

LES femmes abonnées chez l'opérateur historique au téléphone mobile reçoivent une pluie de SMS les invitant -plutôt les poussant- à acheter des produits de beauté. Le dernier message en date concerne Garnier. Sauf que quand on reçoit, au bout de cinq minutes seulement, une flopée de SMS répétant la même réclame, on en arrive à détester à mort le produit concerné. C'est tout le contraire de l'effet recherché par cette publicité imposée.

« Ne serait-ce qu'à cause de cette pollution publicitaire, je n'achèterai jamais un produit Garnier », s'est écriée la directrice du Reporter, irritée de voir sa boîte SMS encombrée par ces pourriels.

Les messieurs, ne sont pas non plus épargnés. Ils reçoivent, quant à eux, des SMS d'un autre genre. De plus en plus, des demoiselles (des brunes, des blondes, des charmantes, des solitaires, des romantiques...) les invitent, en mots très suggestifs, à sortir. Voici un extrait de l'un de ces messages qui s'auto-suppriment au bout d'un certain temps pour ne pas laisser de traces : « Zouina o messrara, kan9alleb 3la sadi9 ykoune lia bou7di baghia nekhraj m3ah had lweek-end...Réponds au 2036 », de Sara 2026.

Les téléphones des abonnés des deux sexes sont aussi bombardés de SMS visant à les tenter de participer à différents jeux où il est toujours question de gagner une chimérique 4x4 ou d'autres illusoires gros lots. Sauf qu'à chaque fois que l'un ou l'autre abonné cède à la tentation, il le paye cher. Les SMS de réponse sont dans ce cas surtaxés et coûtent le plus souvent plus de 20 dirhams chacun. Tout cela se passe dans la plus grande anarchie.

D'une part sans que le consommateur soit protégé et plus grave encore, sans qu'à la base, son numéro de téléphone, qui fait partie de ses données personnelles, soit protégé d'autre part. Que fait donc l'ANRT ?

Le reporter.

[Joomla SEO powered by JoomSEF](#)