

LES SMS NON SOLLICITES OU SPAM SUR MOBILE

Qu'est ce qu'un SMS non sollicité ou un Spam sur mobile ?

Le principe est exactement le même que sur votre messagerie web, vous recevez des messages publicitaires pour gagner des lots, participer à des tirages au sort, des codes promotionnels pour des achats ou des messages plus explicites à caractère pornographique.

Et comment se présente-t-il ?

Le SMS non sollicité se présente sous 2 types d'incitations à répondre :

- soit une réponse par SMS avec un code ou un échange texte,
- soit par rappel d'un numéro surtaxé de type 0 89X XXX.

Quelle est la situation, la tendance de ces SMS non sollicités ?

A l'AFUTT, nous observons deux tendances :

- *La première* est celle que nous constatons à travers les plaintes et réclamations des consommateurs que nous recevons tous les jours. Ces réclamations sont en très forte augmentation : dans l'Observatoire des plaintes et réclamations 2007 que nous publions, nous notons une augmentation de quelques 98% par rapport à l'année précédente
- *Seconde tendance*, grâce à la veille que nous menons sur les évolutions et pratiques marketing, le SMS est un enjeu majeur car « *il devient un canal publicitaire idéal* » (Sic).

Que faire en cas de spam sur mobile ?

- 1/ Surtout ne pas répondre aux sollicitations, mais envoyer en retour à l'expéditeur le message « STOP ». Ce message permet de faire savoir à l'éditeur que vous n'êtes pas intéressé par le service.
- 2/ Si malgré l'envoi de la réponse « STOP » (qui, elle, est gratuite et non facturée), vous continuez à recevoir des SMS du même expéditeur, vous devez le signaler :
 - a) A votre opérateur de téléphonie mobile
 - b) A l'AFUTT sur notre espace particuliers du site www.afutt.org
 - c) Aux services de la DGCCRF et de la CNIL
 - d) A l'Office Central de Lutte contre la Criminalité liée aux TIC

J'ai répondu à une sollicitation par SMS et le service m'est facturé par mon opérateur

Si vous estimez que la ligne de facture correspond à la réponse à un SMS surtaxé, vous pouvez déduire le montant correspondant de votre facture¹ en accompagnant votre règlement partiel d'un courrier à votre opérateur en lui précisant le contenu et l'identité du SMS (attention, l'identité de l'émetteur du SMS est très importante : nom de société, n° de tel rappelé, etc...) et les motifs de votre règlement partiel.

Attention : vous ne pourrez pas demander le remboursement si vous avez répondu à des sollicitations de spam SMS sur plusieurs semaines, car vous auriez dû vous rendre compte du surcoût engendré en consultant votre facture mensuelle.

Quelles sont les cibles les plus touchées ?

Un adolescent consomme en moyenne plus de 30 SMS par semaine².

Il est donc la cible la plus touchée pour deux raisons :

- 1/ N'étant pas titulaire du compte dans la plupart des cas, ce sont les parents qui paient les factures et donc les adolescents ne connaissent pas le prix réel de ces SMS surtaxés
- 2/ Il y a, par ailleurs, un effet de banalisation dans l'utilisation du SMS publicitaire notamment avec les incitations à télécharger des sonneries, logos et à participer à des votes dans des émissions de téléreality show.

Les recommandations et conseils pratiques de l'AFUTT

- *Ne pas communiquer son numéro de mobile, mais plutôt une adresse de messagerie*
- *Ne pas donner d'informations sur votre mobile sur des réseaux sociaux, des forums de discussions, des chats sur internet, etc..*
- *Ne pas rappeler un numéro dont vous ne connaissez pas l'émetteur et surtout ne jamais rappeler de numéro commençant par 0 89X XXX,*
- *« Ma journée sans mobile » : une fois par semaine, laisser son mobile à domicile pour apprendre à maîtriser sa consommation.*

¹ Article D 98-2 du code des postes et communications électroniques : «.....seul le service pour lequel des factures sont restées impayées est interrompu. »

² Etude du Credoc de décembre 2007

La position de l'AFUTT

L'AFUTT a tout lieu de penser que le phénomène va s'amplifier et se développer à l'identique de ce que l'on constate sur les messageries web.

Même s'il est difficile de lutter par la réglementation contre ces arnaques, il est urgent de stopper ou limiter ces pratiques :

- 1 - En informant très largement le public sur le spam SMS
- 2 - En exigeant des opérateurs de mettre en œuvre tous les moyens techniques pour en limiter la propagation
- 3 - En demandant aux pouvoirs publics de rétablir et de réactiver l'instance du CST, le Conseil Supérieur de la Télématique, cette instance publique étant « en sommeil » depuis 2004....

Xxxxxxx

PJ : Annexes

ANNEXES

Exemple de SMS non sollicités

Sms de loterie (arnaque)

*"20270 Vous avez été tiré au sort à 9:56 et gagnez le chèque n 409248 !
App le 0899692065 pr en connaitre le montant et le retirer! Merci"*

Sms de dialogue

Vous avez reçu des messages sur le chat. Pour les consulter envoyer LIRE au 81118 reception directe

Sms arnaque

« Salut c moi.J'attends tjs ton appel a croire que je t'ai laissé mon numero pr rien, rappelle moi au 0899787815 ».

Les plages de numéros les plus surtaxés

NUMEROS	UTILISATION	TARIF (Tarifs plafonds)
0 890 xxx	Numéros à revenus partagés	max 0,15€ /min
0 891 xxx	Numéros à revenus partagés	max 0,30€ /min
0 892 xxx	Numéros à revenus partagés	max 0,45€ /min
0 893 xxx	Numéros à revenus partagés	max 0,75€ /min
0 897 xxx	Numéros à revenus partagés	max 0,60€ /appel
0 898 xxx	Numéros à revenus partagés	max 1,20€ /appel
0 899 xxx	Numéros à revenus partagés	Autres tarifs, libres pour chaque opérateur

Rappel de la position de la CNIL sur le SPAM

07/12/2001 - Communiqué

La CNIL rappelle qu'est désormais interdite, en France comme dans l'ensemble des Etats membres de l'Union européenne, la prospection directe par automates d'appels ou télécopie à l'égard des personnes qui n'auraient pas spécialement exprimé leur consentement à être ainsi démarchées.

Cette interdiction résulte des ordonnances des 25 juillet et 23 août 2001 qui ont transposé en droit français diverses directives européennes. La CNIL qui reçoit plus de 500 plaintes par an de particuliers, pour le seul démarchage par télécopie, se félicite de telles dispositions. Ainsi les consommateurs, qui étaient jusqu'alors tenus de s'inscrire en liste SAFRAN lorsqu'ils ne souhaitent pas être prospectés par ce moyen, n'auront plus à effectuer une telle démarche et les mesures d'application à intervenir prochainement devraient prévoir une forte amende pour tout message publicitaire délivré en contravention avec la loi.

Par ailleurs, les discussions européennes se poursuivent sur plusieurs sujets, à l'occasion de l'examen d'une directive modifiée concernant la protection des données dans le secteur des télécommunications.

Le publipostage électronique par e-mail.

La position de la CNIL sur ce sujet, encore réaffirmée dans son avis sur le projet de loi sur la société de l'information rendu le 3 mai 2001, est constante. Quelle que soit la nature du message (commerciale, politique, religieuse, etc.), la prospection par e-mail est irrégulière si les personnes concernées n'ont pas exprimé leur consentement à l'occasion d'un contact direct et personnel, à un usage de leur adresse électronique à de telles fins. La CNIL recommande tout particulièrement aux sites web de permettre aux internautes, dès la collecte des données, d'exprimer leur consentement ou leur refus par le biais d'une case à cocher. Cette pratique est de plus en plus couramment suivie par les professionnels concernés. La CNIL a, par ailleurs, souligné à plusieurs reprises que le régime dit du " opt out " - qui autoriserait tous les usages d'adresses électroniques capturées sur internet à l'insu des personnes concernées jusqu'à ce que ces dernières s'inscrivent dans un registre d'opposition - lui paraissait impropre à assurer la protection des données personnelles, le respect de la vie privée et de la tranquillité des internautes.

Les messages courts sur téléphones mobiles (SMS).

Un amendement du Parlement européen prévoit que ce type nouveau de prospection doit être subordonné à l'accord préalable des personnes concernées. La CNIL approuve cette position.

Avis du 7/11/2006 du Bureau de Vérification de la Publicité (BVP) sur les messages publicitaires en faveur de services SMS susceptibles d'être perçus comme exploitant l'inexpérience ou la crédulité des mineurs