



SYNTHESE DES MODIFICATIONS APORTEES AUX RECOMMANDATIONS DEONTOLOGIQUES APPLICABLES AUX SERVICES VOCAUX A VALEUR AJOUTEE

Référence et intitulé	Modifications
<p>PARTIE I - PRINCIPALES REGLES APPLICABLES AUX SERVICES DE COMMUNICATION EN LIGNE</p> <p>CHAPITRE I - PRINCIPALES REGLES APPLICABLES AU SERVICE</p> <p>ARTICLE 3 : CONTENU DES SERVICES</p> <p>3.4 Jeux concours avec promesse de gain et loteries</p>	<p>Ajout de précisions issues du code de la sécurité intérieur sur les règles encadrant ce type de jeu, notamment les interdictions</p>
<p>CHAPITRE II - ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES A LA COMMUNICATION SUR LE SERVICE</p> <p>ARTICLE 3 : SPECIFICITES LIEES A LA PROSPECTION DIRECTE</p>	<p>Ajout de précisions sur les règles encadrant la prospection directe notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'obligation de faire parvenir au consommateur une confirmation écrite de toute offre qui lui est faite. ▪ Les obligations relatives à bloctel
<p>PARTIE II - CONDITIONS SPECIFIQUES AUX SERVICES VOCAUX A VALEUR AJOUTEE</p>	<p>Ajout de précisions sur les typologies de service pour lesquelles le MGIT pourra contenir d'autres informations que le nom du service et le tarif</p>
<p>CHAPITRE I - RÈGLES GÉNÉRALES</p> <p>ARTICLE 1 - INFORMATION DES UTILISATEURS.</p> <p>2.3 Annuaire des services</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rappel des textes encadrant l'annuaire inversé, et les devoirs qu'il impose aux opérateurs. ▪ Plus particulièrement, ajout d'une section sur la description sommaire du service, qu'il n'était pas possible de renseigner précédemment, et des règles encadrant cette description sommaire.
<p>ARTICLE 2 - LOYAUTE DU SERVICE.</p>	<p>Ajout de précisions sur les pratiques déloyales mettant en œuvre des messages par email ou sur les réseaux sociaux, et rappel de la définition d'une pratique déloyale ou trompeuse dans le code de la consommation.</p>
<p>CHAPITRE II - CONTENU DES SERVICES</p> <p>ARTICLE 1 - TYPOLOGIES DES SERVICES.</p>	<p>Ajout, pour chaque typologie, des typologies de services compatibles dans le cas d'une multi-évaluation, toute autre combinatoire consistant en un manquement grave.</p>
<p>ARTICLE 2 - LIMITATION DES USAGES.</p> <p>2.3.1.2 Service public ou service client d'une entreprise soumis à la LME</p>	<p>Rappel des règles encadrant les services clients soumis à la LME ainsi que de la liste de ces services.</p>
<p>2.5 et 2.6 – Gestion dynamique des numéros et mutualisation des numéros entre plusieurs éditeurs</p>	<p>Rappel de l'article 224-43 du code de la consommation impliquant de facto la mutualisation des numéros.</p> <p>En conséquence :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un numéro ne peut être mutualisé entre plusieurs éditeurs ou services finaux ▪ Le principe de la gestion dynamique de blocs de numéros dite « numéros tournants » ne peut être autorisée que dans le cas où le bloc de numéros ne donne accès qu'à un seul service

<p>ARTICLE 3 - ENCADREMENT DES USAGES POUR CHAQUE TYPOLOGIE.</p> <p>3.8 Contenus numériques délivrés par code d'accès</p>	<p>Renommage de cette typologie afin de ne laisser aucune ambiguïté sur le fait que c'est bien le bien numérique obtenu à la fin de la transaction qui constitue le service et non la délivrance du code en lui-même.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajout de précisions sur les informations à fournir pour cette typologie de services dans l'annuaire inversé. ▪ Ajout de l'obligation, si le service est destiné à des acteurs enregistrés, pour l'OPE SVA ou son co-contractant, de fournir à l'AFMM, sur demande, un compte utilisateur. ▪ Ajout de l'obligation spécifique de faire figurer dans le MGIT du numéro délivrant le code d'accès le nom du service ainsi que celui de l'éditeur.
<p>3.9 Services de mise en relation</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mise en place d'une signalétique dédiée à ce type de numéros afin d'éviter pour l'appelant la confusion entre le numéro du service et celui du destinataire de l'appel. ▪ Rappel des règles encadrant l'achat de publicité ou référencement pouvant engendrer une ambiguïté entre le service et le numéro de l'appelé ▪ Ajout, pour ces services, de l'obligation de rappeler dans le MGIT que le coût du service correspond à celui de la mise en relation. ▪ Encadrement du cas particulier des portails de mise en relation ▪ Ajout d'une convention (en annexe) que devront signer tous les opérateurs dont des éditeurs proposent cette typologie de service afin d'avoir accès aux listes d'opt-out
<p>3.10 Services de renseignements téléphoniques</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rappel des obligations de disponibilité pour les services SRT. ▪ Ajout d'un critère relatif au nombre de bases de données OBL à acquérir (les 4 plus importantes à minima) et du taux de lignes fixes à couvrir (70% min). ▪ Ajout de précisions relatives à la communication des services de renseignement téléphoniques, notamment les mentions à faire figurer aux côtés des numéros utilisés.
<p>ARTICLE 4 - QUALIFICATION DES MANQUEMENTS</p>	<p>Mise à jour de la liste des manquements graves.</p>
<p>ANNEXE II - SERVICES DE MISE EN RELATION PAR ABOUTEMENT TELEPHONIQUE</p>	<p>Mise à jour de l'annexe (précédemment services de mise en relation)</p>