

🏠 Accueil > Actualités > Facebook et Instagram : Plainte européenne contre Meta pour pratiques commerciales trompeuses et agressives

ACTUALITÉS

Publié le **30/11/2023** | mis à jour le 30/11/2023

Facebook et Instagram : Plainte européenne contre Meta pour pratiques commerciales trompeuses et agressives

👤 Lauren NELSON,



Depuis quelques semaines, Meta propose aux utilisateurs de Facebook et d'Instagram de souscrire un abonnement payant s'ils souhaitent refuser le traitement de leurs données personnelles. Dans le prolongement de sa campagne « Je ne suis pas une data », L'UFC-Que Choisir dénonce les pratiques commerciales trompeuses de l'entreprise et participe à la plainte du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) déposée auprès de la Commission européenne et du réseau des autorités de protection des consommateurs. L'association saisit la DGCCRF et l'invite à enquêter sur ce géant des réseaux sociaux.

Meta transforme son obligation légale de demander le consentement en une offre commerciale

À la suite de plusieurs jugements européens constatant que Meta a pendant des années collecté et traité des données personnelles sans motif juridique valable, la plateforme doit désormais demander le consentement éclairé et univoque des consommateurs pour collecter leurs données, ce que précise à nouveau un récent règlement européen^[1]. Dès lors, il doit être aussi facile de refuser que d'accepter le traitement de ses données personnelles. Cependant, plutôt que d'offrir un choix éclairé, Meta conditionne le refus de donner son consentement à un abonnement payant. Ainsi, les utilisateurs refusant d'être pistés doivent souscrire un abonnement débutant à 9,99 € par mois, et qui atteindra prochainement jusqu'à 20,99 €^[2] par mois.



Les consommateurs sont trompés par la plateforme quant à ses pratiques de pistage en ligne

L'offre payante de Meta repose sur plusieurs pratiques commerciales trompeuses. Tout d'abord, la plateforme induit les consommateurs en erreur en leur proposant de choisir entre l'abonnement payant, ou bien la poursuite de l'utilisation « gratuite » de l'application. Or, cette dernière option n'est pas gratuite, puisque ceux qui optent pour celle-ci seront contraints de fournir leurs données personnelles à Meta, ce qui a déjà été qualifié par une décision de justice antérieure comme une forme de contrepartie.

De plus, l'abonnement payant est susceptible de tromper les consommateurs en les amenant à penser qu'ils bénéficieront d'une option respectueuse de leur vie privée, alors qu'en réalité, leurs données personnelles continueront d'être collectées et utilisées à des fins autres que la publicité.

Meta profite de sa position dominante sur le marché pour contraindre les consommateurs

Meta a également recours à des pratiques agressives, en rendant impossible toute utilisation de Facebook et d'Instagram tant que les utilisateurs n'ont pas choisi l'une des deux options. En créant un sentiment d'urgence, Meta pousse les consommateurs à faire un choix hâtif. L'agressivité de cette pratique est renforcée par la position dominante de Facebook et d'Instagram^[3], qui ne laisse pas de véritable alternative aux consommateurs souhaitant quitter les services de Meta sans pour autant renoncer à l'utilisation des réseaux sociaux.

Soucieuse de garantir la maîtrise des données personnelles des consommateurs, comme le souligne la campagne « Je ne suis pas une data » lancée en janvier dernier, l'UFC-Que Choisir passe à l'action avec ses homologues européens. Le BEUC et plusieurs de ses membres lancent une procédure d'alerte auprès de la commission européenne pour pratiques commerciales trompeuses et agressives. Cette action européenne vise à initier une enquête à l'échelle européenne sur les pratiques de Meta, et à obtenir une décision contraignante des autorités de protection des consommateurs concernées.

Par ailleurs, l'association rappelle que dans le cadre de sa campagne, elle met à disposition des consommateurs un outil gratuit leur permettant de découvrir ce que les plateformes en ligne savent sur eux et de reprendre la main sur leurs données personnelles.



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 30 novembre 2023

COMMUNIQUE DE PRESSE

Facebook et Instagram

Plainte européenne contre Meta pour pratiques commerciales trompeuses et agressives

Depuis quelques semaines, Meta propose aux utilisateurs de Facebook et d'Instagram de souscrire un abonnement payant s'ils souhaitent refuser le traitement de leurs données personnelles. Dans le prolongement de sa campagne « [Je ne suis pas une data](#) », L'UFC-Que Choisir dénonce les pratiques commerciales trompeuses de l'entreprise et participe à la plainte du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) déposée auprès de la Commission européenne et du réseau des autorités de protection des consommateurs. L'association saisit la DGCCRF et l'invite à enquêter sur ce géant des réseaux sociaux.

Meta transforme son obligation légale de demander le consentement en une offre commerciale

À la suite de plusieurs jugements européens constatant que Meta a pendant des années collecté et traité des données personnelles sans motif juridique valable, la plateforme doit désormais demander le consentement éclairé et univoque des consommateurs pour collecter leurs données, ce que précise à nouveau un récent règlement européen¹. Dès lors, il doit être aussi facile de refuser que d'accepter le traitement de ses données personnelles. Cependant, plutôt que d'offrir un choix éclairé, Meta conditionne le refus de donner son consentement à un abonnement payant. Ainsi, les utilisateurs refusant d'être pistés doivent souscrire un abonnement débutant à 9,99 € par mois, et qui atteindra prochainement jusqu'à 20,99 €² par mois.



¹ Il s'agit du Règlement (UE) 2022/1925 relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique, également connu sous le nom de *Digital Markets Act* (DMA) en anglais. Il a été adopté en septembre 2022 et imposera de nouvelles obligations à Meta à partir de mars 2024.

² Le tarif de base débute à 9,99 € pour l'utilisation d'un seul compte souscrit sur la version web de la plateforme, et atteindra, à partir de mars 2024, 20,99 € pour un utilisateur faisant usage simultané de Facebook et Instagram, et souscrivant via l'application mobile.

[231130_CP-Action-europeenne-contre-Meta](#) Télécharger

[1] Il s'agit du Règlement (UE) 2022/1925 relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique, également connu sous le nom de *Digital Markets Act* (DMA) en anglais. Il a été adopté en septembre 2022 et imposera de nouvelles obligations à Meta à partir de mars 2024.

[2] Le tarif de base débute à 9,99 € pour l'utilisation d'un seul compte souscrit sur la version web de la plateforme, et atteindra, à partir de mars 2024, 20,99 € pour un utilisateur faisant usage simultané de Facebook et Instagram, et souscrivant via l'application mobile.

[3] En septembre 2023, Facebook recensait 42,1 millions d'utilisateurs actifs en France, tandis qu'Instagram en comptait 39,7 millions.