



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

Internet et téléphone

Question écrite n° 69456

Texte de la question

M. Rudy Salles attire l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique, chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, sur le problème des jeux gratuits avec option payante qui touche les appareils mobiles et également les téléviseurs. Des options payantes sont proposées en cours de jeu, dont le coût est répercuté sur la facture mensuelle de l'opérateur. De nombreux parents se retrouvent avec des factures exorbitantes à payer, les enfants achetant sans s'en rendre compte ces options payantes. Un code d'achat à quatre chiffres est censé servir de garde-fou, mais c'est l'utilisateur lui-même qui l'initialise lors du premier achat. Les enfants peuvent donc entrer n'importe quel code si les parents ne réalisent pas la démarche en amont. Les surcoûts engendrés par ces applications de jeux sont loin d'être anecdotiques, notamment sur tablettes et smartphones. Pour preuve, aux États-Unis, début 2014, Apple a dû passer un accord amiable avec la *Federal Trade Commission*, l'agence gouvernementale chargée de la consommation, pour rembourser au moins 32,5 millions de dollars à 37 000 parents. La Commission européenne a demandé fin 2013 à Apple et Google que le mot « gratuit » ne soit plus utilisé lorsque le jeu propose des achats intégrés. La situation restant inchangée, il souhaiterait donc connaître les mesures qu'elle entend prendre afin de renforcer la protection de ces consommateurs.

Texte de la réponse

Au plan européen, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) s'est mobilisée, en 2014, sur la problématique des jeux gratuits avec options payantes, intégrés dans des applications pour téléphones mobiles et tablettes numériques destinées à un jeune public. Elle a participé à une action engagée par l'ensemble des États membres de l'Union européenne avec le soutien de la Commission européenne visant à d'obtenir des engagements des principales plateformes (Apple et Google dans un premier temps) afin de protéger les enfants lorsqu'ils jouent en ligne. Une mise en conformité de leurs pratiques avec la législation communautaire était attendue de ces grands opérateurs de l'Internet. (http://ec.europa.eu/justice/newsroom/consumer-marketing/news/1401222_en.htm). Les résultats obtenus sont encourageants, puisque Apple et Google ont adopté quatre séries de mesures pour répondre aux manquements constatés. Désormais, l'usage du mot « gratuit » est supprimé lorsque les jeux comportent des options payantes. Les modalités des achats ont été modifiées, de telle sorte que si des paiements doivent être engagés, ils devront systématiquement donner lieu à une autorisation préalable inscrite dans une « fenêtre de paiement ». Ce dispositif s'applique par défaut, c'est-à-dire sauf si l'utilisateur des applications choisit de modifier ces paramètres. Afin de mettre un terme aux possibles incitations à l'achat, qui entraînent un jeune public vulnérable à ne pouvoir progresser dans le jeu qu'à la suite d'achats d'options payantes, les plateformes ont pris l'engagement d'élaborer des lignes directrices à destination des concepteurs, éditeurs de jeux, leur rappelant la nécessité de proscrire une telle approche. Elles se sont engagées à supprimer toute application qui leur aurait été signalée par les autorités publiques comme non conforme à cette exigence d'absence d'incitation à l'achat pour les enfants. Enfin, dorénavant, les consommateurs pourront avoir accès à une adresse email mise en ligne par les plateformes pour qu'ils puissent les contacter, en cas de difficultés liées à l'utilisation de jeux sous forme

d'applications comportant des achats intégrés. Par ailleurs, la transposition, en droit interne, de la directive n° 2011/83/UE du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs, et notamment de son article 8-2, par la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation permet d'imposer aux professionnels de la vente en ligne de faire figurer sur la fonction utilisée par le consommateur, pour valider sa commande, la mention « commande avec obligation de paiement ». Toute option engendrant un nouveau paiement devra comporter, à peine de nullité, cette mention destinée à attirer l'attention du joueur sur le caractère payant de toute extension du jeu. Il s'agit d'une disposition que tous les Etats membres de l'Union européenne ont transposée dans leur législation nationale et qui est devenue effective depuis le 13 juin 2014. L'initiative menée à l'échelle de l'Union européenne à l'encontre des grands opérateurs de l'Internet que sont Apple et Google et le renforcement de l'information des consommateurs issue de la transposition de la directive relative aux droits des consommateurs sont destinés à assurer une meilleure protection des enfants contre de tels achats. La DGCCRF participera aux enquêtes qui seront menées pour vérifier l'effectivité des engagements de ces plateformes et mènera, au plan national, des actions de contrôle des nouvelles dispositions du code de la consommation.

Données clés

Auteur : [M. Rudy Salles](#)

Circonscription : Alpes-Maritimes (3^e circonscription) - Union des démocrates et indépendants

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 69456

Rubrique : Télécommunications

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [18 novembre 2014](#), page 9589

Réponse publiée au JO le : [24 février 2015](#), page 1343