

« Résilier vos contrats, on s'en charge ! »

Internet, mobiles « **Résilier vos contrats, on s'en charge !** »

RAPPEL De très nombreux consommateurs se plaignent d'un parcours du combattant pour changer d'opérateur. Vous voulez résilier votre abonnement mobile ou internet ? La plupart du temps, vous y renoncez, tant cela vous semble insurmontable, voire irréalisable. Des sociétés l'ont bien compris. Sur internet, elles encouragent les consommateurs à trouver des offres moins chères. Et leur proposent, moyennant 7 à 8 €, d'effectuer à leur place la résiliation.

« *Le droit de dire Stop !* », proclame sur sa page d'accueil *Resilier.com* (société Next Advantage), n°1 du désabonnement en ligne avec 90 % du marché. Depuis 2002, il a permis à plus de 200 000 clients de résilier leur abonnement.

Meilleurmobil.com incite aussi à changer et déconseille les « programmes de renouvellement pas toujours avantageux ». De nombreux sites, à l'image d'*abc-lettres.com*, présentent des modèles gratuits ou payants de lettres à télécharger, valables aussi pour EDF, la banque ou l'assurance. Le marché est prometteur car la résiliation est source de conflits : dans l'internet et le mobile, ce sont 20 % des plaintes recensées par l'Association française des utilisateurs de télécommunications. Les opérateurs « ne prennent la demande au sérieux que quand ils ne peuvent plus prélever le compte », déplore Next Advantage. Ces sites rédigent donc au nom du client un courrier de résiliation et l'envoient en recommandé avec accusé de réception. Depuis peu, ils récupèrent même votre box internet dans l'un des 3 200 points de

résiliation du réseau de débitants de tabac Altadis. Les opérateurs réagissent. « Depuis un an, il est possible de résilier son abonnement mobile par simple appel, assure SFR. Et ce sera bientôt possible pour le fixe. On ne retient pas les clients de force. » Inutile de passer par un intermédiaire, renchérit Orange : « On ne s'inscrit pas dans une démarche de blocage quand le client cherche à partir, afin de conserver sa confiance pour le futur. » Se désabonner ? Le consommateur a désormais les cartes en main. AFP