



ANNEXE 3 : ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES A LA COMMUNICATION SUR LE SERVICE

L'Editeur respecte les lois et règlements en vigueur, le cas échéant les recommandations d'instances telles que celles du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité, ainsi que la présente Charte de communication dans toute opération de communication ou support de promotion du Service.

Dans le cas particulier d'un Service qui ne serait pas disponible simultanément en tout ou partie sur les réseaux d'au moins trois des Opérateurs membres de l'Association SMS+, l'Editeur :

- s'interdit l'utilisation des marques SMS+ (nom et logo SMS+), et doit respecter tous les autres éléments de la présente Charte de communication,
- doit mentionner de manière claire et lisible le nom du ou des Opérateurs chez lesquels le Service est disponible en tout ou partie dans toute communication relative à son Numéro Court SMS+.

ARTICLE 1 INFORMATION DES UTILISATEURS

Dans tout support de promotion du Service, l'Editeur doit respecter les règles suivantes.

Sont notamment considérés comme des supports de promotion les SMS-MT ou MMS-MT contenant une url redirigeant vers une page Internet faisant la promotion d'un Service. Sont également considérés comme des supports de promotion les bannières ou liens publicitaires.

A) Informations tarifaires

1. Mentions tarifaires

Dans toute communication relative au Numéro Court SMS+ / MMS+ qui lui a été attribué, l'Editeur doit indiquer clairement les mentions tarifaires suivantes:

- pour les Applications de catégorie 1, lorsque la fourniture du Service nécessite un seul échange, ou des échanges multiples de SMS ou MMS en nombre connu par l'Editeur une des deux mentions tarifaires suivantes, au choix de l'Editeur:
 - o « X EURO par service + n SMS » ou « X EURO par service + n MMS » où X désigne le prix total du Service TTC, et n le nombre d'échanges nécessaires pour la livraison complète du Service. Le terme « service » peut être remplacé par un terme qualifiant de manière plus précise et plus explicite la nature du Service (par exemple, « X EURO par téléchargement », « X EURO par vote », « X EURO par code », etc.)
 - o « n x X EURO + prix SMS » où X désigne le prix du SMS surtaxé TTC, et n le nombre d'échanges nécessaires pour la livraison complète du Service.

Dans le cas particulier des jeux concours lorsque seul le nombre maximum d'échanges est connu par l'Editeur, l'Editeur pourra faire précéder la mention tarifaire des mentions « maximum » ou « jusqu'à ».

- pour les Applications de catégorie 1, lorsque la fourniture du Service nécessite des échanges multiples de SMS ou MMS, en nombre non connu par l'Editeur (par exemple, dans le cas d'une discussion avec un animateur), ou pour les applications de catégorie 2, la mention tarifaire « X EURO par SMS + prix SMS » ou « X EURO par MMS + prix MMS » où X désigne le prix du Service TTC.
 - o Les termes « prix SMS » ou « prix MMS » peuvent être remplacés par les termes « coût



- SMS » ou « coût MMS »,
- Dans ce cas, le terme « SMS » peut être remplacé par un terme qualifiant de manière plus précise et plus explicite la nature du Service (par exemple, « X EURO par question »).
 - pour les Applications de catégorie 4, dans le cas des services dits récurrents, c'est-à-dire lorsque les SMS-MT surtaxés de livraison du Service sont envoyés selon une périodicité connue à l'avance, la mention tarifaire « Abonnement : X EURO par [périodicité] » (par exemple : « Abonnement : 3 EUROS par semaine »), où X désigne le prix du Service TTC,
 - pour les Applications de catégorie 4, dans le cas des services dits aléatoires, c'est-à-dire lorsque les SMS-MT surtaxés de livraison du Service sont envoyés sans règle de périodicité connue à l'avance, la mention tarifaire « Abonnement : X EURO par SMS reçu », où X désigne le prix du Service TTC.
 - Dans ce cas, le terme « SMS » peut être remplacé par un terme qualifiant de manière plus précise et plus explicite la nature du Service (par exemple, « Abonnement : X EURO par alerte reçue »).

Dans tous les cas précédents, la mention EURO ou EUROS doit être écrite en toutes lettres. Le sigle € peut également être utilisé lorsqu'il s'affiche correctement sur le support de communication.

Par dérogation à ce qui précède, dans le cas particulier où le support de communication est un SMS-MT, un lien publicitaire web en format texte ne pouvant dépasser 100 caractères, ou une bannière publicitaire web d'une largeur inférieure ou égale à 240 pixels:

- Les termes EURO ou EUROS peuvent être remplacés par EUR
- Le terme « par » peut être remplacé par le signe « / »
- Le terme « Abonnement » peut être remplacé par le terme « Abo »

Par ailleurs, l'Editeur doit indiquer clairement :

- le prix de la re-direction si le SMS-MT ou le MMS-MT envoyé à l'Utilisateur propose une re-direction vers un service télématique accessible depuis un terminal mobile,
- le caractère payant de la connexion WAP ou http si la livraison du Service nécessite l'établissement de telles connexions. Ce caractère payant devra être confirmé par SMS lors de la livraison de l'URL,
- les mentions tarifaires de tout nouveau service promu par l'Editeur dans un SMS-MT ou MMS-MT de réponse à l'Utilisateur.

2. Format et position des mentions tarifaires

2.a) Toute mention du Numéro Court doit être accompagnée des mentions tarifaires. Les mentions tarifaires doivent toujours être accolées au Numéro Court. Il ne peut être renvoyé aux mentions tarifaires par un astérisque ou par toute autre référence croisée.

La taille des mentions tarifaires doit être similaire ou au moins égale à un tiers de la taille des caractères utilisées pour le Numéro Court.

Illustration :

88234

Abonnement: 3 € par semaine

2.b) Les mentions tarifaires doivent, en toute circonstance, être lisibles, claires et non ambiguës.

- La police utilisée doit être une des polices suivantes : Arial, Calibri, Verdana, Helvetica
- La casse utilisée (minuscule / majuscule) des mentions tarifaires dans l'Article 1 A) 1. doit être respectée,
- Le contraste entre la couleur des mentions tarifaires et le fond sur lequel sont apposées ces mentions tarifaires doit être supérieur ou égal à 80%,
- Le fond sur lequel sont apposées les mentions tarifaires doit être uni, sans aucun autre caractère ou élément graphique autour des mentions tarifaires à une distance au moins équivalente à la taille des mentions tarifaires,
- La couleur utilisée pour les mentions tarifaires doit être la même pour l'ensemble des caractères des mentions tarifaires,
- Les mentions tarifaires doivent être présentées dans le sens horizontal,
- Les espaces entre les différents termes des mentions tarifaires doivent être respectés.

2.c) Dans le cas particulier des Applications de catégorie 4, s'il ne s'agit pas d'une inscription par SMS et :

- Lorsqu'il s'agit d'une inscription par saisie du MSISDN sur un site Internet, la taille des mentions tarifaires devra être similaire ou au moins égale à un tiers de la taille des caractères utilisées pour la saisie du numéro de téléphone de l'Utilisateur permettant d'initier l'inscription au Service. Dans ce cas, les mentions tarifaires doivent toujours être positionnées immédiatement au-dessous de l'encart de saisie du numéro de téléphone. Il ne peut être renvoyé aux mentions tarifaires par un astérisque ou par toute autre référence croisée.

Votre numéro de téléphone

Abonnement: 3 € par semaine

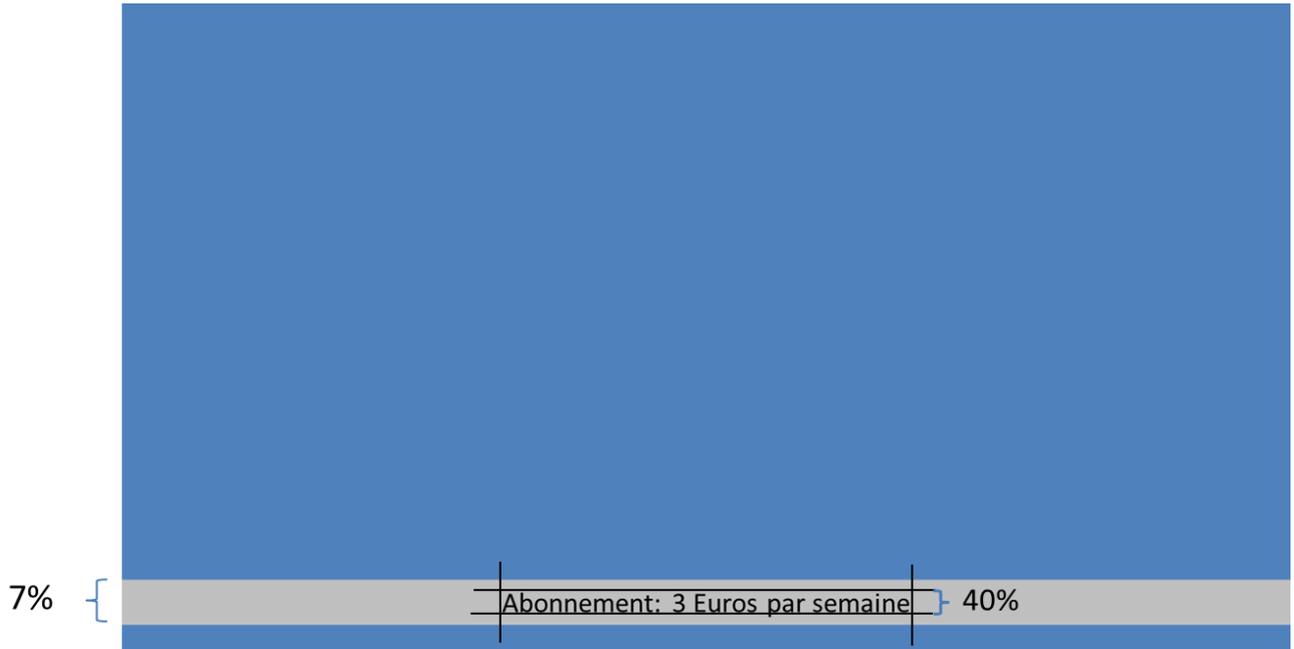
- Lorsqu'il s'agit d'une inscription sur un site Internet et via un lien vers la page de validation d'abonnement de l'opérateur mobile, les mentions tarifaires devront être accolées au lien ou au bouton du site Internet permettant d'accéder à la page de validation d'abonnement de l'opérateur.

2.d) Dans le cas particulier des messages promotionnels ou publicitaires sur support imprimé, la taille minimale des mentions tarifaires est de 2 mm. Dans le cas où la taille des caractères du Numéro Court est inférieure à 2 mm, la taille des mentions tarifaires doit être la même que celle du Numéro Court.

2.e) Dans le cas particulier des messages promotionnels ou publicitaires diffusés à la télévision ou au cinéma, les mentions tarifaires peuvent être incluses dans un bandeau fixe, à l'exclusion de toute autre information. Ce bandeau doit recouvrir au moins 7% de la hauteur de l'écran et l'ensemble de la largeur de l'écran. Il est situé dans la partie inférieure de l'écran et doit apparaître pendant toute la durée d'émission du message publicitaire. Les mentions tarifaires doivent être centrées au sein de ce bandeau, leur taille doit représenter 40% de la hauteur du bandeau et respecter les conditions du paragraphe 2.b).



Illustration :



2.f) Dans le cas particulier des messages promotionnels ou publicitaires diffusés à la radio, les mentions tarifaires doivent être audibles. Elles doivent être mentionnées consécutivement à la dernière mention du Numéro Court.

B) Informations relatives à l'identification du Service et de l'Editeur

Dans toute communication sur son Service, l'Editeur doit :

- désigner son Service par le nom commercial qu'il a déclaré auprès de l'Association SMS+ au moment de la réservation de ce Numéro Court,
- mentionner, en en-tête du SMS-MT ou MMS-MT envoyé depuis le Numéro Court SMS+ qui lui a été attribué, le nom commercial déclaré auprès de l'Association SMS+ au moment de la réservation de ce Numéro Court.

Le nom commercial du Service de l'Editeur doit être suffisamment distinctif pour permettre son identification. Il ne peut donc consister en une dénomination générique, usuelle ou nécessaire du Service fourni aux Utilisateurs.

L'Association SMS+ et chacun des Opérateurs membres de cette dernière se réservent le droit de refuser un nom commercial de Service, notamment :

- un nom reproduisant une marque notoire, sauf preuve formelle d'une autorisation des ayant droits pour ce faire,
- un nom comprenant « + » ou « plus », sauf dans le cas où l'Editeur peut se prévaloir de droits antérieurs à la marque SMS+ sur le nom de service déclaré et dans le cas de marques notoires,
- un nom reproduisant le Numéro Court SMS+ attribué à l'Editeur ou tout autre nom reproduisant une suite numérique de cinq chiffres.

Dans toute communication sur son Service, l'Editeur doit :

- éviter toute confusion entre lui-même et l'Association SMS+ ainsi que les Opérateurs membres de cette dernière,
- porter à la connaissance du public son identité telle que précisée dans le contrat signé avec les Opérateurs, de sorte que les Utilisateurs de son service puissent faire valoir directement leurs droits auprès de lui en cas de réclamation,



- intégrer soit le mot-clé « CONTACT » en précisant que son envoi au Numéro Court du Service permet à l'Utilisateur d'obtenir toute information utile, notamment pour exercer ses droits dans le cadre d'une réclamation, soit les coordonnées du service d'assistance aux Utilisateurs.

Dans le cas particulier où l'Editeur associe un partenaire à la communication sur son Service, l'Editeur doit:

- indiquer, la mention « édité par » suivie de la raison sociale et du numéro de RCS de l'Editeur,
- mentionner en en-tête de chaque SMS-MT ou MMS-MT envoyé depuis le Numéro Court SMS+, le nom du Service tel que présenté aux Utilisateurs dans toute communication sur le Service, qui pourra être différent de celui déclaré par l'Editeur auprès de l'Association SMS+.

C) Informations sur les caractéristiques essentielles du Service

Le contenu délivré dans le cadre du Service doit être l'objet principal de la communication sur le Service, quel qu'en soit le support.

Le fonctionnement du média SMS ou MMS ne permet pas d'assurer un service dit « temps réel ». Ainsi, l'Editeur ne doit pas communiquer sur un caractère d'instantanéité.

- Applications de catégorie 1 ou 2 nécessitant une inscription ou une qualification préalable de l'Utilisateur

Dans le cadre des Applications de catégorie 1 ou 2, concernant les Services nécessitant une inscription ou une qualification préalable de l'Utilisateur, l'Editeur doit préciser le nombre de SMS nécessaires à cette inscription ou qualification, indépendamment de la livraison du Service (par exemple « 2 SMS pour l'inscription »).

- Applications de catégorie 4 :

L'Editeur mentionne de manière claire et explicite :

- le fait qu'il s'agisse d'un Service avec abonnement. A ce titre, l'Editeur devra utiliser le terme « abonnement » ou dérivé (abonne, abonné, etc.). Dans le cas où le canal d'inscription utilisé n'est pas le SMS, cette information devra figurer de manière explicite et visible dans la communication de l'Editeur. L'Editeur pourra dans sa communication y intégrer la notion de « sans engagement », propre aux cinématiques des Applications de catégorie 4,
- la périodicité des envois lorsqu'il s'agit d'un Service récurrent, ou bien l'évènement déclenchant l'envoi des SMS ou MMS lorsqu'il s'agit d'un Service aléatoire,
- la possibilité pour l'Utilisateur de mettre fin à sa souscription au Service à tout moment en envoyant par SMS-MO le mot-clé STOP au Numéro Court de l'Editeur.

Par ailleurs, l'Editeur doit faire référence au site www.info-abo.fr dans toutes les communications sur les supports Internet fixe en incluant un lien hypertexte vers l'url du site.

Certaines opérations publicitaires mettent en avant la possibilité de télécharger ou d'accéder à un contenu offert ou plus généralement faisant l'objet d'une promotion (période de gratuité par exemple). Elles ne peuvent être pratiquées que si les mentions tarifaires décrites dans l'article 1 A) 1. sont accolées à la mention mettant en avant cette possibilité, avec :

- une taille supérieure ou égale à un tiers de cette mention et conformément au format des mentions tarifaires défini dans l'article 1 A) 2.
- et, dans le cas particulier des supports imprimés, avec une taille supérieure ou égale à 2 mm. Dans ce cas, si la taille des caractères de la mention promotionnelle est inférieure à 2 mm, la taille des mentions tarifaires doit être la même que celle de la mention promotionnelle.

La livraison d'un autre contenu ou d'un autre service de l'Editeur ne peut pas être conditionnée, liée ou subordonnée à l'abonnement à une Application de catégorie 4. Ainsi, les procédés consistant à inciter l'Utilisateur à s'inscrire à une Application de catégorie 4, pour participer à un tirage au sort, connaître son gain, connaître les résultats d'un test, etc... sont interdits, même si le Service effectivement délivré une



fois l'inscription finalisée est autorisé et/ou si l'inscription au Service n'est pas obligatoire pour participer au jeu concours.

- **Services ayant pour objet premier un acte de téléchargement (Fonds d'écran, Photos, Musique, Sonneries, Contenus exécutables, Vidéos, etc...) dans le cadre des Applications de catégorie 1 et 4:**

Dans toute communication concernant des Services appartenant aux Applications de catégorie 1 et 4 ayant pour objet premier un acte de téléchargement, l'Editeur doit indiquer de manière explicite à l'Utilisateur le fait que le Service consiste à télécharger un ou plusieurs contenus. Par ailleurs, dans le cadre des Applications de catégorie 1, la commande du contenu ne peut s'effectuer autrement que par l'envoi par SMS-MO ou MMS-MO d'un mot clé précisé par l'Editeur.

- **Services de jeux concours**

Dans toute communication concernant les Services de jeux concours, l'Editeur doit indiquer de manière explicite à l'Utilisateur le nombre d'échanges, fixe ou maximum, nécessaire pour espérer obtenir le gain mentionné dans la communication. S'agissant de cette information, un renvoi au règlement du jeu ne suffit pas.

D) Informations sur les conditions essentielles nécessaires à la délivrance du Service

L'Editeur doit informer de manière claire et explicite l'Utilisateur de toutes restrictions essentielles pouvant empêcher ou limiter la bonne exécution du Service.

- **Services non compatibles avec tous les terminaux :**

L'Editeur proposant un Service qui n'est pas compatible avec tous les modèles/marques de terminaux doit informer les Utilisateurs de l'existence de la liste des terminaux compatibles, ou inversement, de la liste des terminaux avec lesquels le Service n'est pas compatible, ainsi que sur les moyens d'accéder à cette liste.

- **Services délivrés sous forme de lien :**

Si le Service est délivré sous forme de lien, l'Editeur doit :

- donner accès, de manière non surtaxée, à la liste précise et exhaustive des modèles de terminaux compatibles,
- informer l'Utilisateur de la nécessité de s'assurer au préalable auprès de son Opérateur que son terminal dispose d'un paramétrage WAP ou HTTP compatible avec le Service.

Dans le cas où le support de communication est un SMS-MT, l'Editeur devra s'assurer au préalable que le terminal de l'Utilisateur est compatible avec le Service, notamment en utilisant les informations transmises par les Opérateurs dans le cadre des précédents échanges.

ARTICLE 2 - PUBLICITE ET PROMOTION DU SERVICE

Toute publicité pour un Service doit être identifiée en tant que telle ¹ et doit respecter l'ensemble des obligations légales et des recommandations de l'ARPP.

L'Editeur respecte les règles en vigueur notamment en matière de communication auprès des enfants conformément aux principes retenus dans les articles 18 et 19 Code de la Chambre de Commerce Internationale (CCI) et la Recommandation Enfant de l'ARPP

L'Editeur, dans tout support de promotion du Service, ne doit pas induire en erreur les Utilisateurs sur le contenu, les tarifs, les possibilités ou les modalités de délivrance du Service proposé.

¹ Article 9 du Code de la Chambre de Commerce Internationale



Conformément aux recommandations de l'ARPP :

- la publicité doit proscrire toute déclaration ou présentation visuelle contraire aux convenances selon les normes couramment admises.
- la publicité ne doit cautionner aucune forme de discrimination, y compris celle fondée sur la race, l'origine nationale, la religion, le sexe ou l'âge, ni porter en aucune façon atteinte à la dignité humaine.
- la publicité ne doit contenir aucune incitation ni sembler cautionner ou encourager des comportements illicites ou répréhensibles.

L'Editeur ne doit pas faire de publicité directe ou indirecte pour un Service contraire aux présentes recommandations.

Il doit respecter l'ensemble des lois et règles en vigueur encadrant la communication sur des produits, services ou contenus réglementés.

L'Editeur ne peut communiquer sur les Numéros Courts SMS+ appartenant à la catégorie « Réservé aux adultes » que sur des supports publicitaires strictement réservés aux adultes.

ARTICLE 3 – SPECIFICITES LIEES A LA PROSPECTION DIRECTE

3. A) L'Editeur ne doit pas se livrer à des pratiques commerciales réputées agressives telles que définies dans les articles L.122-11 et L.122-11-1 du Code de la Consommation.

Ainsi l'Editeur de service s'interdit :

- de se livrer à des sollicitations répétées ou non souhaitées par tout moyen de communication à distance.
- de donner l'impression que l'utilisateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte, un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait :
 - soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent
 - soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour l'utilisateur de verser de l'argent ou de supporter le coût.
- de se faire passer pour un particulier.

L'Editeur doit respecter les dispositions de l'article L 34-5 du Code des Postes et communications électroniques, notamment :

- L'Editeur s'interdit de faire de la prospection directe, par quelque moyen que ce soit, utilisant, sous quelque forme que ce soit, les données personnelles d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen,
- La prospection directe est autorisée :
 - si les coordonnées du destinataire ont été recueillies directement auprès de lui, dans le respect des dispositions de la loi Informatique et Libertés.
 - à l'occasion d'une vente ou d'une prestation de services, si la prospection directe concerne des produits ou services analogues fournis par la même personne physique ou morale, et si le destinataire se voit offrir, de manière expresse et dénuée d'ambiguïté, la possibilité de s'opposer, sans frais, hormis ceux liés à la transmission du refus, et de manière simple, à l'utilisation de ses coordonnées lorsque celles-ci sont recueillies et chaque fois qu'une action de prospection lui est adressée

En tout état de cause, la fréquence de sollicitation à des fins de prospection directe doit être raisonnable et ne pas être une nuisance pour l'Utilisateur.



Par ailleurs, l'Editeur, conformément aux préconisations de la CNIL, n'utilisera pas les données à caractère personnel collectées auprès des prospects et supprimera au maximum un an après le dernier contact de leur part ou lorsqu'ils n'ont pas répondu à deux sollicitations successives.

3. B) Auto-promotion

Si le contenu d'auto-promotion est associé à la livraison du Service souscrit par l'Utilisateur, l'Editeur doit faire en sorte que ce contenu soit positionné après le contenu correspondant à la livraison du Service (c'est-à-dire, selon le mode de livraison du Service, le contenu du Service ou le lien permettant d'accéder au Service).

En dehors de la livraison du Service, l'envoi d'un contenu d'auto-promotion depuis un Numéro Court vers un Utilisateur est autorisé si l'Editeur respecte les conditions suivantes :

- l'envoi ne peut avoir lieu que du lundi au samedi, de 8h à 22h, et hors jours fériés, ou à défaut dans l'heure qui suit l'envoi du dernier SMS-MO par l'Utilisateur;
- le SMS-MT ou MMS-MT doit être gratuit pour l'Utilisateur.

Pour les Services appartenant aux catégories 1 et 2, le contenu d'auto-promotion ne peut être envoyé qu'après la livraison complète du contenu commandé par l'Utilisateur.

Pour les Services appartenant à la catégorie 4, le contenu d'auto-promotion doit obligatoirement être envoyé après la livraison d'au moins un contenu à l'Utilisateur.

L'Editeur ne doit pas adresser à chaque Utilisateur plus de trois (3) SMS-MT de contenu d'auto-promotion par semaine suite au dernier SMS-MO envoyé par l'Utilisateur.

Par ailleurs, le SMS-MT de contenu d'auto-promotion doit être envoyé dans les 60 jours qui suivent l'acte d'achat ou la fin d'un abonnement effectué par l'Utilisateur ou, à défaut d'achat, qui suivent l'expression de son consentement à recevoir des tels messages.

La nature publicitaire du message d'auto-promotion doit être clairement identifiée comme telle. Le nom de l'Editeur ou le nom commercial du Service tel que déclaré auprès de l'Association SMS+ doit être indiqué en en-tête du texte du contenu d'auto-promotion. Le contenu d'auto-promotion doit contenir exclusivement des contenus publicitaires ou promotionnels portant sur le Service consommé par l'Utilisateur ou des services analogues édités par le même Editeur et accessibles depuis un terminal mobile. Lorsque le service promu n'est pas le Service de l'Editeur mais le service d'un tiers, le transfert des données personnelles de l'Utilisateur doit être expressément autorisé par ce dernier.

Le contenu d'auto-promotion doit contenir exclusivement des contenus publicitaires ou promotionnels destinés à tout public ou à un public correspondant à une tranche d'âge inférieure ou égale à celle que l'Utilisateur a préalablement utilisée, ces tranches d'âge étant déterminées conformément à la recommandation de « Classification des contenus multimédias mobiles » du Forum des Droits sur l'Internet. Tout texte ou contenu à caractère pornographique ou violent est interdit.

Le Service promu dans le contenu d'auto-promotion doit être d'un format compatible avec le terminal de l'Utilisateur. Si le contenu d'auto-promotion contient une URL, l'Editeur doit indiquer dans le contenu d'auto-promotion que ce message est gratuit sous réserve des éventuels coûts de connexion.

Le contenu d'auto-promotion doit informer l'Utilisateur, dans le SMS-MT, de la possibilité d'exercer son droit d'opposition à ne plus recevoir de contenus d'auto-promotion de l'Editeur, par l'envoi du mot-clé STOP vers le Numéro Court du Service. Si le contenu d'auto-promotion contient une URL, cette URL d'arrivée doit contenir un lien explicite permettant à l'Utilisateur de ne plus recevoir de Contenus d'auto-promotion.

Le contenu d'auto-promotion doit respecter l'ensemble des règles déontologiques, de communication et



de conception.

ARTICLE 4 : KIT D'UTILISATION DES MARQUES SMS+

L'Editeur respecte le Kit d'utilisation des marques SMS+ pour toute communication visuelle relative à tout Service ouvert auprès de l'ensemble des opérateurs mobiles membres de l'Association SMS+. Le Kit d'utilisation des marques SMS+ est disponible auprès de l'Association SMS+ (www.afmm.fr).