



Association Française du Multimedia Mobile (AFMM)
Association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901

CONVENTION DE RESERVATION

Conditions Générales de Service SMS+

En vigueur à la date du 14 juin 2016

PREAMBULE

Les Opérateurs, tels que définis ci-après, ont créé l'Association Française du Multimédia Mobile, ci-après l'AFMM, aux fins de coordonner une partie de leurs plans privés de numérotation SMS respectifs et de permettre ainsi aux éditeurs de services d'activer, auprès des différents Opérateurs, un même Numéro Court SMS préalablement réservé auprès de l'AFMM.

L'AFMM est par ailleurs titulaire d'un certain nombre de marques verbales et graphiques, dont elle concède aux éditeurs de services, sous certaines conditions, un droit d'utilisation.

Dans le cadre de la présente convention, l'AFMM intervient tant en son nom et pour son compte que pour le compte des Opérateurs.

ARTICLE 1 - DEFINITIONS

SMS : Short Message Service

Désigne le service de messagerie permettant l'envoi et la réception de messages alphanumériques ou binaires depuis un terminal mobile.

SMS-MO ou Short Message Service Mobile Originated :

Désigne un SMS émis par un Utilisateur depuis son terminal mobile.

SMS-MT ou Short Message Service Mobile Terminated :

Désigne un SMS reçu par Utilisateur sur son terminal mobile.

Opérateur :

Opérateur de téléphonie mobile, membre de l'AFMM. En adhérant à l'AFMM, les Opérateurs donnent à celle-ci mandat de gérer, en leur nom et pour leur compte, les demandes de réservation formulées par les éditeurs et portant sur des tranches de Numéros Courts que les Opérateurs acceptent de coordonner. Les éditeurs peuvent ainsi réserver auprès de l'AFMM, dans les conditions définies ci-après, des Numéros Courts communs aux réseaux des différents Opérateurs.

L'éditeur :

Désigne la personne physique inscrite au Registre du commerce ou au Répertoire des Métiers, la personne morale ou l'organisme public qui fournit un service aux Utilisateurs des opérateurs mobiles membres de l'AFMM.

**Numéro Court :**

Désigne le code à 5 chiffres qui identifie le Service de l'Éditeur. Ce numéro court est préalablement réservé par l'Éditeur auprès de l'AFMM. L'utilisateur qui souhaite utiliser un service envoie un SMS-MO contenant un texte libre ou prédéfini (mot-clef, paramètres) au Numéro Court dédié au Service.

Des fourchettes tarifaires sont associées aux différentes tranches de Numéros Courts dédiées aux services SMS multi-opérateurs permettant à l'utilisateur final une meilleure visibilité tarifaire. Le premier chiffre du Numéro Court indique le palier tarifaire du service associé.

La liste des Numéros Courts que les Opérateurs acceptent de coordonner et que les éditeurs peuvent réserver au titre des présentes peut être consultée, à titre purement indicatif, sur le site Internet www.afmm.fr.

Racine :

Désigne les 4 derniers chiffres d'un Numéro Court.

Session de réservation :

Une Session de Réservation est la période durant laquelle les éditeurs peuvent effectuer une demande de réservation d'un Numéro Court SMS+ auprès de l'AFMM. Les dates et les modalités de chaque Session de réservation sont consultables sur le site Internet www.afmm.fr.

Espace Privé :

Espace du site smsplus.org, accessible via un identifiant et un mot de passe, permettant à un éditeur de suivre les demandes de réservation de Numéros Courts qu'il a effectuées auprès de l'AFMM, ainsi que de modifier les informations fournies lors de son inscription.

Alerte de consommation :

Désigne un SMS-MT envoyé à un utilisateur pour lui indiquer que le montant dépensé sur le service « Push Premium » vient de franchir le seuil informatif ou le seuil bloquant.

Seuil Bloquant :

Désigne le montant limite cumulé de dépense d'un utilisateur au-delà duquel son inscription sera suspendue, une Alerte de consommation lui sera envoyée pour l'informer du nombre de SMS-MT reçus et lui rappeler les modalités de réactivation d'inscription.

Seuil Informatif :

Désigne le montant cumulé de dépense d'un utilisateur au-delà duquel une Alerte de consommation lui sera envoyée pour l'informer du nombre de SMS-MT reçus et lui rappeler les modalités de désinscription éventuelle.

Application :

Désigne une fonctionnalité accessible à l'utilisateur dans le cadre d'un service. Une Application est activée par au moins un mot clef spécifique envoyé par l'Utilisateur via un SMS-MO. Ce mot clef peut être complété par les paramètres permettant au Client de préciser sa requête.

On distingue 3 catégories d'Applications :

- Les Applications de catégorie 1 permettent, par l'intermédiaire de la Plate-forme de Services de l'Éditeur, à un Utilisateur qui envoie un SMS ou un MMS :
 - d'obtenir un contenu ou de participer à un événement en un nombre limité et annoncé d'échange de SMS/MMS,



- de discuter bilatéralement avec un animateur.
- Les Applications de catégorie 2 permettent à un Utilisateur d'échanger de manière indirecte des SMS et MMS avec d'autres Utilisateurs identifiés et inscrits au Service. Les échanges de SMS et MMS entre Utilisateurs doivent obligatoirement s'effectuer via la Plate-forme de Services de l'Editeur.
- Les Applications de catégorie 4 permettent à un Utilisateur préalablement inscrit de recevoir sur son terminal mobile des SMS-MT et MMS-MT surtaxés provenant de la Plate-forme de Services de l'Editeur.

L'ensemble des Services délivrés sur un même Numéro Court SMS+ ne peut correspondre qu'à une seule catégorie d'Application.

ARTICLE 2 - OBJET

Les présentes Conditions Générales de Service ont pour objet de définir :

- les conditions dans lesquelles l'AFMM, agissant pour le compte des Opérateurs, réserve à l'éditeur le Numéro Court désigné dans le Formulaire de demande de réservation d'un Numéro Court, disponible sur le site www.afmm.fr ;
- les conditions dans lesquelles l'AFMM, agissant en son nom et pour son compte, concède à l'éditeur un droit d'utilisation sur les marques verbales et graphiques désignées en Annexe 5.

La Convention de Réservation ci-après dénommée la "Convention" est composée des présentes Conditions Générales de Service, des Annexes 1 à 5 et du Formulaire de demande de réservation d'un Numéro Court. La signature par l'éditeur du Formulaire de demande de réservation d'un Numéro Court vaut acceptation sans réserve des Conditions Générales de Service en vigueur et de ses annexes.

ARTICLE 3 – RESERVATION D'UN NUMERO COURT

3.1 Conditions de souscription.

La souscription des présentes Conditions Générales de Service est ouverte à tout éditeur établi dans l'Union Européenne.

Lorsque le domicile des éditeurs, ou le siège des éditeurs personnes morales, se trouve dans un pays autre que la France, les éditeurs devront fournir à la souscription des présentes Conditions Générales SMS+ :

- une pièce officielle de leur pays d'origine prouvant leur identité et leur qualité, cette pièce devant impérativement être accompagnée d'une traduction en langue française certifiée ;
- leur numéro de TVA intra communautaire.

La conclusion de la Convention est subordonnée au respect par l'éditeur de la procédure de réservation d'un Numéro Court et des conditions y étant associées et notamment les délais définis dans la Convention. Cette procédure est décrite en **Annexe 1**. En cas de non respect, par un éditeur, de cette procédure et des conditions sa demande sera considérée comme nulle, et le Numéro Court souhaité par l'éditeur pourra être réservé par un tiers.



3.2 Conditions de réservation d'un Numéro Court.

La réservation d'un Numéro Court par un éditeur ne peut s'effectuer qu'auprès de l'AFMM, agissant tant en son nom et pour son compte que pour le compte des Opérateurs.

La procédure de réservation d'un Numéro Court par un éditeur auprès de l'AFMM est décrite en **Annexe 1**.

Les Numéros Courts que les éditeurs peuvent réserver au titre des présentes appartiennent à des tranches de numéros que les Opérateurs acceptent de coordonner. En conséquence, la réservation d'un Numéro Court auprès de l'AFMM implique que l'éditeur ait l'intention de réserver et d'activer ce Numéro Court auprès des Opérateurs.

La réservation par l'éditeur d'un Numéro Court auprès de l'AFMM donne lieu à la perception par celle-ci de frais de réservation dont le montant est détaillé sur le site www.afmm.fr. La réservation d'un Numéro Court au profit de l'éditeur n'est donc définitive que sous réserve de la bonne fin du paiement effectué par l'éditeur entre les mains de l'AFMM.

La réservation par l'éditeur d'un Numéro Court auprès de l'Association est conditionnée par l'engagement formel de l'éditeur de respecter, dans le cadre du service qu'il souhaite associer à ce Numéro Court, la Charte de déontologie des services SMS+.

Cette Charte figure en **Annexe 2**.

A tout moment au cours de la procédure de réservation décrite en **Annexe 1**, l'éditeur a la possibilité d'abandonner celle-ci. Il peut de même renoncer à tout moment au Numéro Court qu'il a réservé une fois que la réservation est effective. L'éditeur notifie à l'AFMM son abandon ou sa renonciation par lettre recommandée avec accusé de réception. Les frais de réservation à la charge de l'éditeur restent néanmoins alors dus, ou acquis selon le cas, à l'AFMM.

3.3 Effets de la réservation d'un Numéro Court

3.3.1 La réservation auprès de l'AFMM des Numéros Court ne vaut, au profit de l'éditeur réservataire, ni attribution par les Opérateurs, ni activation sur le réseau des Opérateurs.

L'éditeur ne peut par ailleurs s'approprier de quelque sorte que ce soit le Numéro Court qu'il a réservé, et s'interdit notamment de le déposer à titre de marque, ou de l'enregistrer à titre de nom de domaine, nom commercial, enseigne, dénomination sociale...

3.3.2 L'attribution par chaque Opérateur du Numéro Court réservé au titre des présentes, et l'activation de celui-ci sur son réseau, sont subordonnées à la souscription d'un contrat par l'éditeur réservataire permettant l'attribution et l'activation dudit Numéro Court sur le réseau de l'Opérateur avec lequel il souhaite contracter. Chaque Opérateur définit librement ses conditions d'attribution et d'activation de Numéro Court. Il appartient donc à l'éditeur de s'informer sur leur contenu préalablement à la réservation d'un Numéro Court.

3.3.3 A compter de la date de réservation d'un Numéro Court auprès de l'AFMM, le Numéro Court est réservé pendant une durée de 3 mois.



3.3.4 Si au terme de ce délai de 3 mois l'éditeur réservataire n'a souscrit aucun contrat lié à l'attribution et à l'activation dudit Numéro Court réservé auprès des Opérateurs, l'éditeur perd tous droits sur le Numéro Court réservé. Ce dernier peut donc être à nouveau réservé auprès de l'AFMM par tout tiers qui en fait la demande.

Si au terme de ce délai de 3 mois, l'éditeur réservataire n'a souscrit de contrat lié à l'attribution et à l'activation dudit Numéro Court réservé qu'avec un seul Opérateur, il dispose d'un délai complémentaire de 3 mois pour souscrire un contrat lié à l'attribution et à l'activation dudit Numéro Court réservé avec au moins un second Opérateur. Passé ce délai et en l'absence de second contrat lié à l'attribution et à l'activation dudit Numéro Court réservé, les Opérateurs auprès desquels l'éditeur réservataire n'aura souscrit aucun contrat lié à l'attribution et à l'activation dudit Numéro Court réservés seront libres de proposer, sur leur réseau, le Numéro Court concerné à tout tiers, en dehors du processus de réservation décrit dans la Convention.

3.3.5 L'éditeur réservataire s'interdit de communiquer, sous quelque forme que ce soit, sur le Numéro Court qu'il a réservé au titre des présentes tant qu'il n'a pas souscrit de contrat lié à l'attribution et à l'activation dudit Numéro Court réservé auprès d'au moins un Opérateur.

ARTICLE 4 – OPERATIONS DE PROMOTION-PUBLICITE

4.1 L'expression SMS+ et le logo SMS+, tels que désignés en **Annexe 5** sont des marques déposées propriété de l'AFMM. Sans autorisation expresse de l'AFMM, l'éditeur s'interdit d'utiliser et de diffuser, de quelque manière que ce soit, les marques SMS+.

4.2 L'éditeur s'engage à utiliser les marques SMS+ dans toute communication relative au service qu'il associe à son Numéro Court, dès lors qu'il a contracté avec tous les Opérateurs, et que son service est effectivement actif sur les réseaux de tous ces Opérateurs. Il s'engage à utiliser ces marques dans le respect de la Charte de communication des services SMS+, jointe en **Annexe 3**.

En cas d'extinction, pour quelque cause que ce soit de l'un quelconque des contrats d'attribution ci dessus, l'éditeur perd le droit d'utiliser les marques SMS+. L'interdiction d'utilisation est alors notifiée par l'AFMM à l'éditeur, par lettre recommandée avec accusé de réception. Dès réception de cette notification, l'éditeur doit, à ses propres frais, cesser immédiatement d'utiliser et de reproduire les marques SMS+ désignées en **Annexe 5** et dispose d'un délai de 3 mois pour épuiser ses stocks de documents existants portant mention de ces marques.

4.3 A l'effet de l'utilisation visée en article 4.2 ci-dessus, l'Association consent à l'éditeur une licence gratuite d'utilisation des marques désignées en **Annexe 5**. Cette licence est concédée à l'éditeur intuitu personae, à titre non exclusif, pour l'ensemble du territoire national français.

L'AFMM effectue un contrôle régulier de l'utilisation des marques SMS+ par l'éditeur. En cas de constatation d'anomalie dans l'utilisation des marques SMS+, l'AFMM émet à l'attention de l'éditeur concerné une notification d'anomalie. A réception, l'éditeur doit corriger l'anomalie constatée.

Si tel n'est pas le cas, l'AFMM pourra sans autre mise en demeure ou formalité mettre fin au droit d'utilisation des marques SMS+ consenti à l'éditeur.

ARTICLE 5 – OBLIGATION DE L'EDITEUR



5.1 L'éditeur s'engage à ne fournir à l'Association que des informations fiables et à jour à l'occasion de la conclusion de Convention. Il s'engage par ailleurs pendant toute la durée de la Convention à informer l'AFMM de toute évolution et de toute modification des informations qu'il lui a délivrées.

5.2 L'éditeur s'engage à ne pas porter atteinte à l'image de l'AFMM ou des Opérateurs par la nature ou la promotion du service qu'il associe au Numéro Court qu'il a réservé. A ce titre, l'éditeur s'engage notamment à éviter tout risque de confusion entre lui-même et l'AFMM ou les Opérateurs.

5.3 L'éditeur s'engage à fournir un service, associé au Numéro Court réservé, identique chez chaque Opérateur avec lequel il contracte.

ARTICLE 6 - RESPONSABILITE

6.1 L'AFMM décline toute responsabilité sur le retrait éventuel de son Numéro Court à l'éditeur pendant le délai de réservation ou après attribution et activation par les Opérateurs, à la suite de toute décision de l'Autorité de Régulation des Télécommunications, ou de toute autre autorité compétente, et notamment à raison de l'intégration du Numéro Court concerné dans le Plan National de Numérotation.

6.2 Il appartient au seul éditeur de vérifier si des tiers ne détiennent pas de droits antérieurs, notamment de droits de marques, sur le Numéro Court réservé, en fonction du service que l'éditeur souhaite associer à ce numéro. L'éditeur s'engage à effectuer toutes recherches d'antériorités utiles à cet égard. L'AFMM et les Opérateurs déclinent de convention expresse toute responsabilité en cas d'impossibilité d'exploitation du Numéro Court réservé par l'éditeur en raison d'antériorités existantes pour le type de service que l'éditeur souhaite associer à ce numéro.

6.3 L'éditeur est seul responsable du service qu'il associe au Numéro Court qu'il a réservé au titre des présentes. A ce titre, il est seul responsable, tant civilement que pénalement, des informations, des messages, du graphisme et, plus généralement, du contenu des SMS-MT qu'il émet à destination des utilisateurs de son service, ainsi que de l'architecture et de la nature de son service.

6.4 La Responsabilité de l'AFMM vis à vis de l'éditeur est limitée à la réparation des seuls dommages directs résultant de son fait. Elle est limitée, quelque soit la nature des dommages, au montant des frais de réservation versés par l'éditeur à l'AFMM.

ARTICLE 7 – COLLABORATION - SUIVI

Les parties sont parfaitement conscientes que les prestations régies par la Convention nécessitent une collaboration active entre l'AFMM et l'éditeur, notamment en matière de suivi des relations contractuelles avec les Opérateurs et de gestion de l'utilisation des marques SMS+.

ARTICLE 8 – CONDITIONS FINANCIERES



La réservation effective du Numéro Court est conditionnée à l'encaissement des frais de réservation fixés par l'AFMM. On distingue deux types de frais :

- les frais de dossier : 700 € HT,
- la redevance annuelle : 300 € HT.

Les sommes dues à l'AFMM au titre de la Convention font l'objet de factures adressées à l'Editeur.

Le règlement pourra s'effectuer par chèque ou par virement bancaire.

La réservation effective du Numéro Court est conditionnée à l'encaissement effectif des frais de dossier et de la redevance annuelle de la première année.

8.1 Frais de dossiers

Les frais de dossier s'appliquent à chaque demande de réservation d'un Numéro Court effectuée par l'Editeur auprès de l'AFMM. Ils sont encaissés par l'AFMM dès la réception du dossier complet de demande de réservation d'un Numéro Court.

Dans le cas où la demande de réservation du Numéro Court serait refusée par l'AFMM, les frais de dossier restent acquis à l'AFMM.

8.2 Redevance annuelle

La redevance annuelle s'applique :

- à chaque demande de réservation d'un Numéro Court effectuée par l'Editeur,
- au 1er janvier de chaque année, à tous les Numéros Courts réservés par l'Editeur.

En 2016, la redevance annuelle s'applique à tous les Numéros Courts réservés par l'Editeur au 1er juin 2016.

Pour la première année, la redevance annuelle couvre la période allant de la confirmation de la réservation par l'AFMM jusqu'au 31 décembre de l'année civile en cours.

Par la suite, le paiement de la redevance annuelle permet de reconduire la réservation du Numéro Court pour l'année à venir. Toute année commencée est due.

8.3 Procédure en cas de non-paiement de la redevance annuelle

La facture de la redevance annuelle pour la période initiale est adressée à l'Editeur dès réception par l'AFMM de la demande de réservation du Numéro Court. Pour les périodes suivantes, elle est adressée en début d'année civile. Pour l'année 2016, la facture de la redevance annuelle est adressée à l'Editeur en juillet 2016.

Les sommes dues à l'AFMM au titre de la Convention devront être payées en euros à l'AFMM au plus tard 30 (trente) jours suivant la date d'établissement de la facture.

En cas de retard de paiement, une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement sera également appliquée de plein droit dès le premier jour de retard et sans mise en demeure préalable. Le montant de cette indemnité sera égal à 40 euros tel que fixé par l'article D441-5 du Code de commerce à la date du premier jour de retard.



Si l'Editeur n'a toujours pas effectué le paiement de la redevance annuelle SMS+ dans un délai de quatre (4) mois après émission de cette facture, la réservation prend fin et l'Editeur perd tous ses droits sur ledit Numéro Court.

8.4 Modification des frais de réservation

L'AFMM notifiera au contact permanent de l'Editeur, par courrier électronique et dans le respect d'un préavis de un (1) mois, toute modification des frais de dossier et/ou de la redevance annuelle SMS+.

Toute modification des frais de dossier prendra effet immédiatement. Toute modification de la redevance annuelle prendra effet au 1er janvier de l'année civile suivante.

ARTICLE 9 - DUREE

La Convention entre en vigueur à compter de la date de signature du Formulaire de demande de réservation d'un Numéro Court pour une durée indéterminée et prend fin de plein droit lorsque l'éditeur perd ses droits sur le Numéro Court qu'il a réservé au titre des présentes.

ARTICLE 10 - CESSION

Dans le cadre du présent paragraphe, le terme "Société Associée" comprend, suivant le contexte, toute société qui, à ce jour ou ultérieurement (i) contrôle le fournisseur de services en ligne, ou (ii) est contrôlée par le fournisseur de services en lignes, ou (iii) est contrôlée par toute société visée au (i) ci-dessus. "Contrôler" une société signifie posséder ou contrôler directement ou indirectement, une fraction du capital lui conférant la majorité absolue des droits de vote dans les assemblées générales de cette société, ou exercer sur cette dernière un contrôle ou une influence déterminante, et ce, comme défini par l'article 223-3-II du code de commerce.

10.1 Le fournisseur de services en ligne peut céder l'intégralité de ses droits et obligations issus de la réservation d'un Numéro SMS+ Coordonné à une Société Associée. Le fournisseur de services en ligne notifie cette cession à l'Association par lettre recommandée avec accusé réception ainsi que les éléments justifiant la qualité de Société Associée du cessionnaire.

L'acceptation de la cession par l'Association est subordonnée au respect, par la Société Associée, des conditions de souscription définies à l'article 3.1 de la présente Convention de réservation.

Si l'Association accepte cette cession, elle en informe le fournisseur de services en ligne ainsi que les Opérateurs Mobiles et recouvre auprès de fournisseurs de services en ligne les frais de cession en vigueur lors de la notification de cette cession à l'Association et qui figurent sur le site www.afmm.fr.



10.2 Sous réserve du paragraphe 10.1 de la présente Convention de réservation, le fournisseur de services en ligne ne peut pas céder ou plus généralement transférer, sous quelque forme que ce soit, ses droits et obligations issus de la réservation d'un Numéro SMS+ Coordonné sans l'accord exprès, préalable et écrit de l'Association.

ARTICLE 11 – RESILIATION DE LA CONVENTION

En cas de manquement de l'une des parties à l'une quelconque des obligations qu'elle a souscrites au titre de la Convention, l'autre partie pourra résilier sous huit jours la Convention après une mise en demeure restée sans effet. Cette suspension ou résiliation interviendra sans indemnité au profit de la partie fautive.

ARTICLE 12 – MODIFICATION DE LA CONVENTION

12.1 Sous réserve des dispositions prévues à l'article 10 de la Convention, l'éditeur peut à tout moment modifier les données le concernant. Toutefois, les données « Raison Sociale » et « N° d'Immatriculation » peuvent être modifiées uniquement en faisant une demande par courrier à l'AFMM ainsi qu'à tous les Opérateurs avec lesquels il a contracté.

12.2 La Convention peut être modifiée unilatéralement par l'AFMM, après en avoir averti l'éditeur, par lettre simple ou par email, au minimum 15 jours à l'avance. Passé ce délai, pendant lequel l'éditeur peut résilier la Convention, il est réputé avoir accepté l'intégralité des modifications. Les modifications sont applicables à toutes les conventions et notamment celles en cours d'exécution.

L'**Annexe 2**, Charte de déontologie des services SMS+ peut être modifiée à tout moment par l'AFMM. L'éditeur devra, sans délai, se conformer à la nouvelle version de la Charte de déontologie des services SMS+ disponible sur le site www.afmm.fr.

Les **Annexes 1** et **5** peuvent être modifiées à tout moment par l'AFMM. Les annexes applicables sont celles en vigueur lors de la Session de Réservation, l'horodatage du site afmm.fr faisant foi.

ARTICLE 13 – LOI APPLICABLE ET JURIDICTION COMPETENTE

La validité de la présente convention, et toute autre question ou litige relatifs à son interprétation, à son exécution ou à sa résiliation seront régis par les lois françaises.

Les parties s'engagent à consacrer leurs meilleurs efforts à la résolution amiable de toutes les questions ou de tous les litiges qui pourraient les diviser, préalablement à la saisine de la juridiction ci-après désignée.

Les parties conviennent, pour le cas où un accord amiable serait impossible à arrêter, que tout différend résultant de la validité, de l'interprétation, de l'exécution ou de la résiliation de la présente convention sera porté devant les tribunaux compétents de Nanterre.

ARTICLE 14 – DONNEES PERSONNELLES

Compte tenu du caractère personnel des renseignements ou des informations dont elle pourrait être amenée à prendre connaissance dans le cadre de l'exécution de la présente convention, l'AFMM s'engage à ce que lesdits renseignements ou lesdites informations soient traités dans le strict respect des dispositions de la loi du 6 janvier 1978 dite loi « Informatique et Liberté ».

Sauf opposition expresse et écrite de l'éditeur, l'AFMM est autorisée à établir un annuaire des éditeurs réservataires et à publier et commercialiser les données relatives à l'éditeur figurant dans les Conditions Particulières.

Conformément à la Loi n°78-17 du 6 janvier 1978, dite Loi Informatique et Libertés, l'éditeur de services dispose d'un droit de consultation, de modification et de retrait de toutes les données le concernant.

Ce droit peut être exercé à tout moment par l'éditeur de services depuis son Espace Personnel. Toutefois, les données « Raison Sociale » et « N° d'Immatriculation » ne peuvent pas être modifiées depuis l'Espace Personnel de l'éditeur de services. Pour toute modification de ces données, l'éditeur doit faire une demande par courrier à l'AFMM ainsi qu'à tous les Opérateurs avec lesquels il a contracté.

ARTICLE 15 - NULLITE

Si une ou plusieurs stipulations de la Convention sont tenues pour non valides ou déclarées telles en application d'une loi, d'un règlement ou à la suite d'une décision définitive d'une juridiction compétente, les autres stipulations de la Convention garderont toute leur force et leur portée.

Les parties conviennent alors de remplacer la clause déclarée nulle et non valide par une clause qui se rapprochera le plus quant à son contenu de la clause initialement arrêtée.

ARTICLE 16 - DIVERS

16.1 Le fait, par l'une des parties, de ne pas exiger à un moment quelconque l'exécution stricte par l'autre partie d'une disposition ou condition quelconque de la présente convention, ne sera pas réputé constituer une renonciation définitive à l'exercice de ce droit.

16.2 la présente convention exprime l'intégralité des obligations contractuelles des parties. Elle annule et remplace toutes acceptations, correspondances ou accords antérieurs à la signature des présentes.

16.3 Les parties s'autorisent mutuellement à faire état de l'existence de la présente convention vis à vis des tiers. L'AFMM est par ailleurs expressément autoriser à transmettre aux Opérateurs toute information relative à l'éditeur.



Chaque Opérateur peut utiliser le Numéro Client de l'éditeur dans ses documents contractuels et ses systèmes d'information, afin d'identifier l'éditeur de façon commune avec l'AFMM.

ANNEXE 1 – PROCEDURE DE RESERVATION D'UN NUMERO COURT

La réservation d'un Numéro SMS+ coordonné est possible soit dans le cadre d'une Session de Réservation soit en mode réservation en continu. Les sessions de réservation sont programmées lors de toutes évolutions de l'offre SMS+ (par exemple : lors de l'introduction de nouveaux paliers tarifaires ou de nouvelles tranches de numéros. Le mode réservation en continu (équivalent à une session quotidienne) est limité aux demandes de réservation de numéro SMS+ pour les tranches déjà ouvertes et coordonnées par l'association hors de toute introduction de nouvelles offres. Les dates et les modalités des Sessions de Réservation sont disponibles sur le site www.afmm.fr.

1. Demande de réservation

Elle se décompose en 3 étapes :

- L'éditeur complète et envoie la version électronique du formulaire de réservation d'un numéro court SMS+ ([disponible sur le site afmm.fr](http://www.afmm.fr)) par mail à info@afmm.fr avec pour objet du mail : SMS – Réservation d'un numéro court SMS+
- L'éditeur envoie par courrier la version imprimée, tamponnée, signée et datée du formulaire de réservation d'un numéro court SMS+ accompagnée d'un extrait de Kbis original (de moins de 3 mois) pour les éditeurs français (ou une preuve équivalente de l'enregistrement de l'éditeur dans son pays de domiciliation, traduite en français et accompagnée d'une certification de traduction), d'un RIB et du règlement à : AFMM- 14 rue de Rome - 75008 Paris, dans les délais spécifiques à la Session de Réservation en cours ou aux modalités du mode de réservation en continu,
- L'AFMM confirme la réservation effective du numéro court

L'éditeur fournit via le formulaire de demande de réservation les informations suivantes :

- le choix du palier tarifaire associé au service qu'il souhaite proposer,
- le cas échéant, le Numéro Court qu'il souhaite réserver,
- une description du service qu'il souhaite associer au Numéro Court demandé (typologie, descriptif)
- les coordonnées du Service Client mis en place par l'éditeur pour répondre et traiter les demandes et les réclamations des utilisateurs du service.

L'éditeur est invité à vérifier à quelle catégorie (Or, Argent, Bronze, Nickel) appartient le Numéro Court qu'il souhaite réserver ainsi que les frais d'abonnement relatifs à cette catégorie chez chacun des Opérateurs.

En validant son formulaire de demande de réservation de Numéro Court, l'éditeur certifie l'exactitude des informations fournies.

Les dossiers doivent parvenir complets (totalité des pièces correctement renseignées, sans rature ni ajout ni modification), avant la date limite de réception de la Session de Réservation indiquée sur le site www.afmm.fr (que cela soit en mode réservation en continu ou en mode session). Dans le cas contraire, la demande de réservation est considérée comme nulle et non avenue.



Les dossiers doivent parvenir à l'adresse indiquée ci-dessous. L'éditeur est responsable de la bonne délivrance de son dossier. La preuve de la délivrance du dossier en date et heure est à la charge de l'éditeur.

2. Traitement des dossiers

A la clôture de chaque Session de Réservation, l'AFMM effectuera un contrôle de complétude et de conformité des dossiers.

L'AFMM procédera ensuite à un tirage au sort afin de déterminer l'ordre de priorité dans lequel seront traités les dossiers de réservation des Numéros Courts par l'Association. Les modalités du tirage au sort sont consultables sur le site www.afmm.fr. L'ordre de priorité déterminé par le tirage au sort n'est pas opposable aux Opérateurs pour l'attribution et la mise en service des N° Courts réservés.

Dans le respect de l'ordre de priorité déterminé par le tirage au sort, les dossiers complets seront traités selon la procédure suivante :

- si l'éditeur de services a spécifié dans sa demande de réservation des choix de Numéros Courts, ceux-ci seront examinés dans l'ordre indiqué par l'éditeur de service. Le premier choix disponible sera réservé. Si aucun choix ne s'avérait disponible, l'AFMM fera ses meilleurs efforts pour contacter l'éditeur de service dans les deux jours ouvrés par téléphone ou par mail afin de trouver avec lui un Numéro Court disponible susceptible de lui convenir. Ce Numéro Court sera alors réservé. A défaut d'avoir pu joindre l'éditeur, l'AFMM lui attribuera aléatoirement et par défaut un N° Court sur le palier, et si possible dans la catégorie de N°, souhaités en premier choix.
- si l'éditeur de services n'a pas spécifié dans sa demande de réservation de choix de Numéros Court, l'AFMM lui affectera n'importe quel Numéro Court de la catégorie Standard, dans le palier tarifaire que l'éditeur de services aura indiqué sur sa demande de réservation.

Nonobstant les dispositions précédentes, au cours d'une Session toute demande de réservation d'un Numéro Court provenant d'un éditeur qui dispose préalablement à sa demande d'un Numéro Court et qui souhaite réserver un ou plusieurs Numéros Courts ayant la même Racine est traitée prioritairement selon les conditions suivantes :

- dans le cas où l'éditeur est le seul à disposer d'une Racine au moment de la demande de réservation, sa demande est prioritaire à toutes celles qui proviennent d'autres éditeurs ;

- dans le cas où plusieurs éditeurs disposent de Numéros Courts ayant la même Racine :

- lorsqu'un seul de ces éditeurs dépose une demande de réservation pour un ou plusieurs Numéros Courts, sa demande est prioritaire sur toutes celles qui proviennent d'autres éditeurs ;
- lorsque plusieurs de ces éditeurs déposent une demande de réservation pour la totalité des Numéros Courts restant disponibles : la détermination de l'éditeur à qui la réservation de l'ensemble des Numéros Courts concernés sera attribué est effectuée par tirage au sort parmi ces éditeurs ; les demandes des ces éditeurs sont prioritaires à celles visées ci-dessous
- lorsque plusieurs de ces éditeurs déposent une demande de réservation pour un des Numéros Courts disponibles, la détermination de l'éditeur à qui la réservation du Numéro Court concerné sera attribuée est effectuée par tirage au sort parmi ces éditeurs.

Si des droits antérieurs, empêchant l'éditeur d'exploiter le N° Court qui lui est réservé pour son service, sont détenus par des tiers, l'éditeur peut demander à l'Association, sur justificatifs et dans les huit jours de la notification de la réservation, de lui attribuer un autre N° Court. Cette procédure n'est toutefois possible que dans le cas où l'éditeur se voit réserver un N° Court qu'il n'a pas expressément spécifié dans sa demande (seul



le choix d'un palier est spécifié ou attribution par l'Association d'un N° Court par défaut lorsque les N° Courts spécifiés sont indisponibles).

A réception du dossier papier complet, les frais de réservation seront encaissés par l'Association et le Numéro Court sera gelé chez les Opérateurs.

La réservation ne sera réputée conclue entre l'éditeur de services et l'AFMM qu'après encaissement des frais de réservation et confirmation de la réservation par l'AFMM à l'éditeur de services.

ANNEXE 2 : RECOMMANDATIONS DEONTOLOGIQUES APPLICABLES AUX SERVICES SMS+/MMS+

L'Editeur de service par SMS/MMS, ci-après l'Editeur, doit respecter les présentes règles applicables aux services SMS+/MMS+ (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.

PREAMBULE : APPLICATIONS

Une Application correspond à une typologie de Service.

Les Applications de catégorie 1 permettent, par l'intermédiaire de la Plate-forme de Services de l'Editeur, à un Utilisateur qui envoie un SMS ou un MMS :

- d'obtenir un contenu ou de participer à un événement en un nombre limité et annoncé d'échange de SMS/MMS,
- de discuter bilatéralement avec un animateur.

Les Applications de catégorie 2 permettent à un Utilisateur d'échanger de manière indirecte des SMS et MMS avec d'autres Utilisateurs identifiés et inscrits au Service. Les échanges de SMS et MMS entre Utilisateurs doivent obligatoirement s'effectuer via la Plate-forme de Services de l'Editeur.

Les Applications de catégorie 4 permettent à un Utilisateur préalablement inscrit de recevoir sur son terminal mobile des SMS-MT et MMS-MT surtaxés provenant de la Plate-forme de Services de l'Editeur.

L'ensemble des Services délivrés sur un même Numéro Court SMS+ ne peut correspondre qu'à une seule catégorie d'Application.

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

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.



article 29, LME article 87) et d'exercer ses droits.²

Par ailleurs, l'Editeur intègre, dans les SMS-MT et MMS-MT nécessaires à la délivrance de son Service qu'il adresse aux Utilisateurs :

- en en-tête du message, le nom commercial du Service,
- les mentions tarifaires précisées dans l'article 1 A) de la charte de communication :
 - à chaque fois que la consommation de l'Utilisateur au sein d'un même Service franchit un palier de cinq euros TTC, soit tous les cinq euros TTC, dans le cas des Services appartenant aux catégories 1 et 2,
 - dans le premier SMS-MT, dans le cas des Services appartenant à la catégorie 1, lorsque le nombre d'échange maximum de SMS ou MMS nécessaires à la délivrance du Service est connu par l'Editeur, et dans le cas où le montant total du prix du Service peut dépasser 5 euros TTC,
 - dans le premier SMS-MT, dans le cas des Services appartenant à la catégorie 1 et 2, lorsque le Service nécessite des échanges multiples de SMS ou MMS, en nombre non connu par l'Editeur,
 - dans chaque SMS-MT de l'Editeur, dans le cas des Services avec code d'accès ou avec Interaction tels que définis dans la charte de conception.

Dans le cas des Services appartenant à la catégorie 4, les mentions tarifaires sont intégrées dans les alertes informatives mensuelles diffusées par l'Opérateur.

L'Editeur met l'Utilisateur en mesure de connaître 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. Dans le cas où le Service nécessite plusieurs échanges SMS/MMS, l'ensemble de ces échanges doit être effectué sur le même Numéro Court SMS+. Par ailleurs, un Service SMS+/MMS+ surtaxé ne doit en aucun cas faire intervenir un autre mode de paiement.

Il est formellement interdit de déclencher la fourniture d'un Service sans le consentement explicite et éclairé de l'Utilisateur, notamment dans le cas des Interactions (tel que défini dans la Charte de Conception SMS+/MMS+).

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

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



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

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

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 d'envoyer par SMS-MO 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 transmises par l'Utilisateur ou par l'Opérateur, ne doit pas initier ou poursuivre 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 et le numéro d'accès de son Service ne puissent 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 de son Service tel qu'il a été déclaré lors de la signature du contrat ou des avenants ultérieurs au dit contrat,
- 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 à l'Editeur ne doit pas être, en tant que telle, utilisée comme moyen de paiement de biens matériels ou de services autres que des Services fournis par SMS ou MMS.

3.3 Services de mise en relation entre utilisateurs inscrits

L'Editeur d'un Service de type chat, forum, messagerie, etc, doit identifier les Utilisateurs (par quelque moyen que ce soit) et doit en surveiller le contenu public.

Il fait connaître au public par tout moyen adapté au support de communication utilisé, les règles de comportement conformes aux présentes recommandations.

L'échange direct et simultané ou quasi simultané de SMS et MMS entre Utilisateurs non identifiés de manière certaine est interdit.

L'échange de SMS et MMS de manière indirecte d'un Utilisateur avec d'autres Utilisateurs identifiés et inscrits au Service (Chat) est autorisé uniquement dans le cadre des Applications de catégorie 2.

3.4 Service de jeux concours avec promesse de gain et loteries

Conformément aux articles L. 322-2 et L. 322-1 du Code de la Sécurité Intérieure, sont interdits les jeux concours avec promesse de gain qui serait acquis uniquement par la voie du sort, les instants gagnant et les loteries. Selon l'article L. 322-2-2 du même code, cette interdiction ne recouvre pas les opérations publicitaires



dès lors qu'elles revêtent la forme d'opérations promotionnelles telles que décrites à l'article L 121-36 du code de la consommation et ne soient pas déloyales au sens de l'article L. 120-1 de ce même code.

Par ailleurs, sont autorisés conformément à l'article L. 322-7 du Code de la Sécurité Intérieure, les jeux concours avec promesse de gain et les loteries organisés dans le cadre des programmes télévisés et radiodiffusés, ainsi que dans les publications de presse définies à l'article 1er de la loi n° 86-897 du 1er août 1986 dès lors que la possibilité pour les participants d'obtenir le remboursement des frais engagés est prévue par le règlement du jeu et que les participants en sont préalablement informés, étant précisé que ces jeux et concours ne peuvent constituer qu'un complément auxdits programmes et publications.

Dans le cadre des Applications de catégorie 4, les jeux concours avec promesse de gain et les loteries sont interdits.

Quel que soit le fonctionnement du jeu concours, le nombre d'échanges entre l'Utilisateur et l'Editeur doit être borné et annoncé à l'Utilisateur, conformément à l'article 1 C) de la charte de communication.

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 service³
- La recommandation relative à la diffusion en ligne d'informations financières par les sociétés cotées qui vise à compléter la précédente recommandation.⁴

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 à l'Editeur 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 de SMS ou MMS adressés ou reçus est interdite.

3.9 Services permettant d'accéder à une contrepartie financière

³ Recommandation n° 87-01

⁴ Recommandation n° 93-01



Les Services permettant à l'Utilisateur d'accéder à une contrepartie financière, aussi petite soit-elle, directe ou indirecte, certaine ou quasiment certaine, à l'envoi ou à la réception d'un ou plusieurs SMS ou MMS 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.

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.⁵

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.⁶

L'Editeur ne doit pas inciter l'Utilisateur à multiplier de manière excessive le nombre d'envoi de SMS ou MMS dans le cadre du Service.

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 :

⁵ Article 226- 1 à 226- 2 du Code Pénal

⁶ Article 323-1 et suivants du Code Pénal.



- 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 »

L'Editeur peut, exclusivement sur un palier non surtaxé, proposer des Services de 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) et s'ils sont déclarés comme tels auprès de l'Association SMS+.

L'attribution et l'activation du Numéro Court de l'Editeur et l'accès par les Utilisateurs aux Services appartenant à la catégorie « Réservé aux adultes » sont conditionnées à la mise en place par un opérateur de réseau de téléphonie mobile physique ou virtuel (MVNO) d'un processus de contrôle de leur majorité, l'Editeur ne devant pas mettre à disposition du public de texte ou de contenu à caractère pornographique avant la fin du processus précité.

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.

- 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 dérogation à ce qui précède, dans le cas d'une communication sur un support imprimé, lorsqu'un numéro court SMS+ à l'abonnement est mentionné plusieurs fois au sein d'une même publicité, et dans la mesure où l'espace de ce support est fortement contraint, le remplacement du terme « Abonnement » par le terme « Abo » est toléré pour les affichages secondaires du numéro court (c'est-à-dire de taille inférieure à un affichage principal du numéro court).

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



Exemples :

- Application de catégorie 4 : « Réponds OK au SMS que tu viens de recevoir »
- Application de catégorie 1 (jeux concours): « Réponds 1 ou 2 à la question que tu viens de recevoir par SMS »

2.h) Le cas particulier des Interactions SMS+ est décrit à l'article 6 de la charte de Conception.

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+.

Les informations relatives à l'identification du Service et de l'Editeur sont renseignées et mises à jour en permanence sur l'extranet prévu à cet effet et accessible à l'adresse suivante : <http://extranet.afmm.fr> .

C) Informations sur les caractéristiques essentielles du Service



Les caractéristiques essentielles du Service doivent être présentées de manière claire, lisible, intelligible, transparente et exhaustive. Elles ne peuvent pas être uniquement indiquées dans les mentions légales ou les mentions bas de page.

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.infoconso-multimedia.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.

- **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 appartenant à la catégorie 4. 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.

- **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.

- **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'envoyer un SMS-MO ou de s'inscrire à une application de catégorie 4, et met à sa disposition un outil de vérification de la compatibilité:

- Sur les supports Internet, cet outil est accessible dans toutes les pages Internet sur lesquelles figure le numéro court SMS+ ou l'encart de saisie du MSISDN, dans le cas particulier des applications de catégorie 4 lorsque l'inscription est réalisée suite à une saisie du MSISDN, directement ou via un lien. Dans ce dernier cas, le lien est positionné hors des mentions légales ou des mentions de bas de page ;
- Sur les supports imprimés ou télévisuels, l'Editeur indique l'adresse du site Internet permettant à l'Utilisateur de vérifier la compatibilité de son terminal;
- Sur les supports radiophoniques, l'Editeur indique l'adresse du site Internet permettant à l'Utilisateur de vérifier la compatibilité de son terminal.



L'Editeur dispose à proximité du lien (pour les supports Internet), ainsi que de l'outil de vérification de la compatibilité, et sur les supports télévisuels et imprimés, un des pictogrammes proposés sur le site www.afmm.fr, sur lesquels figure la mention « Mon mobile est-il compatible ? », étant précisé que seul le pictogramme intégrant l'adresse Internet peut être utilisé sur les supports télévisuels et imprimés.

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 appartenant à des applications de catégorie 4, 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 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 ⁷ 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.

Conformément aux recommandations de l'ARPP :

⁷ Article 9 du Code de la Chambre de Commerce Internationale



- 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.

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 (ex: « réservés aux adultes », « interdit aux mineurs », ...);
 - suggérant que le service contient du contenu pornographique (ex: 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 d'ambiguïté possible pour l'Utilisateur s'agissant de la nature du Service.

Sur tous supports Internet comportant le Numéro Court, hors ceux relevant de la communication audiovisuelle, l'Editeur apposera le logo suivant, accompagné de la mention « Ce service propose des contenus déconseillés aux moins de 16 ans. »



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) et explicite le mode d'utilisation du logo SMS+ pour les supports Internet, TV et édition/presse.

ANNEXE 4 : ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES A LA CONCEPTION DES SERVICES

L'Editeur ne peut adresser des SMS-MT ou MMS-MT surtaxés dans le cadre de son Service exclusivement qu'en réponse à une requête d'un Utilisateur, formulée par SMS-MO ou MMS-MO (dans le cas des Applications de catégorie 1 et 2), ou lorsque l'Utilisateur s'est préalablement inscrit, quel que soit le média d'inscription (dans le cas des Applications de catégorie 4).

Dans le cadre des Applications de catégorie 1, chaque SMS-MO émis doit faire l'objet d'un SMS-MT de l'Editeur.

ARTICLE 1 : PARAMETRAGE DES MOTS CLES SPECIFIQUES

1/ STOP

Pour chaque SMS-MO envoyé par un Utilisateur vers le ou les Numéros Courts du Service et contenant le mot-clé STOP, l'Editeur doit:

- a) Dans le cas des Applications de catégorie 4 :
 - procéder au désabonnement de l'Utilisateur ;
 - envoyer à l'Utilisateur un SMS-MT l'informant qu'il n'est plus abonné au Service. Aucun autre message, notamment promotionnel, ne devra figurer dans ce SMS-MT
- b) Dans tous les autres cas :
 - envoyer à l'Utilisateur un SMS-MT l'informant qu'il ne recevra plus aucun message provenant du Service,
 - cesser tout envoi de SMS-MT ou MMS-MT, surtaxés ou non surtaxés, vers cet Utilisateur, et ce jusqu'à ce que l'Utilisateur envoie de nouveau un SMS-MO ou un MMS-MO vers le(s) Numéro(s) Court(s) du Service ou jusqu'à ce que l'Utilisateur fasse lui-même une nouvelle demande d'inscription dans le cadre des Applications de catégorie 4.

2/ CONTACT

L'Editeur, en réponse à l'envoi d'un SMS-MO ou MMS-MO comportant le mot-clé CONTACT, envoie un SMS-MT contenant la mention « édité par » suivie obligatoirement de sa raison sociale, son n° de RCS, et des coordonnées de son service d'assistance aux Utilisateurs.

L'Editeur doit indiquer que ce SMS ou MMS sera facturé sans surcoût.

3/ Mots clés interdits

L'Editeur n'utilisera pas les mots-clés suivants ou dérivés (quelle que soit la casse) en tant que mot-clé de commande du service par l'Utilisateur : STOP, CONTACT, OK, RENOUV, NON, NOK, OUI.

ARTICLE 2 : INSCRIPTION DES UTILISATEURS (Applications de catégorie 4)



A chaque demande d'inscription faite par un Utilisateur auprès de l'Editeur ne peut correspondre qu'une et une seule demande d'inscription envoyée par cet Editeur aux Opérateurs. Ainsi, l'Editeur :

- ne doit pas renouveler de demande d'inscription pour un Utilisateur si celui-ci ne répond pas dans le délai prévu à cet effet au SMS-MT de demande de confirmation d'inscription administré par les Opérateurs;
- s'interdit formellement d'envoyer aux Opérateurs une demande d'inscription pour un Utilisateur qui n'aurait pas manifesté explicitement sa volonté de s'inscrire au Service.

Dans le cas où un Utilisateur ne répond pas dans le délai prévu à cet effet au SMS-MT de demande de confirmation d'inscription administré par les Opérateurs, l'Editeur est autorisé à relancer une fois l'Utilisateur par SMS.

La demande de confirmation obligatoire, administrée par les Opérateurs, suite à une demande d'inscription faite par un Utilisateur auprès de l'Editeur doit comporter les informations suivantes, dans l'ordre :

- le nom commercial du Service ou le Numéro Court utilisé
- la nécessité de répondre OK par SMS pour confirmer,
- le fait qu'il s'agisse d'un service d'abonnement (avec le terme « abonnement » ou dérivé : abonné, abonne, etc...),
- le prix du service, conformément à la Charte de Communication.

Toute autre information sur le service devra figurer après ces informations.

ARTICLE 3 : PRIX DES SMS-MT ET MMS-MT POUR L'UTILISATEUR

Les SMS-MT ou MMS-MT suivants doivent être gratuits pour les Utilisateurs :

- les SMS-MT ou MMS-MT de réponse à l'un des mots-clés suivants « STOP », « CONTACT »,
- les SMS-MT ou MMS-MT dont le contenu ne serait pas en rapport direct avec l'objet du Service souscrit par l'Utilisateur (en particulier, les SMS-MT ou MMS-MT ne comportant que du Contenu d'autopromotion ou publicitaire),
- les SMS-MT ou MMS-MT indiquant à l'Utilisateur qu'il ne peut pas accéder au Service (en cas d'erreur, d'incompatibilité, de dysfonctionnement du Service etc.),
- les SMS-MT ou MMS-MT destinés à paramétrer les terminaux,
- les SMS-MT ou MMS-MT en réponse à un mot clé erroné.

ARTICLE 4 : MODALITES D'ACCES AU SERVICE

L'Editeur tient l'Utilisateur informé fréquemment et explicitement sur la manière d'accéder à son Service, dans le cas où celui-ci ne serait pas livré dans le SMS-MT surtaxé.

A cet effet, le SMS-MT surtaxé doit :

- soit contenir le Service pour lequel l'Utilisateur a été surtaxé,
- soit contenir les modalités d'accès non surtaxé à ce Service.

Lorsque le SMS-MT ou MMS-MT contient un lien renvoyant vers le contenu désiré qui sera consulté ou téléchargé sur le mobile par d'autres moyens technologiques que le SMS ou MMS (connexion Wap, http),



L'Utilisateur doit toujours intervenir de manière volontaire et préalable pour déclencher une connexion. A ce titre, l'Editeur n'est pas autorisé à effectuer des WAP Push en mode SL (Service Loading).

L'Editeur indique systématiquement le Nom Commercial du Service ou le Numéro Court du Service dans le SMS-MT ou le MMS-MT contenant le lien.

Une fois la connexion établie sur le site de l'Editeur, la page affichée par l'Editeur devra comporter les liens non surtaxés suivants :

- un lien renvoyant vers les instructions à suivre par l'Utilisateur pour une bonne livraison dudit Service,
- un lien renvoyant vers ses coordonnées téléphoniques ou celles de son service Utilisateur,
- dans le cas des applications de catégorie 4, un lien renvoyant vers une page où sont situées les instructions à suivre par l'Utilisateur pour se désinscrire du Service.

Pour pallier d'éventuels échecs de connexion, l'Editeur autorisera plusieurs tentatives de connexion pendant une durée d'au moins une heure.

ARTICLE 5 : COMPATIBILITE DU TERMINAL

Lorsque 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.

- **Cas des Services appartenant à la catégorie 4 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, au sein du Service, ne contient pas ou quasiment pas de contenus, similaires ou analogues, compatibles avec le terminal de l'Utilisateur, l'Editeur incite l'Utilisateur à se désabonner, en indiquant clairement la procédure de désabonnement (envoi du mot clé STOP à un numéro Court précisé), sur chaque page Internet du Service, de manière explicite et visible.

ARTICLE 6 : INTERACTION SMS+ / MMS+

1. Définition: On entend par Interaction, un Service initié par :

- l'envoi d'un SMS / MMS depuis un contenu exécutable (programme constitué d'instructions et de données susceptibles d'être traitées par le téléphone mobile)
- ou par la préparation à l'envoi d'un SMS/MMS depuis un site Internet (affichage, suite à un clic sur un lien de la page Internet, de l'interface du téléphone mobile permettant de composer et d'envoyer un SMS).

2. Limitation des Interactions: les Interactions s'effectuent dans la limite des modalités particulières définies à l'article 10 « Modalités Particulières » et de l'article 11 « Prix des Services ».

Une Interaction ne peut faire l'objet que d'une seule session SMS+. Par ailleurs, une seule Interaction doit être nécessaire pour la délivrance complète du Service.

Le contenu exécutable ou le site Internet, et, plus précisément, l'Interaction, devront, être conformes aux Chartes SMS+.

Les Interactions SMS+ / MMS+ ne sont possibles que dans le cadre des applications de catégorie 1.

3. Information – consentement préalable de l'Utilisateur : Conformément à l'article 2.1 de la Charte de Déontologie, une Interaction ne pourra être initiée sans le consentement préalable de l'Utilisateur.

L'Utilisateur doit systématiquement valider le déclenchement de l'Interaction en cliquant sur un bouton (le « Bouton ») contenant une mention explicative. Cette mention explicative doit représenter au moins 40% de la hauteur du Bouton. Elle ne peut en aucun cas être une mention promotionnelle (par exemple « offert », « cadeau », « gratuit », ...).



Seul un clic sur le Bouton permet de déclencher l'Interaction.

Les mentions tarifaires doivent être accolées au Bouton, en dessous de celui-ci, avec une taille au moins égale à un tiers de la hauteur du Bouton, comme illustré ci-dessous.



Dans le cas où l'Interaction est initiée à partir d'un contenu exécutable, l'Utilisateur devra être informé, sur la page où se situe le Bouton, qu'il sera débité du prix du Service de sa facture téléphonique mobile ou de son compte prépayé mobile.

L'Utilisateur doit être clairement informé au préalable, dans le cadre du contenu exécutable ou du site Internet concerné, des informations précisées à l'Article 1 de la Charte de Communication.

Dans le cas où l'Interaction est initiée à partir d'un contenu exécutable, le SMS-MT doit systématiquement être accessible par l'Utilisateur dans la messagerie de son téléphone. Conformément à la charte de communication (Article 1) et à la charte de déontologie (Article 1), ce SMS-MT doit comporter les mentions tarifaires.

En cas d'échec de l'envoi du SMS-MO, l'Editeur devra en informer l'Utilisateur, à titre gratuit pour celui-ci ; toute nouvelle tentative d'envoi devra être initiée et validée exclusivement par l'Utilisateur.

Pour un même contenu exécutable ou site Internet utilisant des Interactions, cinq (5) Numéros Courts maximum sont autorisés; ces Numéros doivent avoir des tarifs différents.



ARTICLE 7 : SERVICE AVEC CODE D'ACCES

Un service SMS+ 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 sur le téléphone mobile de l'Utilisateur par SMS-MT (message texte ou lien cliquable).

Un Service avec code d'accès peut être conçu, exclusivement, de l'une ou de l'autre manière suivante :

- Soit l'Utilisateur envoie par SMS-MO un mot clé (ci-après Mot Clé) lui permettant d'obtenir un code d'accès par SMS-MT, l'identifiant de manière unique, qu'il ressaisit dans un espace prévu à cet effet sur le support numérique afin d'accéder au dit contenu ou service.
- Soit l'Utilisateur envoie par SMS-MO un code d'accès, proposé par l'Editeur sur le support numérique (éventuellement complété par un mot clé) lui permettant d'être identifié de manière unique et d'accéder au dit contenu ou service numérique. Dans ce cas, l'Editeur a toutefois l'obligation d'envoyer en retour un SMS-MT d'accusé de réception à l'Utilisateur.

Le service avec code d'accès ne peut faire l'objet que d'une seule session SMS+.

Dans le cas où le code d'accès est livré par l'Editeur dans le SMS-MT, celui-ci ne peut pas prendre la forme d'un lien donnant accès à une page Internet. Par ailleurs, 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...).

Dans le cas où le code d'accès est envoyé par l'Utilisateur par SMS-MO, une seule session doit être nécessaire pour l'acquisition du contenu ou du service numérique par l'Utilisateur.

Conformément à la charte de communication (Article 1) et à la charte de déontologie (Article 1), les mentions tarifaires doit être présentes dans chaque communication sur le Service et chaque SMS-MT.

Conformément à l'ensemble des services SMS+ surtaxés, un service SMS+ 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 SMS+/MMS+.

Dans le cas où le code d'accès est livré par l'Editeur dans le SMS-MT, l'Editeur doit limiter la durée de validité d'un code d'accès à 48 heures après sa livraison à l'Utilisateur par SMS-MT. 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 avec code d'accès ne sont autorisés que dans le cadre des Applications de catégorie 1.



ARTICLE 8 : SEUILS DE LUTTE CONTRE LA FRAUDE ET LA SUR-CONSOMMATION

Dans le cadre des Services SMS+, l'Editeur doit:

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

Dans le cas des Services nécessitant des échanges multiples de SMS ou MMS en nombre connu par l'Editeur, ou dans le cas des jeux concours lorsque seul le nombre maximum d'échanges est connu par l'Editeur, l'Editeur doit anticiper le déclenchement du seuil de consommation de telle manière à ce que l'Utilisateur puisse bénéficier de la livraison complète du Service.

Lors de l'atteinte de ce seuil de consommation, le SMS-MT doit préciser 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. Ce SMS-MT doit être gratuit pour l'Utilisateur.

ARTICLE 9 : 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'éditeur fait le meilleur accueil aux Utilisateurs et traite toutes les demandes en langue française.

Ce service d'assistance doit être accessible via :

- un numéro de téléphone non surtaxé 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 être renseignés dans le SMS de réponse au mot clé CONTACT, conformément à la charte de conception, et doit figurer dans l'ensemble des supports de promotion du Service (hors SMS-MT) lorsque celui-ci le permet.

Les coordonnées des moyens d'accès à ce service d'assistance aux Utilisateurs sont renseignées et mises à jour en permanence sur l'extranet prévu à cet effet et accessible à l'adresse suivante : <http://extranet.afmm.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 10 : MODALITES PARTICULIERES

A) Modalités particulières aux paliers 7 et 8

Sont exclus du palier 7 :



- les Services SMS+ de discussion entre Utilisateurs inscrits (chat)
- les Services SMS+ de jeu entre Utilisateurs inscrits,
- les Services SMS+ d'accès à une annonce précise et complète,
- les Services SMS+ de discussion bilatérale. Toutefois, sont autorisés les Services de discussion bilatérale et personnalisée avec un animateur humain sous la responsabilité de l'Editeur.

Sont aussi exclus du palier P7 tous les Services SMS+ destinés à la jeunesse.

Ne sont autorisés sur le palier 8 que les Services SMS+ suivants :

- les Services SMS+ ayant pour objet premier un acte de téléchargement (Fonds d'écran, Photos, Sonneries, Contenus exécutables, Vidéos), c'est à dire donnant la possibilité à un Utilisateur d'acheter un Contenu lors d'une connexion Wap ou Internet mobile, de le stocker sur la mémoire de son terminal et d'y accéder hors connexion,
- Les Services nécessitant uniquement une livraison sous la forme d'un MMS-MT « enrichi » c'est-à-dire qui ne contient pas exclusivement du texte. Si l'Utilisateur n'est pas équipé d'un mobile compatible MMS, l'Editeur s'engage à l'informer par SMS-MT non surtaxé que son mobile n'est pas compatible MMS, et qu'il n'a donc pas accès au service,
- Les Services avec code d'accès tels que décrits à l'article 7 de la Charte de Conception,

B) Modalités particulières aux paliers 4 à 8

Les services de 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 sont interdits sur les paliers 4 à 8.

ARTICLE 11 : PRIX DES SERVICES

A) Prix maximum autorisé par échange (SMS, MMS)

Paliers	Prix maximum autorisé par échange (SMS, MMS) (TTC, hors transport)
P8 (1)	4,50 €
P8 (2)	3 €
P7	0,65 €
P6	0,50 €
P5	0,20 €
P4	0,05 €
P3	0 €

(1) - services de téléchargement de jeux ou de vidéos (hors Application de catégorie 4)



- Services SMS+ avec code d'accès exceptés ceux permettant d'accéder à des services de jeux concours avec promesse de gain et loteries, ou à des services de discussion entre Utilisateurs inscrits (chat)
(2) Autres Services autorisés sur le palier 8

B) Nombre maximum d'échanges autorisés pour délivrer l'intégralité du Service aux Utilisateurs

Lorsque la fourniture du Service nécessite des échanges multiples de SMS ou MMS dont le nombre exact ou le nombre maximum est connu à l'avance par l'Editeur, le nombre maximum d'échange de SMS ou de MMS ne peut être supérieur à 10.

Lorsque la fourniture du Service nécessite des échanges multiples de SMS ou MMS dont le nombre exact ou le nombre maximum n'est pas connu à l'avance par l'Editeur, le nombre maximum d'échange de SMS ou de MMS n'est pas limité. C'est le cas notamment pour les services de discussion entre utilisateurs inscrits ou pour les services de discussion avec un animateur.

Dans le cas particulier du palier 8, le nombre d'échange maximum autorisé est tel que le prix maximum du Service (TTC, hors transport) ne peut être supérieur à :

- 4,50 € dans le cas des Services de téléchargement de jeux ou de vidéos,
- 3 € dans le cas des autres Services autorisés sur le palier 8

Dans le cas particulier des Services SMS+ avec code d'accès, ainsi que dans le cas des Interactions SMS+, un seul échange est autorisé pour délivrer l'intégralité du Service.



ANNEXE 5 - MARQUES

Les marques verbales et figuratives de l'AFMM figurent dans le kit d'utilisation des marques SMS+ disponible sur le site www.afmm.fr.