

COMPTE-RENDU

Commission déontologique du 23 mai 2012

I) Missions de la Commission déontologique

Les membres de la Commission définissent les missions suivantes :

- **Evolution des chartes**
 - Formuler des propositions d'évolution pertinentes des chartes de déontologie, de communication et de conception
 - Constituer et suivre des groupes de travail instruisant des dossiers de fond (ex: codes d'accès)
 - S'assurer de la cohérence des règles quel que soit le canal d'accès

- **Promotion et pédagogie**
 - Promouvoir les chartes et les actions menées visant à améliorer la protection du consommateur auprès des associations de consommateur et de professionnel, des pouvoirs publics et de la presse
 - Mener des actions pédagogiques auprès des éditeurs du marché, des médias et régies publicitaires, des autorités de régulation indépendantes
 - Diffuser des notes déontologiques pour rappeler ou préciser un point important des chartes
 - Réaliser tout support de communication nécessaire à une meilleure compréhension des chartes, des processus ou des actions menées

- **Contrôles et reporting**
 - Suivre, contrôler et orienter l'activité de contrôle de l'AFMM / association SMS+
 - Définir et communiquer des modalités d'interprétation / de mise en application des chartes
 - Définir et faire évoluer les grilles de classification de manquement
 - Editer un reporting déontologique, qualitatif et quantitatif, des contrôles effectués et des sanctions exercées par les opérateurs

II) Règles de fonctionnement

Les membres de la Commission définissent les règles de fonctionnement suivantes :

- La Commission se réunit environ 3 fois par semestre, sur convocation du Délégué Général
- Elle est rattachée au Conseil d'Administration de l'AFMM
- Les décisions sont prises dans un esprit de consensus et d'efficacité
- En l'absence de consensus, la décision est soumise au vote des instances de décision de l'AFMM
- Chaque réunion fait l'objet d'un compte-rendu validé par les membres de la commission et mis en ligne sur le site de l'AFMM

III) Composition

Les membres de la Commission valident la composition suivante :

Représentants permanents :

- Représentants permanents membres:
 - Opérateurs membres de l'AFMM
 - Associations professionnelles membres de l'AFMM
- Représentants permanents consultatifs :
 - ARPP
 - Association SVA+ (sous réserve d'acceptation de la part de cette association)
 - Association Internet+ (sous réserve d'acceptation de la part de cette association)

Chacun de ces acteurs nomme un représentant qui :

- assurera une présence à l'ensemble des réunions de la Commission,
- diffusera l'information au sein de son groupement / société,
- se fera le relais de ses membres.

La Commission s'interroge également sur l'opportunité d'avoir un membre permanent indépendant, c'est-à-dire ne représentant aucun acteur intervenant sur les marchés concernés par la Commission. Par exemple, un professeur, un magistrat, un leader d'opinion, ... Les membres de la Commission conviennent que ce point devra être étudié à nouveau avant fin 2012.

Représentants non permanents :

Les membres de la Commission valident la présence de 5 représentants de sociétés du marché : 2 éditeurs de service, 2 prestataires techniques, 1 régie publicitaire.

Chacun de ces représentants participera aux travaux de la Commission pour une durée de 1 an, exceptés, dans le cadre de la première rotation, de deux d'entre eux, qui participeront aux travaux de la Commission pour uniquement 6 mois, afin d'instaurer un renouvellement semestriel partiel des membres non permanents. Le cas échéant, un tirage au sort permettra de déterminer ces deux représentants.

Ces membres non permanents seront nommés par les associations membres de la commission parmi leurs propres membres :

- GESTE : 2 éditeurs
- ACSEL : 2 prestataires
- MMAF : 1 régie publicitaire

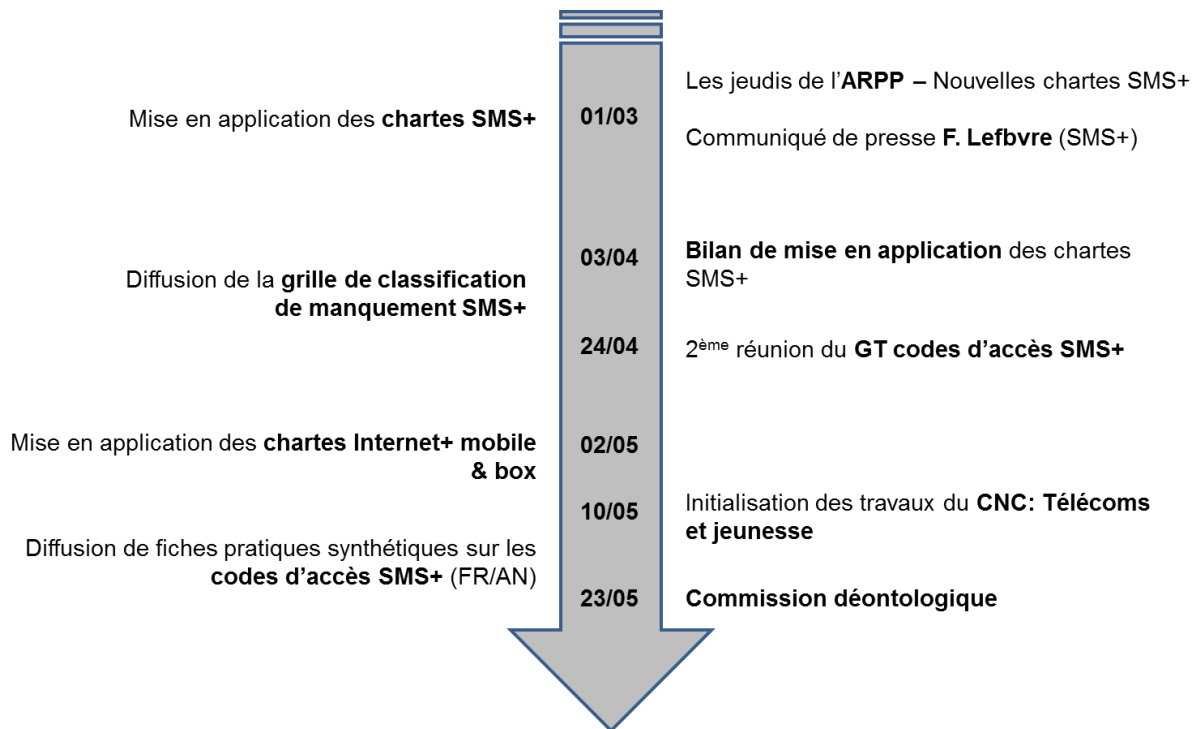
Les premières nominations devront avoir lieu avant fin juin 2012.

Les membres de la Commission précisent que sont nommées des personnalités et non des sociétés, même si ces personnalités, au moment de leur nomination, sont nommées notamment en fonction de leur appartenance à une société du marché.

Association de consommateurs et de familles :

Les membres de la Commission conviennent que des points récurrents, une à deux fois par an, doivent être fait avec ces associations a minima pour les tenir informées des travaux de la Commission.

IV) Actualité déontologique



V) Rapport d'activité mars – avril 2012

La Commission dresse un premier bilan positif de la mise en application des nouvelles chartes SMS+ par les éditeurs depuis le 1^{er} mars 2012 :

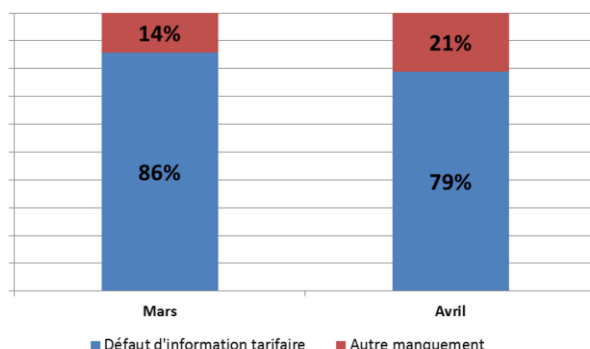
- Une large diffusion des nouvelles chartes, une prise de conscience de l'ensemble des acteurs,
- Une période de rodage à l'issue de laquelle les communications des éditeurs de service sont significativement plus claires, notamment s'agissant des informations tarifaires,
- Une collaboration constructive entre les opérateurs et les intermédiaires de micro-paiement qui commence à porter ses fruits.

Concernant la mise en application plus récente des chartes Internet+ mobile et box, un premier bilan sera dressé lors de la prochaine Commission.

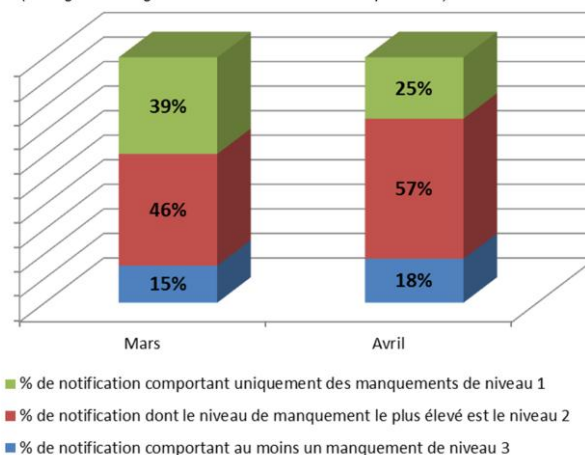
D'un point de vue quantitatif, l'association SMS+ a réalisé plusieurs dizaines de contrôles en mars et avril, et 55 numéros SMS+ ont fait l'objet d'une notification de manquement (33 en mars, 28 en avril). La Commission précise que cette activité importante est due à une période de rodage nécessaire aux acteurs du marché.

Les manquements constatés relèvent principalement d'un défaut d'information tarifaire, majoritairement d'un niveau 1 ou 2 (au regard de la grille de classification des manquements allant de 1 à 3).

Typologie des manquements relevés



Niveau de gravité des notifications de manquement effectuées
(au regard de la grille de classification des manquements)



Sur la période mars-avril, 69% des notifications de manquement comportant au moins un manquement de niveau 3 ont fait l'objet d'une mise en demeure ou d'une suspension / résiliation de la part des opérateurs mobiles, ainsi que 11% des notifications de manquement dont le niveau de manquement le plus grave est un manquement de niveau 2.

VI) Application des chartes

La Commission s'est prononcée sur plusieurs cas relatifs à la mise en application des chartes de déontologie, de communication ou de conception.

#	Texte de référence / problématique	Position de la Commission
1	<p>Texte de référence : « [...]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: [...] Le terme « Abonnement » peut être remplacé par le terme « Abo » »</p> <p>Problématique soulevée : Souhait de certains éditeurs d'étendre cette dérogation aux communications sur support imprimé dans le cas où le Numéro Court est répété de nombreuses fois.</p>	<p>Dans le cas d'une communication sur un support imprimé, lorsqu'un même numéro SMS+ à l'abonnement est rappelé plusieurs fois au sein d'une même page de publicité, et dans la mesure où l'espace est contraint, le terme « Abo » est toléré pour les affichages « secondaires » du N° court (c'est-à-dire de taille inférieure à un affichage « principal »).</p>
2	<p>Texte de référence : « 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</p>	<p>Dans le cas d'une communication sur un support imprimé, concernant les listes de contenus à télécharger, lorsqu'un même numéro SMS+ est répété à chaque choix de la liste, l'absence des mentions tarifaires accolées au numéro, au sein de cette liste, est toléré, à condition que le numéro et les mentions tarifaires</p>

	<p><i>par un astérisque ou par toute autre référence croisée. »</i></p> <p>Problématique soulevée : Difficultés rencontrées par plusieurs éditeurs pour respecter strictement cette règle dans le cas où le Numéro Court est répété de nombreuses fois au sein d'une liste ou d'un encart publicitaire sur support imprimé.</p>	<p>accolées soient présents en en-tête de la liste. Il est entendu que le numéro présent en en-tête de liste doit être de taille supérieure aux numéros rappelés au sein de la liste de choix.</p> <p>Par extension au sein d'une communication sur un support imprimé, dans le cas où un même numéro court est répété de nombreuses fois dans un encart <u>matérialisé</u> (prenant au maximum ¼ de la publicité), au sein d'une publicité, à l'exclusion de tout autre numéro, l'absence des mentions tarifaires accolées au numéro, au sein de cet encart, est tolérée, à condition que le numéro et les mentions tarifaires accolées soient présents en haut de l'encart. Il est entendu que le numéro présent en haut de cet encart doit être de taille supérieure aux numéros présents au sein de cet encart.</p>
<p>3</p>	<p>Texte de référence : <i>« 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 »</i></p> <p>Problématique soulevée : Difficultés rencontrées par plusieurs éditeurs pour respecter strictement la zone de sécurité autour des mentions tarifaires dans le cadre des créations publicitaires.</p>	<p>L'absence de zone stricte de sécurité autour des mentions tarifaires est tolérée à condition qu'elle ne nuise pas à la lisibilité et à la compréhension des mentions tarifaires par le consommateur.</p>
<p>4</p>	<p>Texte de référence : <i>« 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. »</i></p> <p>Problématique soulevée : Souhait de plusieurs éditeurs d'assouplir les règles d'utilisation du bandeau.</p>	<p>Dans le cas des publicités TV, la présence d'éléments graphiques venant se superposer sur le bandeau n'est pas tolérée.</p> <p>La présence de reflet ou de légers dégradés est quant à elle tolérée, à condition qu'elle ne nuise pas à la lisibilité tarifaire.</p> <p>En revanche, le bandeau ne doit en aucun cas être transparent (et faire apparaître les éléments graphiques sur lesquels le bandeau est apposé).</p>
<p>5</p>	<p>Problématique soulevée : La règle d'antériorité des médias prévoit que la notion d'abonnement se rapporte à la catégorie S-VOD qui se définit comme une offre de consommation illimitée portant sur des films de + de 36 mois.</p> <p>Certaines offres de consommation de VoD utilisant les solutions de paiement sur facture à l'abonnement ne donnent pas droit à un visionnage illimité mais à un nombre de crédits toutes les semaines. Il s'agit donc plutôt d'une offre de pass (à l'acte) tacitement reconductible.</p>	<p>Dans le cas des services à l'abonnement portant quasi exclusivement sur des contenus vidéos soumis à la règle d'antériorité des médias, la mention tarifaire « <u>PASS</u> : x€ par semaine » est tolérée, au lieu de « <u>Abonnement</u> : x€ par semaine », dans la mesure où cette mention tarifaire fait l'objet d'un renvoi (par le biais d'une astérisque par exemple) précisant le fait qu'il s'agisse d'un abonnement tacitement reconductible et le nombre de crédit par période.</p>

6	<p>Problématique soulevée : Utilisation de mentions restreignant explicitement un contenu à un public majeur, alors que le contenu n'appartient pas à la catégorie « Réservé 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).</p>	<p>L'utilisation de mentions restreignant explicitement un contenu à un public majeur, alors que le contenu n'appartient pas à la catégorie « Réservé 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), n'est pas autorisée.</p>
7	<p>Texte de référence : <i>« Tout Lien doit être accompagné des mentions tarifaires. Les mentions tarifaires doivent toujours être accolées au Lien quelle que soit la forme de celui-ci (logo Internet+ mobile, lien texte...). Il ne peut être renvoyé aux mentions tarifaires par un astérisque ou par toute autre référence croisée. [...] Par dérogation [...], lorsque une page Internet consultée depuis un téléphone mobile contient plusieurs Liens redirigeant vers le parcours de paiement Opérateur, et lorsque le prix du Service est le même quel que soit le Lien, l'Editeur peut inclure les mentions tarifaires, ainsi que la mention d'une promotion tarifaire le cas échéant (période de gratuité par exemple), dans un bandeau, à l'exclusion de toute autre information. »</i></p> <p>Problématique soulevée : Souhait de plusieurs éditeurs d'utiliser un bandeau y compris lorsque la page Internet ne comporte qu'un Lien.</p>	<p>Conformément à la charte de communication, aux exceptions précisées prêt, tout Lien doit être accompagné des mentions tarifaires.</p>
8	<p>Problématique soulevée : Non matérialisation du bandeau mentionnant les informations tarifaires.</p>	<p>Dans les cas où l'utilisation d'un bandeau pour mentionner les informations tarifaires est autorisée, il est entendu que le bandeau doit être matérialisé. Notamment, le fond du bandeau doit être uni et contrasté avec l'espace sur lequel il est apposé.</p>

VII) Points divers

- L'ARPP souhaite que dans le cas de ses communications auprès des éditeurs, l'AFMM les sensibilise sur l'application de la recommandation « Mentions et renvois ». Cette recommandation est accessible au lien suivant : http://www.arpp-pub.org/IMG/pdf/Recommandation_mentions_et_renvais-2.pdf

- Dans le cadre du rapprochement des chartes SMS+, Internet+ et SVA+, le nouveau format des chartes (Chartes communes composées d'une partie « chapeau » et d'une partie « spécifique ») sera adopté par SMS+ et Internet+ au plus tard dans l'année suivant la mise en application des chartes SVA+.
- La Commission souhaite mettre sur surveillance les pratiques des éditeurs concernant la terminologie utilisée au sein des Liens, concernant Internet+ (Par exemple, utilisation de termes promotionnels « offert », « cadeau », « gratuit », « illimité »...)