

Chartes Internet+ mobile applicables au 01/10/2013

Les évolutions entrant en vigueur au 01/10/2013 concernent les documents suivants :

- Recommandations déontologiques applicables aux services Internet+ mobile (Charte de déontologie Internet+ mobile)
- Ensemble des règles applicables à la communication sur les Services Internet+ mobile (Charte de communication Internet+ mobile)
- Ensemble des règles applicables à la conception des Services Internet+ mobile (Charte de conception Internet+ mobile+)

Principales évolutions :

Les principales évolutions par rapport aux versions précédentes ont été surlignées en jaune.

Article modifié	Nature de la modification
Charte de déontologie - Article 3.9	Précisions sur les contreparties financières
Charte de communication - Article 1. A) 1.	Renvoi à la charte de conception pour la définition du Lien
Charte de communication - Article 1. A) 2.	Refonte du paragraphe
Charte de communication - Article 1. C)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Remplacement du site www.info-abo.fr par le site www.infoconso-multimedia.fr ▪ Ajout d'un paragraphe sur les Services d'accès à des contenus au sein d'un catalogue de l'Editeur ▪ Ajout d'un paragraphe sur les Services d'accès ou de téléchargement de contenus pour les mobiles
Charte de communication - Article 1. D)	Refonte du paragraphe « Services non compatibles avec tous les terminaux »
Charte de communication - Article 2.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Précision sur les pratiques de « cross-selling » ▪ Ajout d'un paragraphe : « Cas des Services de la catégorie « déconseillé aux moins de 16 ans »
Charte de conception – Article 1.	Précisions sur le Lien
Charte de conception – Article 3	Précisions sur la gestion en cas de détection d'une incompatibilité
Charte de conception – Article 5	Précisions sur le service d'assistance aux Utilisateurs
Charte de conception – Article 6	Précisions sur les services avec code d'accès

RECOMMANDATIONS DEONTOLOGIQUES APPLICABLES AUX SERVICES INTERNET+ MOBILE

L'Editeur de service, ci-après l'Editeur, doit respecter les présentes règles applicables aux services facturés à l'Utilisateur au moyen de la solution Internet+ mobile (ci-après dénommés les « Services »). Par ailleurs, le respect des présentes règles ne dégage pas l'Editeur du respect des lois, règlements et décisions des autorités compétentes en vigueur au moment de la délivrance du Service.

ARTICLE 1 - INFORMATION DES UTILISATEURS

L'Editeur de service doit communiquer auprès de l'Utilisateur ou met à sa disposition, de manière claire et non équivoque par tout procédé approprié, et conformément aux chartes de communication et de conception:

- les informations visées à l'article 6 III de la LCEN du 21 juin 2004¹,
- les informations tarifaires visées à l'article L.113-3 du Code de la Consommation,
- les caractéristiques essentielles du Service
- les conditions essentielles nécessaires à la délivrance du Service
- tous les éléments de nature à permettre à toute personne de faire connaître une réclamation (Loi Chatel article 29, LME article 87) et d'exercer ses droits.²

L'Editeur informe l'Utilisateur sur la périodicité de mise à jour ou de gestion du Service, notamment en délivrant la date et/ou l'heure lorsqu'elles sont nécessaires à une information complète de l'Utilisateur.

Lorsque le Service nécessite l'utilisation de données personnelles ou d'informations à caractère privé ou lorsque l'Utilisateur peut être incité à les communiquer (par exemple dans les services de mise en relation) l'Editeur l'informe sur l'utilisation qui pourrait en être faite (Chapitre 5 de la loi Informatique et Libertés).

Lorsque le Service est soumis par sa nature à des restrictions particulières, l'Editeur en alerte l'Utilisateur.

ARTICLE 2 - LOYAUTÉ DU SERVICE

2.1 Loyauté à l'égard des Utilisateurs

L'Editeur offre un service loyal. A cet effet, l'Utilisateur ne devra en aucune manière être induit en erreur sur le contenu, les tarifs, les possibilités ou les modalités de délivrance du Service proposé.

Le Service doit être délivré dans son intégralité au tarif annoncé à l'Utilisateur. Par ailleurs, un Service

¹ Dans le cas d'une personne physique, les coordonnées détaillées (nom, prénom, domicile, n° de téléphone, ainsi que le RCS le cas échéant). Dans le cas d'une personne morale, les mentions légales. Dans les deux cas, le nom du directeur de la publication.

² Ces deux articles sont codifiés en tant qu'articles L.113-5 et 121-18 du Code de la Consommation.

ne doit en aucun cas faire intervenir un autre mode de paiement que la solution Internet+ mobile.

Dans le cas des services à l'abonnement, l'Editeur doit faire en sorte que la résiliation reste simple, facile d'accès et gratuite pour l'Utilisateur.

Il est formellement interdit de déclencher la fourniture d'un Service sans le consentement explicite et éclairé de l'Utilisateur.

Tout message publicitaire au sein du Service devra être identifié comme tel.

L'Editeur ne doit pas utiliser les coordonnées d'un Utilisateur notamment son numéro de téléphone ou son adresse électronique sans son accord exprès et se conforme aux recommandations de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL).

L'Editeur ne doit jamais recueillir des informations personnelles de l'Utilisateur sans le consentement explicite de l'Utilisateur.

De même, dans le cas d'achat ou de location de fichiers, l'Editeur s'assure du respect par son fournisseur des lois et règlements en vigueur en France, la responsabilité de l'Editeur restant engagée.

L'Editeur doit modifier ou retirer immédiatement de son Service les informations personnelles d'un Utilisateur dès lors que celui-ci s'est plaint que les dites informations étaient mentionnées sur le Service sans son accord.

Au-delà des informations personnelles, l'Editeur ne doit pas demander à l'Utilisateur des informations qui ne sont pas nécessaires à la fourniture du Service ou n'ayant aucun lien direct avec ce dernier, ni dans la cinématique du Service, ni dans sa communication.

L'Editeur, sur la base des informations techniques dont il dispose ou celles transmises par l'Utilisateur, ne doit pas déclencher la facturation d'un Service qui ne pourrait être délivré à l'Utilisateur pour quelque raison que ce soit, et, le cas échéant, en informe l'Utilisateur.

2.2 Loyauté à l'égard des professionnels

D'une manière générale, l'Editeur ne doit pas porter atteinte de quelque manière que ce soit à l'image, à la réputation des institutions, organismes acteurs dans l'établissement des règles régissant cette activité.

Il s'interdit d'utiliser une marque ou une raison sociale pour faire valoir son Service sans l'accord express de l'entité titulaire des droits.

2.2.1 Loyauté à l'égard des Editeurs concurrents

L'Editeur doit :

- exercer une concurrence loyale et s'interdit notamment d'intervenir sur un Service dans l'intention de porter atteinte à son bon fonctionnement, de nuire à un Editeur concurrent ou d'en détourner les Utilisateurs,
- effectuer les recherches préalables afin que le nom de son Service ne puisse prêter à confusion avec ceux déjà existants, ou porter atteinte aux droits des tiers,

- s'interdire toute pratique de nature à induire, même potentiellement, une quelconque confusion entre lui-même et un éditeur concurrent ou entre son Service et les services d'éditeurs concurrents.

2.2.2 Loyauté à l'égard des Opérateurs

L'Editeur s'interdit de porter atteinte de quelque manière que ce soit à l'image ou à la réputation des Opérateurs.

Il doit :

- respecter l'objet du Service tel qu'il a été déclaré auprès de l'Opérateur,
- s'interdire toute pratique de nature à induire, même potentiellement, une quelconque confusion entre lui-même et les Opérateurs ou entre son Service et les services des Opérateurs.

2.2.3 Loyauté à l'égard des ayants-droit

L'Editeur offre un Service susceptible de ne pas porter atteinte ni de contrefaire aucun brevet, marque, droit d'auteur ou tout autre droit de propriété intellectuelle.

L'Editeur a la responsabilité de solliciter les autorisations nécessaires en vue de la reproduction et de la diffusion des œuvres ou extraits d'œuvres utilisées dans le cadre des Services auprès des sociétés d'auteurs concernées et à régler les rémunérations dues au titre des droits de reproduction ainsi qu'au titre de la communication au public desdites œuvres ou extraits d'œuvres (droits dus à la Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique (SACEM) ou autres sociétés de droits d'auteurs).

ARTICLE 3 – CONTENU DES SERVICES

L'Editeur assume l'entière responsabilité du contenu ou Service délivré.

Certains contenus ou Services sont soumis à des règles spécifiques que l'Editeur doit respecter.

3.1 Services de conseils

L'Editeur doit indiquer à l'Utilisateur que les informations / conseils donnés dans le cadre de son Service le sont à titre indicatif et mentionnera le nom des auteurs.

3.2 Services de vente à distance

La prestation de reversement fournie par l'Opérateur ne doit pas être, en tant que telle, utilisée comme moyen de paiement de biens matériels ou de services autres que des Services conformes à la présente charte.

3.3 Services de mise en relation entre utilisateurs inscrits

Dans le cas où l'échange simultané ou quasi simultané de messages entre Utilisateurs, identifiés ou non identifiés de manière certaine, est permis par le Service :

- le contenu public est surveillé,
- les règles de comportement conformes aux présentes recommandations sont portées à la connaissance du public par tout moyen adapté au support de communication utilisé,
- un avertissement est diffusé à l'Utilisateur en début de communication, mentionnant qu'il pourra être exclu du Service en cas de comportement inadapté à ces règles,
- les mineurs sont expressément informés qu'ils ne doivent donner aucune coordonnée personnelle,

- une page d'avertissement à l'entrée de l'application doit être affichée. Le message pourra reprendre le texte ci-après : « Pour communiquer en toute sécurité, nous vous recommandons fortement de ne jamais laisser vos coordonnées personnelles. Vous ne pourrez jamais savoir avec certitude qui est votre interlocuteur. Voulez-vous continuer ? »

3.4 Service de jeux concours avec promesse de gain et loteries ³

Conformément à l'article L. 121-38 du Code de la Consommation, le règlement des opérations ainsi qu'un exemplaire des documents adressés au public doivent être déposés auprès d'un officier ministériel qui s'assure de leur régularité.

L'Editeur proposant un service de jeu concours, de loterie avec une espérance de gain mentionne, au sein de la communication sur le Service, la mise à disposition du règlement du jeu, à titre gratuit, à toute personne qui en fait la demande et le nom de l'officier ministériel auprès duquel le règlement a été déposé ainsi que les modalités d'accès à cette information.

Certaines opérations publicitaires tendent à faire naître l'espérance d'un gain attribué au participant, qui serait acquis par la voie du sort. Elles ne peuvent être pratiquées que si elles n'imposent au participant aucune contrepartie financière ni dépense sous quelque forme que ce soit, ou proposent au participant le remboursement de l'intégralité des dépenses engagées par le participant.

Dans le cadre des Services à l'abonnement, les jeux concours avec promesse de gain qui serait acquis uniquement par la voie du sort, les instants gagnant et les loteries sont interdits.

3.5 Services d'annonces

L'Editeur doit :

- vérifier la réalité des annonces,
- assurer les mises à jour nécessaires.

3.6 Services d'informations boursières

L'Editeur respecte les informations de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) notamment :

- la recommandation qui a pour objet de permettre au public d'apprécier la portée et la fiabilité des informations auxquelles il accède par le biais d'un service⁴
- La recommandation relative à la diffusion en ligne d'informations financières par les sociétés cotées qui vise à compléter la précédente recommandation.⁵

3.7 Services faisant appel à la générosité publique

Les Services utilisés dans le but de faire appel à la générosité du public ne doivent en aucun cas user de la fonction de reversement fournie par l'Opérateur comme moyen intrinsèque de paiement des dons.

3.8 Services ayant recours à une bonification

Quel que soit le Service, le principe de bonification directe ou indirecte sous quelque forme que ce soit (par exemple lot, bon d'achat, droit d'accès à un autre Service, promesse d'une meilleure espérance de gain dans le cadre des jeux concours avec promesse de gain et loteries, etc...) et liée directement en tout ou partie au nombre d'achats du Service est interdite.

³ Article L121-36 à L121-41 du Code de la Consommation

⁴ Recommandation n° 87-01

⁵ Recommandation n° 93-01

3.9 Services permettant d'accéder à une contrepartie financière

Les Services permettant à l'Utilisateur d'accéder à une contrepartie financière, aussi petite soit-elle, directe ou indirecte, certaine ou quasiment certaine sont interdits.

A titre d'illustration, dans le cadre d'un Service de jeu concours avec promesse de gain, la contrepartie financière est notamment considérée comme certaine ou quasiment certaine lorsque les deux conditions ci-dessous sont remplies :

- Absence de concurrence réelle avec d'autres joueurs,
- Absence réelle d'intervention du sort ou absence de difficultés réelles (liées à la logique, la connaissance, l'adresse, l'agilité ou la ruse).

3.10 Services ayant recours à des animateurs

Lorsque le Service a recours à des animateurs (personnes physiques ou automates), l'Editeur doit le mentionner dans la description de son Service et le porter à la connaissance des Utilisateurs.

3.11 Services de piège

Les Services de piège mettant en cause une tierce personne à son insu et sans son consentement sont interdits.

ARTICLE 4 PROTECTION DES UTILISATEURS, DE LA JEUNESSE ET DES MINEURS

4.1 Principes à l'égard de l'ensemble des Utilisateurs

L'Editeur ne doit pas utiliser ou suggérer la représentation d'activités contraires aux lois et règlements en vigueur et notamment à ne pas mettre à la disposition du public des messages et contenus :

- susceptibles par leur nature de porter atteinte au respect de la personne humaine et de sa dignité, de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la protection des enfants et des adolescents,
- encourageant la commission de crimes et/ou délits ou incitant à la consommation de substances interdites ou au suicide,
- incitant à la discrimination, à la haine ou à la violence.

En conséquence, l'Editeur doit effectuer une surveillance constante des informations destinées à être mise à disposition du public, de manière à éliminer, avant diffusion, les messages susceptibles d'être contraires aux lois et règlements en vigueur.

L'Editeur s'interdit de porter atteinte à l'intimité de la vie privée d'autrui en captant, enregistrant ou transmettant, sans le consentement de leur auteur, des paroles ou écrits émis à titre privé ou confidentiel.⁶

L'Editeur doit garantir à l'Utilisateur la confidentialité des données et l'exercice de son droit de retrait ou de modification tel que prévu par la CNIL.

L'Editeur doit protéger ses fichiers de toute atteinte frauduleuse dont son système de traitement de données pourrait faire l'objet.⁷

Chaque Opérateur dispose d'un système de contrôle parental qui permet, sur demande d'un

⁶ Article 226- 1 à 226- 2 du Code Pénal

⁷ Article 323-1 et suivants du Code Pénal.

Utilisateur, de limiter son accès aux Services en fonction de leur niveau de classification de contenu. Le niveau de classification des contenus associés à son Service (Tous publics, Déconseillé aux moins de 12 ans, Déconseillé aux moins de 16 ans) devra donc être déclaré auprès de l'Opérateur.

4.2 Principes à l'égard de la jeunesse

Les Services destinés à la jeunesse doivent tout particulièrement ne comporter aucune rubrique, aucun message ou publicité :

- pouvant heurter la sensibilité des jeunes enfants et des mineurs,
- présentant sous un jour favorable tous comportements considérés usuellement comme répréhensibles ou
- incitant les jeunes enfants et les mineurs à consulter d'autres services payants en ligne
- à caractère violent ou pornographique,

L'Editeur s'interdit par ailleurs de faire à destination des jeunes enfants et des mineurs de la publicité pour des Services à tarif élevé.

4.3 Services « réservés aux adultes »

Les Services de la catégorie « Réserve aux adultes » telle que définie par la recommandation du Forum des droits sur l'Internet relative à la classification des contenus multimédias mobiles publiée le 17 octobre 2006 (disponible sur le site www.afmm.fr) sont interdits.

ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES A LA COMMUNICATION SUR LES SERVICES INTERNET+ MOBILE

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 Française du Multimédia Mobile, l'Editeur 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 au Service.

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 numérique (pages Internet, e-mails, liens ou bannières publicitaires) et communication par SMS contenant un Lien, tel que défini à l'article 1 de la charte de conception, l'Editeur doit indiquer clairement les mentions tarifaires suivantes:

- lorsqu'il s'agit d'un achat ponctuel : « X EURO » où X désigne le prix total du Service TTC
- lorsqu'il s'agit d'une souscription à un service récurrent : « Abonnement : X EURO par [périodicité] » où X désigne le prix total du Service TTC

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 »

Si le Service fait l'objet d'une promotion tarifaire (période de gratuité par exemple), l'Editeur pourra l'indiquer à la suite des mentions tarifaires décrites ci-dessus.

2. **Format et position des mentions tarifaires**

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.

Dans le cas où l'Editeur précise à la suite des mentions tarifaires une promotion tarifaire (période de gratuité par exemple), celle-ci ne devra pas être plus mise en avant que les mentions tarifaires. Notamment, la taille de la mention de la promotion tarifaire ne peut pas être supérieure à celle des mentions tarifaires.

i) **Cas général**

En dehors des cas particuliers décrits ci-après, les mentions tarifaires doivent être positionnées de l'une ou l'autre des manières suivantes :

- Accolées au Lien, en dessous de celui-ci, avec une taille au moins égale à un tiers de la hauteur du Lien.



- Dans le cas où le support n'est pas un téléphone mobile – A l'intérieur du Lien, en dessous de la mention explicative, avec une taille au moins égale à la moitié de la hauteur de la mention explicative.



ii) **Cas particulier : la mention explicative au sein du Lien est une des mentions suivantes (ou dérivées) : « Valider », « Confirmer », « OK », « Accepter », « Souscrire »,**

« S'abonner », « Payer », « Acheter »

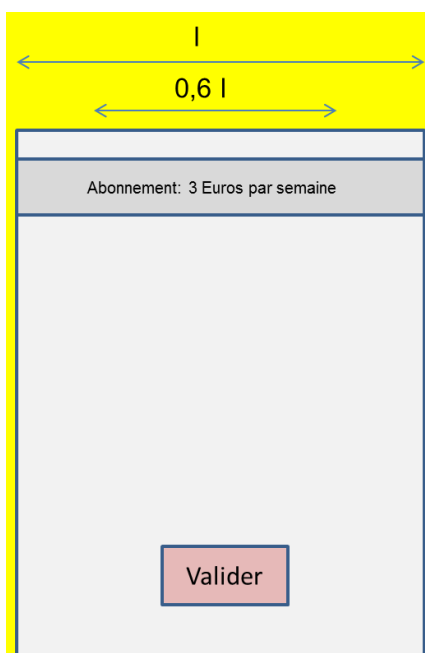
Les mentions tarifaires peuvent être positionnées de l'une ou l'autre des manières suivantes :

- Dans le cas où le support est un téléphone mobile et où ne figure sur ce support que des services au même tarif – Au sein d'un bandeau, à l'exclusion de toute autre information. Ce bandeau doit recouvrir l'ensemble de la largeur de l'écran. Il est situé dans la partie supérieure de l'écran du téléphone mobile. Ainsi, lorsque la page Internet apparaît, ce bandeau est visible sans qu'aucune action de l'utilisateur ne soit nécessaire.

Ce bandeau est clairement matérialisé: son fond est uni et suffisamment contrasté avec l'espace sur lequel il est apposé. Il n'est pas strictement collé à la partie haute de l'écran, de manière à ne pas pouvoir être recouvert par le navigateur lors du téléchargement de la page Internet.

Au sein de ce bandeau, les mentions tarifaires sont centrées horizontalement et verticalement, et représentent au moins 60% de la largeur du bandeau.

Cette possibilité lorsque le prix du Service est le même quel que soit le Lien



- Dans le cas où le support n'est pas un téléphone mobile – Accolées au Lien, en dessous de celui-ci, avec une taille au moins égale à un quart de la hauteur du Lien.



- Dans le cas où le support n'est pas un téléphone mobile – Associées à une case à cocher, décochée par défaut, l'intégralité des informations associées à la case à cocher ne devant pas excéder 20 mots réparties sur 2 lignes au plus.

Je valide les CGV - Abonnement: 3€ par semaine

Valider

iii) Cas particulier : le Service est un service à l'acte, et la mention explicative au sein du Lien est une des mentions suivantes (ou dérivées) : « Payer », « Acheter »

Les mentions tarifaires peuvent figurer sur la page Internet contenant le Lien, avec une taille au moins égale à un tiers de la hauteur du Lien lorsque le support est un téléphone mobile, ou au moins égale à la moitié de la taille de la mention explicative lorsque le support n'est pas un téléphone mobile.

iv) Cas particulier : les mentions tarifaires constituent la mention explicative

Dans ce cas, il n'est pas obligatoire de rappeler au sein de la page contenant le Lien les mentions tarifaires.

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 qui apparaît sur la page de paiement de l'Opérateur.

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.

Les Opérateurs 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.

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

- éviter toute confusion entre lui-même et les Opérateurs,
- 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.

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.

L'Editeur met à disposition de l'Utilisateur les coordonnées de son service d'assistance aux Utilisateurs (telles que précisées à l'article 5 de la Charte de Conception) :

- à l'endroit où est consommé le Service
- sur tout support contenant le Lien
- sur la page d'accueil du site de l'Editeur faisant la promotion du Service et/ou permettant de consommer le Service.

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.

- Services à l'abonnement :

L'Editeur mentionne de manière claire et explicite :

- le fait qu'il s'agisse d'un Service à l'abonnement. A ce titre, l'Editeur devra utiliser le terme « abonnement » ou dérivé (abonne, abonné, etc.). 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 Services à l'abonnement,
- la possibilité pour l'Utilisateur de mettre fin à sa souscription au Service à tout moment et les modalités de résiliation de l'abonnement tel que précisé à l'Article 3 de la Charte de Conception.

Par ailleurs, l'Editeur doit faire référence au site www.infoconso-multimedia.fr dans 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 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 un Service. Ainsi, les procédés consistant à inciter l'Utilisateur à s'abonner à un Service, 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.

Dans le cadre des Services à l'abonnement, aucune promesse de gain, qui serait acquis en tout ou partie par la voie du sort, ne doit être mentionnée dans les supports de promotion du Service.

- Service d'accès à des contenus au sein d'un catalogue de l'Editeur

Si le Service consiste à accéder à plusieurs contenus au sein d'un catalogue de l'Editeur, l'Utilisateur devra en être clairement informé au sein de la communication, ainsi que du nombre de contenus accessibles, par période dans le cas des Services à l'abonnement. Ces caractéristiques essentielles doivent être claires, lisibles, intelligibles et transparentes. Elles ne peuvent pas être uniquement indiquées dans les mentions légales ou les mentions bas de page.

- Service d'accès ou de téléchargement de contenus pour les mobiles

Lorsque le Service consiste à accéder ou à télécharger à un ou plusieurs contenus utilisables uniquement sur un téléphone mobile, et que le support de communication est un site Internet mais n'est pas un téléphone mobile, alors l'Editeur doit indiquer clairement que ces contenus sont disponibles uniquement pour les téléphones mobiles. Il ne doit y avoir aucune ambiguïté sur le fait

que ces contenus pourraient être également disponibles sur un autre terminal.

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 :

Lorsque le support de promotion est tel qu'il ne permet pas à l'Editeur de disposer des caractéristiques du terminal de l'Utilisateur, et que le Service n'est pas compatible avec l'ensemble des terminaux, alors l'Editeur incite l'Utilisateur à vérifier la compatibilité de son terminal avant d'accéder au Parcours de paiement, et met à sa disposition un outil de vérification de la compatibilité.

Cet outil est accessible dans toutes les pages Internet sur lesquelles figure le Lien, directement ou via un lien. Dans ce dernier cas, le lien est positionné hors des mentions légales ou des mentions de bas de page. L'Editeur dispose par ailleurs, à proximité de ce lien, ainsi que de l'outil de vérification de la compatibilité, un des pictogrammes proposés sur le site www.afmm.fr, sur lesquels figure la mention « Mon mobile est-il compatible ? ».

L'outil de vérification de la compatibilité doit être simple d'utilisation et fonctionner par sélection au sein de listes de choix, et/ou par reconnaissance de visuels. Par exemple, il sera proposé à l'Utilisateur de sélectionner dans un premier temps la marque de son terminal, puis le modèle. L'Editeur s'efforcera dans la mesure du possible de faire correspondre les noms usuels et techniques des terminaux.

La réponse apportée par l'outil de vérification de la compatibilité doit être relatif à un contenu ou à une typologie de contenus ayant un comportement homogène sur l'ensemble des terminaux. Dans le cadre des Services à l'abonnement, l'Utilisateur doit pouvoir vérifier la compatibilité de son terminal pour un contenu ou une typologie de contenus ayant un comportement homogène sur l'ensemble des terminaux.

Lorsque le support de promotion est tel qu'il permet à l'Editeur de disposer des caractéristiques du terminal de l'Utilisateur (par exemple, dans le cas des terminaux mobiles, le User Agent), alors l'Editeur ne propose que des Services ou des contenus compatibles avec le terminal de l'Utilisateur.

- Services nécessitant un accès Internet haut débit :

L'Editeur proposant un Service (tel que le streaming, le téléchargement...) nécessitant pour sa bonne exécution un accès Internet haut débit doit informer l'Utilisateur de cette limitation

ARTICLE 2 PUBLICITE ET PROMOTION DU SERVICE

Toute publicité pour un Service doit être identifiée en tant que telle⁸ et doit respecter l'ensemble des obligations légales et des recommandations de l'ARPP.

⁸ Article 9 du Code de la Chambre de Commerce Internationale

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.

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.

Toute promotion au sein d'un Service, pour un autre contenu ou service payant, devra clairement être séparée et positionnée après le(s) contenu(s) ou le(s) service(s) correspondant à la livraison du Service.

Cas des Services de la catégorie « déconseillé aux moins de 16 ans »

La promotion et la présentation d'un Service appartenant à la catégorie « déconseillé aux moins de 16 ans », telle que définie par la recommandation du Forum des droits sur l'Internet relative à la classification des contenus multimédias mobiles publiée le 17 octobre 2006 (disponible sur le site www.afmm.fr), ne doivent comporter :

- ni de contenu appartenant à la catégorie « Réservé aux Adultes », telle que définie par cette même recommandation, quelle qu'en soit la nature (images, vidéos, texte, ...) ;
- ni d'éléments :
 - faisant référence à un univers pornographique (exemples: « Vidéo porno », « Film X ») ;
 - faisant référence à la nécessité d'être majeur pour accéder au service (exemples: « réservés aux adultes », « interdit aux mineurs », ...) ;
 - suggérant que le service contient du contenu pornographique (exemples: apposition sur un visuel de mentions de type "censuré" ou de symboles, laissant supposer que les images cachées et /ou dissimulées par ces éléments sont à caractère pornographique).

Lorsqu'une page Internet contient des éléments de promotion du Service (ex : bannière publicitaire), ainsi que d'autres éléments qui ne concernent pas le Service, l'Editeur veillera à ce que ces autres éléments ne contiennent pas de contenu appartenant à la catégorie « Réservé aux Adultes », quelle qu'en soit la nature (images, vidéos, texte, ...), et notamment dans les pages Internet précédant le

Parcours de paiement, de manière à ce qu'il n'y ait aucune ambiguïté possible pour l'Utilisateur quant à la nature du Service.

L'Editeur apposera le logo suivant, accompagné de la mention « Ce service propose des contenus déconseillés aux moins de 16 ans », sur la page d'avertissement de l'Utilisateur lui indiquant la catégorie du Service, ou sur la page comportant le Lien:



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).

L'envoi d'un contenu d'auto-promotion par SMS vers un Utilisateur 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 le dernier achat par l'Utilisateur. L'Editeur ne doit pas adresser à chaque Utilisateur plus de trois (3) SMS de contenu d'auto-promotion par semaine suite au dernier achat par l'Utilisateur. Par ailleurs, le SMS 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.

Pour les Services à l'acte, le contenu d'auto-promotion ne peut être diffusé qu'après la livraison complète du contenu commandé par l'Utilisateur.

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

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 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. 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 de la possibilité d'exercer son droit d'opposition à ne plus recevoir de contenus d'auto-promotion de l'Editeur :

- si le support est un SMS, par l'envoi du mot-clé STOP au numéro SMS
- 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 : UTILISATION DE LA MARQUE INTERNET+



L'Editeur respecte le Kit d'utilisation de la marque Internet+ pour toute communication visuelle relative à tout Service ouvert auprès de l'ensemble des Opérateurs. Le Kit d'utilisation de la marque Internet+ est disponible sur le site www.internetplus.fr .

L'Editeur s'engage à positionner un lien vers le site de l'association Internet+ (www.internetplus.fr) sur son site Internet lorsque la solution Internet+ est présente.

ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES A LA CONCEPTION DES SERVICES INTERNET+ MOBILE

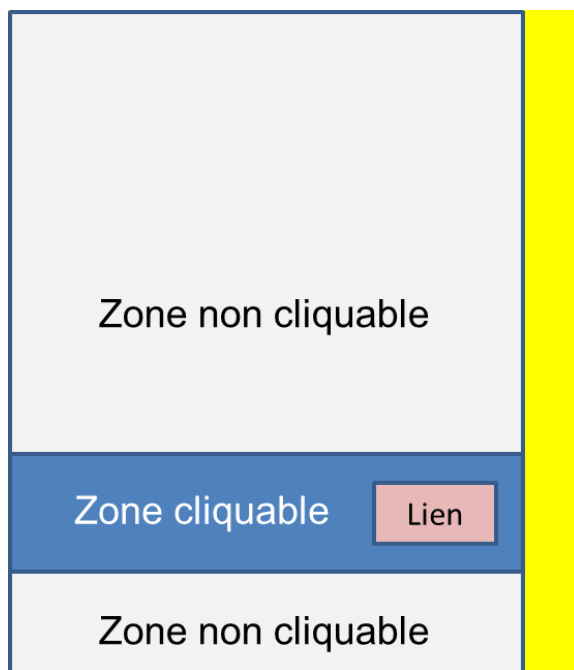
ARTICLE 1 : ACCES AU PARCOURS DE PAIEMENT DE L'OPERATEUR

Le parcours de paiement Opérateur, ci-après Parcours de paiement, correspond à l'ensemble des pages de l'Opérateur permettant de procéder au paiement du Service (page d'authentification si nécessaire, page de validation de paiement, page de confirmation de paiement le cas échéant).

L'utilisateur accède au Parcours de paiement en cliquant sur un bouton (le « Lien ») contenant une mention explicative, telle que définie dans l'article 1 A) 2. de la charte de communication. Cette mention explicative doit représenter au moins 40% de la hauteur du Lien. Elle ne peut en aucun cas être une mention promotionnelle (par exemple « offert », « cadeau », « gratuit », ...).



Seul un clic sur le Lien permet d'accéder au Parcours de paiement, excepté sur un téléphone mobile où, pour des raisons ergonomiques, la zone à proximité du Lien peut être cliquable et rediriger vers le Parcours de paiement, comme illustré ci-dessous.



L'utilisateur devra avoir souscrit aux Conditions Générales du Service avant d'être redirigé par l'Editeur vers le Parcours de paiement.

L'utilisateur ne peut être redirigé vers le Parcours de paiement que depuis un support numérique contenant l'ensemble des informations décrites dans l'Article 1 de la Charte de Communication.

Sur ce support, l'Editeur fait apparaître un logo Internet+ parmi ceux disponibles dans le kit d'utilisation de la marque Internet+ (hors pictogramme). Il est recommandé d'associer à ce logo le Lien, de manière à ce que l'Utilisateur clique sur le logo Internet+ pour initier le Parcours de paiement.

Dans le cas particulier d'un Service à l'abonnement, un mécanisme d'identification de l'Utilisateur s'appuyant sur la collecte et l'analyse d'une information transmise par l'Opérateur et/ou par l'Utilisateur l'identifiant de manière unique (par exemple : adresse e-mail, MSISDN, mot de passe, identifiant unique) doit être mis en place par l'Editeur, préalablement à l'accès au Parcours de paiement, pour garantir de ne pas facturer de multiples abonnements pour un même Service et un même Utilisateur.

ARTICLE 2 : CONFIRMATION DES UTILISATEURS

Afin que l'Utilisateur puisse valider son achat en toute connaissance de cause, le nom commercial du Service qui apparaîtra sur la page de confirmation de paiement de l'Opérateur, devra être explicite et ne pas induire l'Utilisateur en erreur. Ce nom commercial devra être similaire à celui utilisé par l'Editeur pour désigner son Service dans les communications. Celui-ci doit permettre à l'Utilisateur d'identifier de manière claire et explicite le nom du site marchand de l'Editeur et le Service vendu.

La page de confirmation de paiement de l'Opérateur comporte les informations suivantes:

- le nom commercial du Service
- le prix du service,
- Le cas échéant le fait qu'il s'agisse d'un service d'abonnement (avec le terme « abonnement » ou dérivé : abonné, abonne, etc...),
- un bouton ou un lien permettant de confirmer l'achat
- un bouton ou un lien permettant d'annuler l'achat

Dans le cas où cette page serait intégrée dans un site (par exemple sous forme d'iframe), l'Editeur s'assurera que l'ensemble des informations indiqué ci-dessus est lisible par l'Utilisateur sans nécessité d'action de sa part.

ARTICLE 3 : ACCES AU SERVICE

Suite au Parcours de paiement, l'Editeur redirige automatiquement l'Utilisateur vers la page Internet sur laquelle l'Utilisateur peut consommer le Service.

Dans le cas des Services à l'abonnement, l'Utilisateur pourra se rendre sur cette même page pendant toute la durée de l'abonnement pour consommer le Service. Il en est informé par l'Editeur.

Dans le cas particulier où le Service doit être consommé sur un autre terminal numérique, l'Editeur devra indiquer sur la page faisant suite au Parcours de paiement l'url du site Internet à laquelle l'Utilisateur devra accéder pour consommer le Service.

Dans tous les cas lorsqu'il s'agit d'un Service à l'abonnement, le mécanisme d'identification décrit dans l'article 1 de la charte de Conception permettra à l'Editeur de reconnaître l'Utilisateur abonné et de lui donner accès à son contenu.

Dans le cas où l'inaccessibilité du Service intervient lors de la livraison du Service à l'Utilisateur, une page spécifique comportant la raison de l'échec, le nom commercial du Service, les coordonnées du service d'assistance aux Utilisateurs sera affichée à l'Utilisateur.

Dans le cas où l'Editeur détecte une incompatibilité du terminal de l'Utilisateur avec le Service ou le contenu promu dans le cadre du Service, il en informe clairement l'utilisateur. Dans le cas des Services à l'abonnement consistant à accéder ou à télécharger plusieurs contenus au sein d'un catalogue de l'Editeur :

- Lorsque le catalogue de l'Editeur contient des contenus, similaires ou analogues, compatibles avec le terminal de l'Utilisateur, les contenus compatibles, et uniquement ceux-là, sont proposés, dans le cadre du Service, à l'Utilisateur.
- Lorsque le catalogue de l'Editeur ne contient pas ou quasiment pas de contenus, similaires ou analogues, compatibles avec le terminal de l'Utilisateur, l'Editeur résilie l'abonnement de l'Utilisateur si l'Opérateur le permet, ou, dans le cas contraire, l'incite à se désabonner, clairement et de manière explicite et visible.

ARTICLE 4 : RESILIATION DU SERVICE DANS LE CAS DES SERVICES A L'ABONNEMENT

L'Editeur met à disposition de l'Utilisateur un lien non surtaxé :

- Permettant à l'Utilisateur de résilier directement son abonnement si l'Opérateur le permet
- Dans le cas contraire, renvoyant vers une page où sont situées les instructions à suivre par l'Utilisateur pour se désinscrire du Service.

Le lien doit être visible et explicite pour l'Utilisateur. A ce titre, l'Editeur utilise un des termes « Désabonnement » ou « Résiliation » ou un terme dérivé.

Ce lien apparaît :

- Sur la page affichée par l'Editeur faisant suite au Parcours de paiement,
- A l'endroit où le Service est consommé.
- Là où l'abonnement a été proposé
- Sur la page d'accueil du site de l'Editeur faisant la promotion du Service et/ou où est consommé le Service.

ARTICLE 5 : SERVICE D'ASSISTANCE AUX UTILISATEURS

L'Editeur doit disposer d'un service d'assistance aux Utilisateurs susceptible de répondre aux demandes d'informations, plaintes et réclamations concernant le Service. L'Editeur fait le meilleur accueil aux Utilisateurs et traite toutes les demandes en langue française.

Ce service d'assistance doit être accessible, de manière non surtaxée, via :

- un numéro de téléphone du plan de numérotation français, disponible en jours et heures ouvrées (en dehors de ces heures d'ouverture, un message enregistré doit indiquer les heures d'ouverture.)
- et au minimum l'un des deux moyens suivants : une adresse postale en France, une adresse email.

Le service d'assistance doit proposer une réponse à l'Utilisateur dans un délai de cinq jours ouvrés

lorsque la demande a été effectuée par courrier postal ou par courrier électronique.

Le numéro de téléphone et l'adresse email ou postale de ce service d'assistance doivent figurer dans l'ensemble des supports de promotion du Service lorsque celui-ci le permet.

L'Editeur renseigne et met à jour en permanence les coordonnées des moyens d'accès à ce service d'assistance aux Utilisateurs sur l'extranet prévu à cet effet accessible sur le site www.internetplus.fr. L'Editeur est informé que l'ensemble de ces informations est mis à disposition du public sur le site www.infoconso-multimedia.fr.

ARTICLE 6 : SERVICE AVEC CODE D'ACCES

Un Service avec code d'accès permet à un Utilisateur d'accéder, sur un support numérique, à un contenu ou à un service numérique proposé par un Editeur, sans que ce contenu ou service soit livré directement suite au paiement du Service par l'Utilisateur.

Un seul code d'accès doit être nécessaire pour l'acquisition du contenu ou du service numérique par l'Utilisateur.

Il est interdit d'inciter un Utilisateur à saisir plusieurs codes d'accès sans lui fournir, après la saisie de chaque code d'accès, le contenu ou le service numérique correspondant au code d'accès, quelle qu'en soit la raison (promesse d'une augmentation des chances de gain dans un jeu, d'une gain de temps, etc...).

Un Service avec code d'accès ne doit en aucun cas permettre l'accès à un contenu ou à un service appartenant à la catégorie « Réservé aux adultes ».

Le contenu ou service numérique proposé par l'Editeur dans le cadre d'un Service avec code d'accès doit respecter l'ensemble des engagements de déontologie et de communication des Services Internet+ mobile.

L'Editeur doit limiter la durée de validité d'un code d'accès à 48 heures après sa livraison à l'Utilisateur. Par ailleurs, dans ce cas, le code d'accès doit avoir une durée de validité d'au moins une heure après sa livraison.

Les Services de livraison de code d'accès ne sont pas autorisés à l'abonnement.

ARTICLE 7 : SEUILS DE LUTTE CONTRE LA FRAUDE ET LA SUR-CONSOMMATION

Dans le cadre des Services, chaque Service étant identifié par un nom commercial (apparaissant sur la Parcours de paiement de l'Opérateur), l'Editeur doit:

- Limiter le montant total des dépenses de l'Utilisateur à 25 Euros TTC par Service par Utilisateur sur une période de 4 minutes,
- Limiter le montant total des dépenses de l'Utilisateur à 50 Euros TTC par Service par Utilisateur et par jour calendaire.

Lors de l'atteinte de ce seuil de consommation, l'Editeur doit préciser à l'Utilisateur le seuil en euros qui a été atteint, et le moment à partir duquel l'Utilisateur pourra à nouveau utiliser le Service. Il ne doit pas faire la promotion d'un autre service surtaxé.