

Mobiles : la Commission européenne tire la 'sonnerie' d'alarme

La Commission européenne annonce prévoir un véritable « coup de balai » sur les sites offrant des services de téléphonie mobile. Les sonneries et fonds d'écran, très prisés des jeunes mobinautes, sont donc dans le collimateur de l'Union Européenne après un rapport démontrant qu'une grande majorité d'entre eux ne respectaient ni les droits des consommateurs ni ceux de la concurrence.

Ces sites abriteraient donc des informations trompeuses qui induisent le consommateur en erreur. La commissaire chargée de la protection des consommateurs, Meglena Kuneva va jusqu'à estimer que ces pratiques sont de nature à coûter très cher aux clients.

Pour preuve, en pensant télécharger une sonnerie gratuite, des adolescents le plus souvent se retrouvent liés par un abonnement quant à lui bien payant. Une facture qui s'élèverait ensuite à plus d'une centaine d'euros pour les plus crédules.

Face à ces pratiques qualifiées de « sauvages », la commissaire a souhaité faire passer un message clair : « **Méfiez-vous ! Tout est dans les petits caractères !** Lisez systématiquement le texte imprimé en petits caractères et assurez-vous que vous n'êtes pas en train de vous abonner à un service non souhaité ». Un « service » que les parents découvrent souvent après coup, en recevant la facture téléphonique du portable de leurs chères têtes blondes.

Il s'agit pourtant bien là d'un secteur porteur, la valeur des ventes de sonneries à l'échelle européenne a été estimée en 2007 à 691 millions d'euros. [Les sonneries représentant alors 29 % du marché total.](#)

En France, ce sont 20 sites sur 27 qui sont épinglés par la Commission. Un nombre considérable de ces sites ne respecteraient donc pas les droits des consommateurs.

Pourtant, Luc Chatel, le Secrétaire d'Etat chargé de l'Industrie et de la consommation relativise. Dans un communiqué, il informe la presse que : « *l'information du public sur les prix et les conditions de vente sont, dans l'ensemble, correctement assurées* ». Ah bon...

Les services de l'Etat, par le biais de la DGCCRF (direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes) n'auraient donc relevé aucun manquement susceptible de donner lieu à contentieux. « *Un seul site maintient une ambiguïté trompeuse entre des prestations gratuites et la souscription d'un abonnement payant. Un procès-verbal a été établi pour ce motif* ». C'est tout. Le gouvernement relève néanmoins que **les coordonnées permettant au consommateur d'entrer en contact avec l'entreprise exploitant le site ont fait l'œuvre de « rappels à l'ordre ».**

Des rappels qui ne jouent que très peu dans le parcours du combattant de certains pour mettre fin à leurs abonnements.

Pourquoi dès lors un rapport accablant et argumenté de la Commission européenne ciblant clairement 80% des sites interrogés ? Interrogé par nos soins, Luc Veillet, le président de la Mobile

Marketing Association France estime qu'il s'agit là d'une question de fond : « *Toute mauvaise pratique est un frein. S'il s'avère qu'il s'agit de publicité mensongère, alors c'est grave. Sur les prix, la seule manière de bien faire est la transparence* ». L'association professionnelle qui regroupe les acteurs du marché du marketing mobile condamne donc cette pratique. Tout en reconnaissant ne pas en être vraiment au courant.

Les professionnels font donc la moue face à ce rapport européen qui semble montrer une quasi-généralisation de certaines mauvaises pratiques. Reste à savoir s'il s'agit d'une stratégie payante.