 5.000 euros par infraction constatée, la diffusion de toute publicité ». Une sanction lourde en pleine période de guerre entre les FAI.

Mais le tribunal a également épinglé Tele2 qui devra clarifier une de ses publicités comparatives en mentionnant plus clairement les caractéristiques essentielles des offres de l'opérateur historique comparées.