

Comment identifier les coûts cachés des applications en ligne ?

Le saviez-vous ?

Applications et jeux gratuits, sites de streaming... Ces services sont-ils réellement gratuits ?

Comprendre comment sont financés ces services, c'est comprendre les coûts «réels» de ces derniers.

- Beaucoup de services gratuits sur Internet sont construits sur **le modèle freemium** : un service de base "free" (gratuit), financé par la publicité, couplé à un service "premium", payant et offrant des fonctionnalités supplémentaires (comme le jeu Clash of Clans, le site de streaming musical Spotify, ou encore le réseau social LinkedIn).
- Attention aux **abonnements cachés**. Certains services en ligne proposent des essais «gratuits» qui, sans opposition de la part du consommateur, l'engagent à un abonnement payant après une période courte (généralement 1 mois).

- Sur les réseaux sociaux, certaines **publications** sont **financées par les publicités et les placements de produits**. Les marques débloquent des budgets de plus en plus conséquents pour rémunérer ces influenceurs.

Que dit la loi ?

L'article L221 garantit :

- un **droit à la rétractation** pour le consommateur, qui peut être exercé «avant la livraison du bien ou la fourniture de la prestation».
- Les sites et applications doivent communiquer de manière lisible et compréhensible.
- les caractéristiques du bien et du service.
- Le consommateur n'est pas tenu de payer les frais supplémentaires s'il n'a pas été informé par le service.



COMMENT FAIRE ?

Quels sont les réflexes à adopter pour prévenir les coûts cachés et éviter les mauvaises surprises ?

- **Désactiver le paiement «en 1-clic»** et **mettre un mot de passe** pour autoriser les achats d'application sur smartphone et tablette.
- **Ne jamais enregistrer de moyens de paiement** sur les magasins en ligne après un achat.
- Toujours **lire attentivement les conditions** liées à un «essai gratuit».
- Soyons critiques ! Cherchons toujours à **comprendre comment est financé un service «gratuit»**.
- Attention au **marketing d'influence**. Certains «influenceurs» sont payés pour dire du bien d'un produit ou d'un service dans leurs publications.



Pour en parler avec vos ados...

Connaissent-ils les coûts et systèmes de monétisation des applications qu'ils utilisent ? Ont-ils déjà dépensé de l'argent sur ces applications ? Savent-ils comment les influenceurs qu'ils suivent sont rémunérés ?

Il existe un autre monde d'outils et de services numériques, éthiques et respectueux de la vie privée et des données des internautes et qui ne fonctionnent pas sur les logiques marchandes.

À découvrir sur framasoftware.org:

