

Régulation des plateformes

Meta, TikTok et Google ne protègent pas leurs utilisateurs contre les arnaques

Les plateformes génèrent des revenus très importants via les publicités qu'elles diffusent, tout en acceptant le fait que certaines sont des escroqueries. Le cadre légal européen n'est pas suffisamment respecté, et la Suisse a encore tout à faire dans ce domaine.

Le Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC), en collaboration avec ses membres issus de 27 pays dont la FRC, lance, ce 21 mai 2026, une action visant à dénoncer les pratiques de Meta, TikTok et Google en matière de publicité pour des services ou des conseils financiers qui sont en réalité des arnaques.

Dans une enquête menée entre décembre 2025 et mars 2026, près de 900 publicités soupçonnées d'enfreindre le droit européen ont été dénoncées auprès des plateformes concernées. Seules 27% ont été retirées, tandis que 53% des signalements ont été rejetés ou simplement ignorés. Aussi, des centaines d'escroqueries financières sont en cours, touchant chaque mois plus de 200 millions de consommateurs sur tout le territoire européen. Cette inaction montre clairement que Meta, TikTok et Google ne prennent pas suffisamment de mesures pour empêcher la diffusion massive de publicités frauduleuses liées aux prêts, aux faux investissements ou aux cryptoactifs trompeurs.

Les grandes plateformes numériques doivent être soumises aux mêmes exigences de protection des consommateurs que les acteurs du commerce physique. Qu'elles soient établies en Suisse ou à l'étranger, elles ne peuvent plus fonctionner comme des zones de non-droit où des contenus frauduleux circulent librement au détriment des consommateurs. Les plateformes en ligne ne sont plus de simples intermédiaires passifs. Elles sont capables de cibler précisément des consommateurs pour maximiser leurs revenus publicitaires, elles doivent également être capables d'empêcher la diffusion d'arnaques manifestes.

Aujourd'hui, les participants européens à cette action appellent la Commission européenne et leurs autorités nationales à enquêter sur les mesures prises par Meta, TikTok et Google pour atténuer les risques liés aux escroqueries vantées via leurs plateformes et, le cas échéant, à sanctionner ces plateformes.

«Sans régulation forte, les plateformes continueront à privilégier les revenus publicitaires plutôt que la protection des consommateurs», explique Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale de la FRC. Pour notre association, leur responsabilisation est un combat phare depuis plusieurs années. Au cœur de ses préoccupations: les interfaces trompeuses, la sécurité des produits, les entraves à la liberté contractuelle, les pratiques commerciales déloyales et les lacunes dans la protection des données personnelles.

La FRC a interpellé le Secrétariat d'État à l'économie (Seco) et le Département fédéral de justice de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC), en charge du projet de Loi sur les plateformes de communication. Les conclusions de cette enquête sont autant d'enseignements pour la Suisse. Si notre pays veut se doter d'outils efficaces pour encadrer la publicité sur les plateformes de communication et responsabiliser ces dernières, il doit prendre en compte les expériences européennes et durcir son propre projet de loi.

Dossier [Responsabilité des plateformes en ligne](#)

Informations complémentaires:

Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale, tél. 021 331 00 90
Sevan Pearson, responsable Économie, tél. 021 331 00 90