

LES ACHATS INTÉGRÉS DANS LES JEUX ET APPLICATIONS EN LIGNE: Enjeux pour les consommateurs.

Sommaire exécutif
Juin 2016

La disponibilité accrue des appareils et de forfaits de services mobiles avec données donne lieu à une utilisation croissante par les consommateurs des appareils mobiles et des applications; les Canadiens en ont en moyenne 19 sur leur téléphone intelligent. L'univers des applications mobiles est un écosystème complexe dans lequel évoluent plusieurs acteurs aux rôles variés et parfois multiples. De plus en plus d'applications mobiles sont maintenant de type *freemium* : des applications dont le téléchargement se fait gratuitement, mais qui comportent la possibilité de faire des achats intégrés à l'application et qui amélioreront en principe l'expérience de l'utilisateur ou encore sa performance.

Le modèle d'affaire *freemium* comporte plusieurs attraits pour l'industrie. Pour les développeurs et pour les *app stores*, il s'agit d'une source de revenus prometteuse. Les développeurs ont de plus en plus recours à ce modèle de monétisation, que se retrouve maintenant dans la plupart des catégories d'applications (applications éducatives, de musique, des jeux, etc.), et les produits proposés à l'achat intégré sont aussi extrêmement variés (des *level ups*, des personnages, des services sans publicités, des monnaies virtuelles, etc.).

Devant l'utilisation accrue du modèle *freemium* par les développeurs et sa popularité auprès des consommateurs, nous avons exploré les enjeux liés aux achats intégrés pour les consommateurs. Pour ce faire, nous avons identifié les problèmes relevés dans la littérature, nous avons exploré le fonctionnement du mécanisme des achats intégrés du point de vue du consommateur (téléchargement, autorisation, avis, perception des frais, etc.) et examiné les avis relatifs aux achats intégrés donnés aux consommateurs avant le téléchargement de l'application et lors de son utilisation. Nous avons également analysé les diverses techniques de marketing employées en vue d'inciter les consommateurs à effectuer des achats intégrés aux applications *freemium*. Bien que notre étude ait porté tant sur les applications destinées aux enfants qu'aux adultes, nous avons porté une attention particulière aux achats intégrés faits par les enfants – le problème le plus fréquemment rapporté et le plus médiatisé.

Une enquête terrain, durant laquelle nous avons téléchargé et utilisé 33 applications sur les *app stores* détenant les plus grandes parts du marché au Canada, nous a permis d'identifier les sources des problèmes rapportés par les consommateurs et d'évaluer la présence et l'efficacité des divulgations faites quant à l'existence, au type, au prix, à l'utilité des achats intégrés dans les applications et d'étudier les différentes étapes du processus d'acquisition des applis et des achats intégrés.

Nous avons recensé une série de problèmes que peuvent rencontrer les consommateurs usagers des applications gratuites avec achats intégrés, et, notamment, les représentations faites quant au caractère gratuit de l'application (et la confusion que ces représentations peuvent susciter), les stratégies marketing employées, les paramètres par défaut de certains appareils et des *app stores*, la collecte de renseignements personnels ainsi que le processus de résolution

La force d'un réseau

Nos membres associatifs

ACEF Appalaches – Beauce – Etchemins
ACEF de l'Est de Montréal
ACEF de l'Île-Jésus
ACEF du Grand-Portage

ACEF du Nord de Montréal
ACEF du Sud-Ouest de Montréal
ACEF Estrie
ACEF Lanaudière

ACEF Montérégie-Est
ACEF Rive-Sud de Québec
ACQC
Centre d'éducation financière EBO

7000, avenue du Parc, bureau 201, Montréal (Qc) H3N 1X1

T : 514 521 6820 | Sans frais : 1 888 521 6820 | F : 514 521 0736

info@uniondesconsommateurs.ca | www.uniondesconsommateurs.ca

de conflit. Nous avons aussi noté que les lois de protection du consommateur en vigueur au Canada contiennent des mesures législatives susceptibles de bien protéger les consommateurs lors de transactions d'achats intégrés. Toutefois, notre recherche révèle qu'il existe un décalage entre ces cadres réglementaires et le monde virtuel dans lequel ont lieu les achats intégrés. Nous soulevons des difficultés importantes de mise en œuvre de ces mesures de protection, ainsi que certains manques de conformité flagrants.

Une étude des actions entreprises dans les juridictions étrangères afin de mieux protéger les consommateurs usagers des applications *freemium* révèle des approches fort différentes d'une juridiction à l'autre – de la publication de documents d'aide à la conformité, à l'adoption de cadres législatifs particuliers pour le contenu digital, en passant par les poursuites judiciaires. Bien que ces actions aient amené certains changements dans les pratiques commerciales des *app stores*, aucune ne semble être la panacée à tous les problèmes auxquels peuvent être confrontés les consommateurs qui utilisent ce type d'application.

La zone grise dans lequel sont réalisées les transactions d'achats intégrés ainsi que le fait qu'il s'agisse d'une économie jeune, en pleine croissance, font que l'industrie bénéficierait de l'adoption d'une série de meilleures pratiques susceptibles de mieux protéger les consommateurs et de leur permettre de faire usage des applications en toute confiance. Nous faisons en ce sens de nombreuses recommandations qui touchent notamment la désignation « gratuit » (qui ne devrait être utilisée pour qualifier les applications de types *freemium* que si certaines conditions sont respectées par le développeur et par l'*app store*), la modification des paramètres par défaut des *app stores* et, le cas échéant, des appareils (afin de limiter plutôt que de faciliter par défaut les achats intégrés), l'interdiction de l'usage d'achats intégrés dans les applications destinées aux jeunes enfants ou susceptibles de les intéresser particulièrement, etc.

Nous proposons la concertation entre les différents acteurs (l'industrie, les autorités gouvernementales et les groupes de consommateurs) afin d'identifier les meilleures pratiques et de trouver les moyens les plus aptes à protéger les consommateurs, notamment contre les factures surprises générées par les achats intégrés non autorisés. Advenant refus de l'industrie d'adopter volontairement les pratiques susceptibles de mieux protéger les consommateurs, les gouvernements se doivent de prendre toutes les mesures à leur disposition afin de s'assurer de la conformité des pratiques commerciales aux lois de protection du consommateur et de s'assurer que les consommateurs utilisateurs des applications de type *freemium* soient bien protégés et leurs droits respectés. Enfin, nous invitons les deux paliers de gouvernements à soutenir les programmes de littératie digitale des consommateurs.

English version available.

Union des consommateurs a reçu du financement en vertu du Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Industrie Canada. Les opinions

exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du gouvernement du Canada.