



■ Jeux mobiles gratuits: devant la colère de la Commission européenne des Free-to-play plus transparents

Alors que le phénomène Pokemon Go bat son plein, retour sur l'action de la Commission européenne concernant les Free-to-play. Les mots d'ordre: plus de transparence et d'honnêteté sur le contenu proposé.

C'est un fait qu'il serait de mauvaise foi de nier: les jeux mobiles depuis quelques années sont en plein essor, et plus particulièrement leur modèle commercial le plus attractif le Free-to-play. Que ce soit Candy Crush Saga, Clash of Clans ou encore plus récemment le succès foudroyant de Pokemon Go (200 millions de dollars de bénéfices en un mois et plus de 100 millions de téléchargements), les free-to-play occupent une très large part des jeux proposés sur les plates-formes de téléchargement comme l'App store (Apple) ou le Playstore (Android).

Or, ces "jeux gratuits" proposent la plupart du temps des micro-transactions facultatives à l'intérieur même du jeu, une façon soit de permettre au joueur d'avancer beaucoup plus vite que les autres ou tout simplement de rendre inaccessible certaines parties du jeu sans mettre la main à la poche. Certains créateurs de jeux mobiles pratiquent ainsi une manière peu honnête de pousser à la consommation. L'ancienne commissaire européenne chargée de la justice dénonçait cette pratique début 2014 en parlant d'un modèle économique induisant "*le consommateur en erreur, ce qui du reste est aussi contraire à l'esprit du droit européen sur la protection des consommateurs*". Une sortie qu'il nous faut replacer dans son contexte pour mieux comprendre l'intervention de la Commission européenne sur ce sujet.

Depuis la démocratisation des smartphones et des plateformes de téléchargements mobiles, les free-to-play n'ont de cesse d'augmenter leur présence. Selon une étude de Distimo, entreprise analysant le marché des applications mobiles, les revenus liés aux achats à l'intérieur des applications (jeux ou non) ont progressé de 52% en janvier 2012 à 92% en novembre 2013 sur l'App Store et sont même montés à 98% pour le Playstore, ne laissant ainsi que peu de places aux applications dites payantes (soit 8% des revenus sur l'App store et 2 % sur le Play store). Plus notable, 63% de ces revenus venaient du secteur du jeu vidéo. Des résultats si importants qu'ils ont entraînés certaines dérives comme l'histoire du petit britannique Danny Kitchen, 5 ans, qui aurait dépensé 1.700 livres de micro-transactions dans un jeu free-to-play sur l'iPad familial ou encore la



Maison de l'Europe de Paris

plainte déposée contre Gameforge en Allemagne. Il fallait donc agir pour empêcher que de tels scandales se reproduisent et notamment pour protéger davantage les plus jeunes.

Les premières actions ne vinrent pas de l'Union européenne, mais de l'Office of Fair Trading (OFT) en Grande Bretagne lors du mois de septembre 2013. Suite à des négociations entre des associations de familles britanniques et l'industrie locale du jeu vidéo, l'OFT a mis en place huit principes visant à réguler la commercialisation des jeux gratuits en favorisant une meilleure information des consommateurs que ce soit dans le jeu ou en dehors. Une première qui fut suivie le 28 février 2014 d'une position commune de la Commission européenne et des membres du réseau de coopération en matière de protection des consommateurs (CPC). Celle-ci énonce quatre principes visant à rendre plus honnêtes les Free-to-play.

On y retrouve une demande de plus grande transparence: dès l'écran de téléchargement de l'application, les potentiels achats à l'intérieur du jeu (ou de l'application) seront affichés afin de ne pas induire le consommateur en erreur sur les véritables coûts impliqués. C'est aussi le cas pour l'accessibilité en demandant aux vendeurs de mettre à disposition une adresse mail voir un site internet afin que les joueurs puissent les contacter en cas de réclamations. Par ailleurs, le Free-to-play se doit de ne pas être trop intrusif en évitant les injonctions directes adressées aux enfants les poussant à acheter des items ou à pousser les parents à le faire pour eux. Enfin, afin d'augmenter la sécurité des transactions, les consommateurs devraient être informés du système de paiement pratiqué et les achats ne devraient pas être débités sans le consentement explicite du consommateur (via un mot de passe par exemple).

Devant ces demandes et celles de l'OFT, Google et Apple, plus ou moins forcés, ont agi quelques mois après pour se plier aux exigences de la Commission européenne. Depuis septembre 2014, les jeux free-to-play sur l'App Store et le Playstore précisent s'ils comportent des paiements au sein du jeu et laissent toujours leur adresse mail comme contact. Il ne reste plus qu'à attendre le prochain rapport de la commission qui devrait être rendu à la fin de l'été 2016 pour voir les prochaines mesures prises, mais ces actions représentent tout de même un premier pas pour jouer plus tranquillement, sans être agressé sans arrêt par des demandes d'achats.

Article rédigé par la Maison de l'Europe de Paris et publié par France Soir le 16/08/2016

D'autres articles de la Maison de l'Europe de Paris sont également consultables sur <http://www.paris-europe.eu/0034-Europe-Direct/2-Actualites-Europeennes.html>

Maison de l'Europe de Paris

Association régie par la loi de 1901, créée en 1956 et reconnue d'utilité publique.
35-37, rue des Francs-Bourgeois F-75004 Paris
www.paris-europe.eu - Mail : maison-europe@paris-europe.eu
Tél +33 (0)1 44 61 85 85 - Fax +33 (0)1 44 61 85 95

