



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 16/02/2021

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

TikTok

Dépôt d'une plainte européenne contre l'application

Alors que TikTok, application de partage vidéo, a acquis une place prépondérante chez les plus jeunes, l'UFC-Que Choisir dénonce les multiples infractions aux droits des utilisateurs et se joint à la plainte du Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC) auprès de la Commission européenne et du réseau des autorités de protection des consommateurs. L'UFC-Que Choisir alerte ainsi la DGCCRF et l'invite à enquêter sur ce géant des réseaux sociaux.

Une plateforme qui bafoue les droits des utilisateurs

Quel utilisateur prend véritablement le temps de lire toutes les conditions avant de les accepter ? Au grand dam de TikTok, le BEUC et ses membres se sont prêtés à l'exercice. Le constat est sans appel : une rédaction peu claire, des clauses contraires à la Loi et qui favorisent TikTok au détriment de ses utilisateurs. Très concrètement, TikTok se donne le droit de faire ce qu'il veut des vidéos publiées : les utiliser, les modifier, les reproduire sans que les utilisateurs n'aient leur mot à dire. C'est illégal.

TikTok ne réussit pas à protéger ses utilisateurs les plus jeunes

Alors que la plateforme accepte les inscriptions à partir de 13 ans, l'application est plébiscitée par les adolescents¹. Mais les mesures mises en œuvre pour protéger ce public vulnérable ne sont clairement pas au rendez-vous : pas de réelle protection contre la publicité cachée et, surtout, des contenus potentiellement dangereux. En effet, les marques se servent bien souvent des influenceurs pour lancer par exemple des concours de hashtags, et masquer ainsi leur véritable intention marketing. Par ailleurs, suite au triste drame italien lié au jeu du foulard, et aux vidéos sexuellement explicites parfois proposées aux utilisateurs après quelques minutes de visionnage, la capacité du réseau à protéger les mineurs des contenus inappropriés est clairement posée.

Un système trompeur de monnaie virtuelle

Au-delà des Likes et des abonnements, TikTok a déployé une option supplémentaire, celle d'encourager l'achat de cadeaux virtuels pour récompenser ses vidéos préférées. L'utilisateur est en effet incité à acheter ces pièces ou coins qui lui permettent ensuite de s'approvisionner en objets virtuels. Rien de plus simple, quelques clics suffisent et TikTok met tout en œuvre pour que l'utilisateur oublie qu'il s'agit d'argent réel. Alors que la majorité des utilisateurs de TikTok sont des mineurs, les associations de consommateurs européennes souhaitent lever le voile sur ces pratiques détestables qui incitent les adolescents, à fournir de l'argent à leurs TikTokers préférés.

Une surexploitation des données des utilisateurs

TikTok n'informe pas clairement ses utilisateurs sur les données personnelles qui sont collectées, leur but et destination contrairement aux obligations du RGPD.

Pour que les utilisateurs, et en particulier les plus jeunes, puissent jouir de leurs droits et utiliser le réseau en toute sécurité, le BEUC, avec l'UFC-Que Choisir et d'autres associations membres, lance une alerte auprès de la Commission européenne et des autorités nationales de protection des

¹ En France, 45% des enfants de moins de 13 ans ont indiqué utiliser l'application.



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 16/02/2021

consommateurs (DGCCRF) via le mécanisme d'alerte externe, pour pratiques commerciales trompeuses, et déloyales. L'objectif est double :

- **Que soit lancée une enquête à l'échelle européenne et nationale sur les pratiques de Tiktok ;**
- **Qu'une décision contraignante soit prise par les autorités de protection de consommateurs concernées, notamment celle de contraindre TikTok à :**
 - **mieux informer les consommateurs sur sa politique et son modèle économique ;**
 - **expliquer le fonctionnement de sa politique d'achat de pièces de monnaie et ses implications financières ;**
 - **mettre en place des mesures efficaces de protection des mineurs notamment en matière d'utilisation de leurs données personnelles et d'exposition au marketing, à la publicité cachée et aux contenus inappropriés.**