

Chartes Internet+ Mobile

Applicables au 30/10/2026

EVOLUTIONS

Principales évolutions	Nature de la modification
Préambule : principe de l'application des obligations à l'ensemble de la chaîne contractuelle	Ajout
Définitions : clarification des notions évoquées dans la charte	Ajout
Communication sur les services : renforcement des exigences sur les publicités	Evolution
Conception des services : mise en place de deux parcours de paiement (Classique et Alternatif)	Evolution
Conception des services : renforcement de l'encadrement sur la Page contenant le Lien menant à la Page de Paiement Opérateur	Evolution
Conception des services : encadrement spécifique de l'interactivité TV/radio et des jeux-concours	Ajout
Changement du référentiel de classification des contenus, basée sur les recommandations ARCOM. Création d'une annexe	Evolution
Références des articles de loi et des liens hypertextes	Mise à jour

Liste non-exhaustive

TABLE DES MATIERES

PRÉAMBULE.....	4
DÉFINITIONS.....	6
CHARTRE DE RECOMMANDATIONS DEONTOLOGIQUES : RECOMMANDATIONS DÉONTOLOGIQUES APPLICABLES AUX SERVICES INTERNET+ MOBILE	8
ARTICLE 1 - INFORMATION DES UTILISATEURS	8
ARTICLE 2 - LOYAUTÉ DU SERVICE.....	9
2.1 Loyauté à l'égard des Utilisateurs	9
2.2 Loyauté à l'égard des professionnels	9
ARTICLE 3 – CONTENU DES SERVICES	10
3.1 Services de conseils	10
3.2 Services de vente à distance	11
3.3 Services de mise en relation entre Utilisateurs inscrits	11
3.4 Service de jeux concours avec promesse de gain et loteries	11
3.5 Services d’annonces	12
3.6 Services d’informations boursières	12
3.7 Services ayant recours à une bonification.....	12
3.8 Services permettant d’accéder à une contrepartie financière	12
3.9 Services ayant recours à des animateurs	12
3.10 Services de piège	12
ARTICLE 4 – PROTECTION DES UTILISATEURS, DE LA JEUNESSE ET DES MINEURS.....	13
4.1 Principes à l’égard de l’ensemble des Utilisateurs.....	13
4.2 Principes à l’égard de la jeunesse.....	13
4.3 Services « réservés aux adultes »	14
CHARTRE DE COMMUNICATION : ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES A LA COMMUNICATION SUR LES SERVICES INTERNET+ MOBILE.....	15
ARTICLE 1 – INFORMATION DES UTILISATEURS	15
ARTICLE 2 – PUBLICITE ET PROMOTION DU SERVICE.....	15
ARTICLE 3 – SPECIFICITES LIEES A LA PROSPECTION DIRECTE.....	19
ARTICLE 4 – UTILISATION DE LA MARQUE INTERNET+	21
CHARTRE DE CONCEPTION : ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES A LA CONCEPTION DES SERVICES INTERNET+ MOBILE	22

PRÉAMBULE : NATURE DES SERVICES POUVANT DONNER LIEU À UN ABONNEMENT	22
ARTICLE 1 – CREATION D’UN COMPTE ET MISE A DISPOSITION D’UN ESPACE « MON COMPTE » DANS LE CAS DES SERVICES A L’ABONNEMENT	22
ARTICLE 2 – ACCES AU PARCOURS DE PAIEMENT	23
2.1 Règles et caractéristiques applicables pour le Parcours Classique	23
2.2 Règles applicables au Parcours Alternatif	32
ARTICLE 3 – CONFIRMATION DES UTILISATEURS	34
ARTICLE 4 – ACCES AU SERVICE	34
ARTICLE 5 – RESILIATION DU SERVICE DANS LE CAS DES SERVICES A L’ABONNEMENT	35
ARTICLE 6 – SERVICE D’ASSISTANCE AUX UTILISATEURS	36
ARTICLE 7 – SERVICE AVEC CODE D’ACCES	36
ARTICLE 8 – SEUILS DE LUTTE CONTRE LA FRAUDE ET LA SUR-CONSOMMATION	37
ARTICLE 9 – PRIX DES SERVICES	37
CHARTRE DE NOMMAGE : ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES AU NOMMAGE DES SERVICES INTERNET+ MOBILE	39
ARTICLE 1 – PRINCIPES DIRECTEURS	39
1.1 Loyauté à l’égard des Utilisateurs	39
1.2 Principes à l’égard de la jeunesse	40
1.3 Loyauté à l’égard des professionnels	40
1.4. Unicité du Nom de Service	41
1.5. Cas des Services de la catégorie « déconseillés aux moins de 16 ans »	41
ARTICLE 2 – CONTRAINTES SYNTAXIQUES	41
ARTICLE 3 – MOTIFS DE REFUS DU NOM DE SERVICE LORS DE LA DECLARATION A L’Af2m	42
ARTICLE 4 – REGLES APPLICABLES AUX VISUEL ET ACCROCHE	42
ANNEXE 1 : CLASSIFICATION DES CONTENUS	43

PRÉAMBULE

La présente Charte a été élaborée collectivement au sein de l'Af2m, dans le cadre d'un processus ouvert et transparent associant les opérateurs, les représentants des éditeurs et agrégateurs concernés. Elle s'applique dans le cadre des relations contractuelles bilatérales entre chaque opérateur et chaque agrégateur ou éditeur qui souhaite proposer des services adossés à la Solution Internet+. L'Af2m veille, lors de chaque révision de la Charte, à ce que les règles définies soient objectives, transparentes, non discriminatoires et proportionnées à leur objectif de protection de l'Utilisateur et de sécurisation des Parcours de Paiement. L'association rappelle à ses membres, dans le cadre des groupes de travail, que ces règles ne doivent en aucun cas viser à protéger ou favoriser certains acteurs en place, ni constituer une barrière à l'entrée pour de nouveaux entrants ou modèles économiques innovants.

La présente Charte a pour objet de définir les règles déontologiques, de communication, de conception, d'exploitation et de nommage applicables aux Services proposés aux Utilisateurs et facturés au moyen de la Solution Internet+.

Elle a notamment pour finalité :

- d'assurer une information claire, visible, lisible, intelligible et loyale de l'Utilisateur à toutes les étapes de présentation, de souscription, d'achat et d'utilisation du Service ;
- de garantir la loyauté des pratiques de communication, de promotion, de conception et d'exploitation des Services ;
- de garantir que l'Utilisateur dispose, avant toute confirmation définitive de sa commande, des informations lui permettant de comprendre la nature du Service, son prix, ses modalités de paiement et, le cas échéant, son caractère récurrent ;
- de prévenir les pratiques trompeuses, agressives, frauduleuses ou susceptibles de provoquer une souscription, un achat ou une consommation non souhaités ;
- de protéger les Utilisateurs, en particulier les mineurs et les publics vulnérables ;
- d'assurer le respect des lois et règlements applicables, des décisions des autorités compétentes ainsi que, le cas échéant, des recommandations professionnelles applicables aux Services.

La présente Charte doit être interprétée au regard des dispositions légales et réglementaires applicables, notamment en matière de droit de la consommation, de communications électroniques, de commerce électronique, de protection des données à caractère personnel, de propriété intellectuelle et de protection des publics.

Elle s'applique à tout Service numérique, proposé à l'achat à l'acte ou par abonnement, dont le paiement est effectué au moyen de la Solution Internet+, ainsi qu'aux opérations de communication, de promotion, de souscription, de paiement, de délivrance et d'assistance associées à ce Service, dans les conditions précisées par la présente Charte.

Les obligations prévues par la présente Charte s'appliquent à l'ensemble des parties prenantes intervenant, selon leurs rôles et leurs responsabilités respectifs, dans la création, la promotion, la commercialisation, la mise à disposition, le paiement ou la délivrance du Service jusqu'à l'Utilisateur.

Chaque partie prenante doit répercuter les obligations de la présente Charte qui lui sont applicables dans ses relations contractuelles avec ses cocontractants de niveau inférieur et/ou ses prestataires intervenant dans la fourniture du Service. Elle veille à ce que ces derniers respectent les dispositions de la présente Charte relevant de leur intervention.

Le respect de la présente Charte ne dégage aucune partie prenante de ses obligations au titre des lois et règlements en vigueur, des décisions des autorités compétentes, des recommandations professionnelles applicables ni des engagements contractuels auxquels elle est soumise au moment de la délivrance du Service.

Des dispositions complémentaires à la présente Charte peuvent être prévues dans les contrats conclus entre les différentes parties prenantes à la fourniture de la Solution Internet+ et des Services.

DÉFINITIONS

Charte ou Charte Internet+ : désigne le présent document, constitué de quatre grandes parties correspondant chacune à une charte distincte : la « Charte de Recommandations Déontologiques », la « Charte de Communication », la « Charte de Conception » et la « Charte de Nommage ».

Éditeur (de Service) : désigne la personne morale responsable de l'édition, de l'exploitation et de la mise à disposition du Service auprès des Utilisateurs, incluant notamment la gestion du contenu du Service, des Pages contenant le Lien, des supports de promotion, du Lien, ainsi que le respect des obligations légales, réglementaires, contractuelles et déontologiques applicables aux Services facturés au moyen de la Solution Internet+.

Lien : désigne le bouton ou élément cliquable, présent sur la Page contenant le Lien, dont l'activation permet à l'Utilisateur d'accéder à l'étape suivante du Parcours de Paiement en vue de la souscription ou de l'achat du Service.

Mention Tarifaire : désigne l'information relative au prix du Service et sa périodicité (cf. article 2.1.3 de la Charte de conception).

Opérateur : Opérateur de communications électroniques de catégorie 1, exploitant un réseau radioélectrique mobile ouvert au public et fournissant des Services de communications mobiles au public et les Opérateurs de catégorie 2.

Page d'Authentification : désigne la page ou l'étape du parcours mis(e) à disposition par l'Opérateur permettant de vérifier l'identité de l'Utilisateur dans le cas où celui-ci n'est pas sur le réseau de l'Opérateur notamment au moyen d'un code à usage unique transmis par SMS ou par tout autre dispositif d'authentification équivalent dans le cadre d'un Parcours OTP.

Page contenant le Lien : désigne toute page mise à disposition par l'Editeur sur lequel figure le Lien. Elle fait partie du Parcours Classique. Dans le cadre du Parcours Alternatif, elle se situe en amont des étapes de vérification et de confirmation prises en charge par l'Opérateur.

Page de Confirmation : désigne la page affichée à l'Utilisateur à l'issue du paiement réalisé depuis la Page de Paiement Opérateur, récapitulant les informations relatives à l'achat ou à l'abonnement souscrit.

Page de Paiement Opérateur (PPO) : désigne la page mise à disposition par l'Opérateur sur laquelle l'Utilisateur confirme définitivement sa commande et procède au paiement au moyen de la Solution Internet+.

Page intermédiaire de paiement : désigne la page affichée par l'Opérateur à son initiative afin de résumer les détails de l'achat / de la souscription avant d'accéder à la Page de Paiement Opérateur. L'ajout de cette page dans le Parcours de Paiement est appelé : Parcours Alternatif.

Parcours Alternatif : désigne le Parcours de Paiement dans lequel, après l'activation du Lien, l'Opérateur choisit d'ajouter une Page intermédiaire de paiement préalablement à la Page de Paiement Opérateur et pour lequel, les différentes étapes nécessaires à la conclusion du contrat à distance par voie électronique relèvent de l'Opérateur.

Parcours Classique : désigne le Parcours de Paiement dans lequel l'Opérateur choisit de ne pas ajouter de Page intermédiaire de paiement et pour lequel la première étape à la conclusion du contrat conclu à distance par voie électronique est réalisée sur la Page contenant le Lien, avant que l'Utilisateur ne soit redirigé vers la Page de Paiement Opérateur pour confirmer définitivement sa commande et procéder au paiement.

Parcours de Paiement : désigne l'ensemble des pages et actions permettant à l'Utilisateur de conclure le contrat à distance par voie électronique et de procéder au paiement du Service, conformément aux dispositions contractuelles, légales et réglementaires applicables.

Parcours OTP : désigne le Parcours de Paiement mis en place lorsque l'Utilisateur n'est pas sur le réseau mobile de l'Opérateur proposant la Solution Internet+.

Service : désigne le service numérique par abonnement ou par achat à l'acte proposé par l'Éditeur aux Utilisateurs, incluant l'ensemble des contenus, fonctionnalités, prestations, interfaces, pages de souscription et modalités d'accès qui y sont associées, et facturé à l'Utilisateur au moyen de la Solution Internet+, mise à disposition par l'Opérateur.

Solution Internet+ : désigne la solution de paiement sur facture opérateur permettant à l'Utilisateur d'acheter ou de souscrire à un Service numérique depuis sa ligne mobile, le montant correspondant étant facturé via son Opérateur.

Support de promotion : désigne tout support de communication ou de promotion, présent ou futur, utilisé par l'Éditeur pour présenter, promouvoir ou permettre l'accès au Service auprès des Utilisateurs, incluant notamment, de manière non exhaustive, les SMS, RCS, emails, notifications, bannières publicitaires, pages internet ou réseaux sociaux.

Utilisateur : désigne toute personne physique qui accède au Service, consulte un Support de promotion, utilise une page de souscription ou procède à l'achat ou à la souscription du Service, via la Solution Internet+ mise à disposition par l'Opérateur.

CHARTRE DE RECOMMANDATIONS DEONTOLOGIQUES : **RECOMMANDATIONS DÉONTOLOGIQUES APPLICABLES AUX** **SERVICES INTERNET+ MOBILE**

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

ARTICLE 1 - INFORMATION DES UTILISATEURS

L'Éditeur 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 au I de l'article 1-1 III de la LCEN du 21 juin 2004¹,
- Les informations tarifaires visées aux articles L.112-1 à L.112-9 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 (R. 111-1 et R. 111-2 du Code de la Consommation) et d'exercer ses droits.²

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

Lorsque le Service nécessite l'utilisation de données personnelles ou d'informations à caractère privé ou lorsque l'Utilisateur peut être incité à les communiquer (par exemple dans les services de mise en relation) l'Éditeur l'informe sur l'utilisation qui pourrait en être faite (Articles 12 à 14 du règlement (UE) 2016/679 du 27 avril 2016).

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

Les informations relatives à l'identification et la description du Service et de l'Éditeur sont renseignées et mises à jour en permanence sur l'extranet prévu à cet effet et accessible à l'adresse suivante : <https://extranetafmm.fr>

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2 Loyauté à l'égard des professionnels

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

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

2.2.1 Loyauté à l'égard des Editeurs concurrents

L'Editeur doit :

- Exercer une concurrence loyale et s'interdit notamment d'intervenir sur un Service dans l'intention de porter atteinte à son bon fonctionnement, de nuire à un Editeur concurrent ou d'en détourner les Utilisateurs,
- Effectuer les recherches préalables afin que le nom de son Service ne puisse prêter à confusion avec ceux déjà existants, ou porter atteinte aux droits des tiers,
- S'interdire toute pratique de nature à induire, même potentiellement, une quelconque confusion entre lui-même et un éditeur concurrent ou entre son Service et les services d'éditeurs concurrents.

2.2.2 Loyauté à l'égard des Opérateurs

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

Il doit :

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

2.2.3 Loyauté à l'égard des ayants-droits

L'Editeur offre un Service qui ne porte pas atteinte et ne contrefait 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 ayants droits et des sociétés d'auteurs concernées et à régler les rémunérations dues au titre des droits de reproduction et de 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 gestion collective (sociétés de droits d'auteurs)).

ARTICLE 3 – CONTENU DES SERVICES

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

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

3.1 Services de conseils

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

3.2 Services de vente à distance

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

3.3 Services de mise en relation entre Utilisateurs inscrits

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

- le contenu public est surveillé,
- les règles de comportement conformes aux présentes recommandations sont portées à la connaissance du public par tout moyen adapté au support de communication utilisé,
- un avertissement est diffusé à l'Utilisateur en début de communication, mentionnant qu'il pourra être exclu du Service en cas de comportement inadapté à ces règles,
- les mineurs sont expressément informés qu'ils ne doivent donner aucune coordonnée personnelle,
- une page d'avertissement à l'entrée de l'application doit être affichée. Le message pourra reprendre le texte ci-après : « Pour communiquer en toute sécurité, nous vous recommandons fortement de ne jamais laisser vos coordonnées personnelles. Vous ne pourrez jamais savoir avec certitude qui est votre interlocuteur. Voulez-vous continuer ? »

3.4 Service de jeux concours avec promesse de gain et loteries

Conformément à l'article L. 320-1 du Code de la Sécurité Intérieure³, sont interdits les jeux concours avec promesse de gain qui serait acquis uniquement par la voie du sort, les instants gagnant et les loteries. 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. 122-8 du code de la consommation et ne sont pas déloyales au sens de l'article L. 121-1 de ce même code.

Par ailleurs, sont autorisés conformément à l'article L. 322-7 du Code de la Sécurité Intérieure⁴, 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. Lorsque la participation à ces jeux ou concours est proposée au moyen de la Solution Internet+, exclusivement dans le cadre d'un achat à l'acte, l'accès à la Page contenant le Lien est limité aux modalités prévues à l'article 2.1.2.2 "Cas particulier des Services proposés dans le cadre d'une interactivité antenne - Médias TV ou Radio" de la présente Charte. Il peut ainsi résulter uniquement d'une annonce réalisée à l'antenne dans le cadre du programme TV ou Radio concerné ou d'une opération d'auto-promotion du média diffusée sur ses propres supports.

³ https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000039182525

⁴ https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000044259914

Tout autre parcours d'accès, notamment un parcours d'acquisition publicitaire externe, est exclu.

3.5 Services d'annonces

L'Editeur doit :

- vérifier la véracité 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 service⁵
- La recommandation relative à la diffusion en ligne d'informations financières par les sociétés cotées qui vise à compléter la précédente recommandation.⁶

3.7 Services ayant recours à une bonification

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

3.8 Services permettant d'accéder à une contrepartie financière

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

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

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

3.9 Services ayant recours à des animateurs

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

3.10 Services de piège

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

⁵ Recommandation DOC-2016-08

⁶ Recommandation DOC-2016-05

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.⁷

L'Editeur doit garantir à l'Utilisateur le respect des droits des personnes concernées tels que prévus par la réglementation pour la protection des données.

L'Editeur doit protéger ses fichiers de toute atteinte frauduleuse dont son système de traitement de données pourrait faire l'objet.⁸

Chaque Opérateur dispose d'un système de contrôle parental qui permet, sur demande d'un Utilisateur, de limiter son accès aux Services en fonction de leur niveau de classification de contenu. Le niveau de classification des contenus associés à son Service (Tous publics, Déconseillé aux moins de 12 ans, Déconseillé aux moins de 16 ans) devra donc être déclaré auprès de l'Opérateur.

4.2 Principes à l'égard de la jeunesse

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

- Pouvant heurter la sensibilité des jeunes enfants et des mineurs,
- Présentant sous un jour favorable tout comportement considéré usuellement comme répréhensible
- Incitant les jeunes enfants et les mineurs à consulter d'autres services payants en ligne
- à caractère violent ou pornographique,

⁷ Article 226- 1 à 226- 2 du Code Pénal

⁸ Article 323-1 et suivants du Code Pénal et Article 32 du RGPD relatif à la sécurité du traitement

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 (aux termes des présentes Chartes).

4.3 Services « réservés aux adultes »

Les Services de « -18 » correspondant à la catégorie V telle que définis par l'ARCOM sont interdits. Une grille d'évaluation est proposée à titre indicatif en Annexe 1.

CHARTRE DE COMMUNICATION : ENSEMBLE DES REGLES **APPLICABLES A LA COMMUNICATION SUR LES SERVICES** **INTERNET+ MOBILE**

L'Editeur respecte les lois et règlements en vigueur, le cas échéant, les recommandations d'instances telles que celles de l'ARCOM, 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.

Le Support de promotion doit renvoyer vers une page du Service ou une Page contenant un ou plusieurs Liens. Lorsque cette Page contenant le Lien relève du Parcours Classique, elle respecte les règles spécifiques de conception prévues à l'article 2.1 de la Charte de Conception. Lorsqu'elle relève du Parcours Alternatif, elle demeure soumise aux règles légales, déontologiques et de communications applicables, sans être soumise aux règles spécifiques de conception de l'article 2.1.

ARTICLE 1 – INFORMATION DES UTILISATEURS

Dans toute communication sur son Service, l'Editeur doit désigner son Service par le nom commercial qui apparaît sur la Page de Paiement Opérateur.

L'Editeur doit éviter toute confusion entre lui-même et les Opérateurs dans sa communication.

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.

Les Annonces Publicitaires doivent permettre aux Utilisateurs d'identifier facilement le service de l'Editeur :

- soit par la présence de son nom ;
- soit par la présence de son logo ;
- soit par la présence de son url.

ARTICLE 2 – PUBLICITE ET PROMOTION DU SERVICE

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

- L'identification explicite de l'annonceur et de la communication commerciale ;
- Toute communication commerciale « doit pouvoir être clairement identifiée comme telle, et ce, quelle que soit la forme sous laquelle elle se présente ». Cette identification « peut se faire par tout moyen nettement perceptible permettant de rendre d'emblée non équivoque pour le consommateur la nature publicitaire du message ».

L'Editeur respecte les règles en vigueur notamment en matière de communication auprès des enfants, conformément aux principes retenus à l'article 20 et au Chapitre E « Enfants et adolescents » du Code de la Chambre de Commerce Internationale (Code ICC sur la publicité et la communication commerciale) et la Recommandation « Enfant » de l'ARPP⁹.

L'Editeur s'engage à indiquer la nature du Service dans tout Support de promotion du Service et à représenter fidèlement la nature du Service promu. Toute information relative à la description du Service doit être conforme à la nature de celui-ci et ne pas induire l'Utilisateur en erreur.

Il est strictement interdit de suggérer des fonctionnalités inexistantes, telles que la possibilité de télécharger un fichier ou d'accéder à un contenu spécifique lorsque ce n'est pas réellement le cas. L'Editeur ne doit pas induire en erreur les Utilisateurs sur le contenu, les tarifs, les possibilités ou les modalités de délivrance du Service proposé.

Lorsqu'une incitation à l'action est présente au sein du Support de promotion du Service (« *call-to-action* »), elle doit obligatoirement être accompagnée d'une accroche textuelle claire permettant de comprendre la nature du Service. Cette accroche et son call to action ne doivent pas porter confusion avec l'emplacement publicitaire sur lequel elle apparaît.

Lorsque le call to action est placé au sein d'une image, il doit se trouver au sein de cette même image et être positionné de manière à permettre à l'Utilisateur de comprendre qu'elle se rapporte au call-to-action présent dans l'image. Le descriptif textuel doit être d'une taille et d'un contraste suffisants.

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). Celles-ci ne peuvent ainsi être mentionnées que si les règles suivantes sont respectées :

- Le format des Mentions promotionnelles et des Mentions tarifaires doit respecter les règles définies dans la Charte de conception.
- Dans le cas particulier des supports imprimés, les informations tarifaires doivent avoir une taille supérieure ou égale à 2 mm

L'Editeur s'interdit également de favoriser la confusion entre ses supports de communication internet quels qu'ils soient (bannières, click to action, etc.) et le contexte dans lequel ils sont positionnés.

Les procédés suivants, relevant d'une communication déloyale, agressive et/ou trompeuse, sont interdits :

- Faire croire à l'Utilisateur qu'un problème a été détecté sur son téléphone (virus détectés, application devant être mise à jour...) ;

⁹ <https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/enfant/>

- Utiliser des éléments visuels (texte, image, vidéo) susceptibles de donner à l'Utilisateur l'illusion qu'une action est requise de sa part, en imitant par exemple, et sans que ce ne soit limitatif, la réception d'une notification, d'un message ou toute autre communication incitative simulant un message d'alerte ou d'avertissement ;
- Utiliser un environnement graphique et des textes anxiogènes ;
- Utiliser des messages donnant une sensation d'urgence pour forcer une action immédiate de la part de l'Utilisateur (exemple : "Offre limitée", "Dernière chance", "Gratuit", "Offert") sauf si cette situation est contextualisée et réelle (exemple : « Offre limitée jusqu'au [date] »). Toute mention de gratuité doit préciser la durée de celle-ci ;
- Initier le parcours par une pop-up qui ne présente pas de possibilité de sortie de la séquence pour l'Utilisateur et l'entraîne de manière agressive jusqu'à la Page contenant le Lien ;
- Conditionner psychologiquement l'Utilisateur afin qu'il clique automatiquement sur les boutons d'action et de paiement et/ou qu'il saisisse automatiquement son numéro de téléphone. Notamment, tout système de piège à clics est interdit. Le but du « piège à clics » ou « click training » est d'imposer un maximum de clics tout en instituant un parcours déloyal et trompeur quant à la finalité du produit vendu ou de l'abonnement souscrit. Par exemple, est jugé trompeur un parcours comportant plusieurs pages où les textes et/ou éléments graphiques et visuels sont répétés de manière à pousser le client à cliquer sur le « Lien » en détournant son attention et son consentement ;
- Utiliser sans justification contextuelle adéquate, des icônes ou éléments graphiques susceptibles de représenter des fonctionnalités inexistantes sur le Support de promotion, tels que par exemple un lecteur multimédia fictif ou une icône de téléchargement, pouvant laisser penser à l'Utilisateur qu'il peut réaliser directement cette fonctionnalité sur le Support de promotion.

La livraison d'un autre contenu ou l'accès à un autre service de l'Editeur ou d'un éditeur tiers ne peut pas être conditionnée, liée ou subordonnée à l'abonnement à un Service. Ainsi, les procédés consistant à inciter l'Utilisateur à s'abonner à un Service, pour participer à un tirage au sort, connaître son gain, connaître les résultats d'un test, accéder à d'autres contenus ou services, etc. sont interdits, même si le Service effectivement délivré une fois l'inscription finalisée est autorisé. En particulier, la pratique dite du « content locking », ou vente liée est interdite.

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

Conformément aux Recommandations du Code de l'ARPP et au Code de la Chambre de Commerce Internationale, doivent notamment être respectés les points suivants :

- Toutes les communications commerciales doivent être légales, décentes, honnêtes et véridiques.
- Les communications commerciales doivent respecter la dignité humaine et ne doivent pas inciter à ou tolérer toute forme de discrimination, y compris celle fondée sur l'origine ethnique ou nationale, la religion, le sexe, l'âge, les attributs physiques, la santé mentale, le handicap ou l'orientation sexuelle.

Les communications commerciales ne doivent contenir aucune incitation ni sembler cautionner ou encourager l'ensemble des actes illégaux, illicites et répréhensibles visés par la législation en vigueur.

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

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

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

Cas de l'affiliation

L'Editeur s'engage à ce que l'ensemble de ses opérations publicitaires soient maîtrisées par lui-même.

Est entendu par maîtrise des opérations publicitaires, que l'Editeur doit être à tout moment :

- En capacité d'agir sur la diffusion de ses messages publicitaires : emplacements, coupure/modification...
- En mesure de garantir que tous les éléments créatifs diffusés aient été validés en amont par lui-même.

Afin de lutter contre les pratiques frauduleuses et les communications commerciales trompeuses associées aux chaînes d'affiliation complexes, , le recours à des pratiques d'affiliation marketing basées sur un modèle de rémunération à la vente (CPA) impliquant une succession d'intermédiaires n'est pas autorisé dans la stratégie d'acquisition des services utilisant la Solution Internet+. Cette interdiction vise à assurer la loyauté des parcours d'acquisition et la protection des consommateurs

Ainsi, l'Editeur s'engage à mettre en œuvre, une pratique d'acquisition d'Utilisateurs via un trafic maîtrisé qui se matérialise notamment par les sources suivantes : Google (Search, Display), média sociaux, achat programmatique (via des DSP et sur des AdExchange), achat direct auprès de régies publicitaires (sites média, opérateurs mobiles, réseaux de native advertising, réseaux de publicités vidéos).

En outre, le recours à de l'achat média n'exonère pas l'Editeur de mettre en œuvre des solutions de monitoring de son activité publicitaire, afin notamment de :

- Détecter les éventuels comportements anormaux
- Maîtriser l'ensemble de son trafic en temps réel

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 l'ARCOM (une grille d'évaluation est proposée à titre indicatif en Annexe 1) ne doivent comporter :

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

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

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



ARTICLE 3 – SPECIFICITES LIEES A LA PROSPECTION DIRECTE

3. A) L'Editeur ne doit pas se livrer à des pratiques commerciales réputées agressives telles que définies dans l'article 121-6 du Code de la Consommation.

Ainsi l'Editeur de service s'interdit :

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

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

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

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

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

3. B) Auto-promotion

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

L'envoi d'un contenu d'auto-promotion par SMS vers un Utilisateur ne peut avoir lieu que du lundi au samedi, de 8h à 22h, et hors jours fériés, ou à défaut dans l'heure qui suit le dernier achat par l'Utilisateur. L'Editeur ne doit pas adresser à chaque Utilisateur plus de trois (3) SMS de contenu d'auto-promotion par semaine à la suite du dernier achat par l'Utilisateur. Par ailleurs, le SMS de contenu d'auto-promotion doit être envoyé dans les 60 jours qui suivent l'acte d'achat ou la fin d'un abonnement effectué par l'Utilisateur ou, à défaut d'achat, qui suivent l'expression de son consentement à recevoir des tels messages.

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

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

La nature publicitaire du message d'auto-promotion doit être clairement identifiée comme telle. Le nom de l'Editeur ou le nom commercial du Service doit être indiqué en en-tête du texte du contenu d'auto-promotion. Le contenu d'auto-promotion doit contenir exclusivement des contenus publicitaires ou promotionnels portant sur le Service consommé par l'Utilisateur ou

des services analogues édités par le même Editeur. Lorsque le service promu n'est pas le Service de l'Editeur mais le service d'un tiers, le transfert des données personnelles de l'Utilisateur doit être expressément autorisé par ce dernier.

Le contenu d'auto-promotion doit contenir exclusivement des contenus publicitaires ou promotionnels destinés à tout public ou à un public correspondant à une tranche d'âge inférieure ou égale à celle que l'Utilisateur a préalablement utilisée, ces tranches d'âge étant déterminées conformément aux recommandations de l'ARCOM (et à la grille d'évaluation proposée à titre indicatif en Annexe 1). Tout texte ou contenu à caractère pornographique ou violent est interdit.

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

Le contenu d'auto-promotion doit informer l'Utilisateur de la possibilité d'exercer son droit d'opposition à ne plus recevoir de contenus d'auto-promotion de l'Editeur :

- Si le support est un SMS, par l'envoi du mot-clé STOP au numéro SMS
- Si le contenu d'auto-promotion contient une URL, cette URL d'arrivée doit contenir un lien explicite permettant à l'Utilisateur de ne plus recevoir de Contenus d'auto-promotion.

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

ARTICLE 4 – UTILISATION DE LA MARQUE INTERNET+

L'Editeur respecte le Kit d'utilisation de la marque Internet+ pour toute communication visuelle relative à tout Service ouvert auprès de l'ensemble des Opérateurs. Le Kit d'utilisation de la marque Internet+ est disponible sur le site www.af2m.org/internet-plus

L'Editeur s'engage à positionner un lien vers le site www.surmafature.fr sur son site Internet lorsque la Solution Internet+ est présente.

CHARTRE DE CONCEPTION : ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES A LA CONCEPTION DES SERVICES INTERNET+ MOBILE

Les stipulations de la présente Charte relatives aux modalités de présentation visuelle, ergonomique et fonctionnelle applicables à l'étape de paiement, notamment en matière de libellé, de colorimétrie, de contraste, de typographie, d'espacement, de positionnement ou de recueil du consentement, ont pour seule finalité de contribuer à la protection de l'Utilisateur à la lisibilité de l'information tarifaire et à la sécurisation du consentement au paiement. Elles ont vocation à s'appliquer exclusivement à la phase terminale du parcours conduisant à l'initiation effective du paiement ou de l'Interaction tarifée, et ne sauraient être interprétées comme ayant pour objet d'encadrer, d'orienter ou d'harmoniser, au-delà de ce qui est strictement nécessaire à cet objectif, les choix opérés par les Éditeurs pour la conception des étapes amont de leurs parcours, notamment en matière de présentation des produits, services, contenus, promotions, messages commerciaux ou interfaces.

PRÉAMBULE : NATURE DES SERVICES POUVANT DONNER LIEU À UN ABONNEMENT

Dans le cadre de la conception de son Service, l'Editeur s'engage à proposer la souscription d'un abonnement uniquement pour des contenus ou services dont la nature le requiert. Celle-ci doit être compatible avec la reconduction de l'abonnement (exemples : accès illimité à des contenus ou à des services, livraison régulière de contenus, ...).

ARTICLE 1 – CREATION D'UN COMPTE ET MISE A DISPOSITION D'UN ESPACE « MON COMPTE » DANS LE CAS DES SERVICES A L'ABONNEMENT

La création d'un Compte est obligatoire dans le cas des services à l'abonnement. Ce compte a pour objectif de permettre à l'Utilisateur de s'identifier pour accéder au Service souscrit.

Sur la base de cet identifiant de compte, et tout autre information dont il dispose, l'Editeur doit s'assurer que l'Utilisateur ne peut pas s'abonner plusieurs fois au même Service quel que soit le terminal ou la connexion utilisés lors de sa souscription au dit service.

La création du Compte peut être réalisée, au choix de l'Editeur, avant ou après l'accès au Parcours de Paiement, tel que défini dans l'article 2 de la Charte de conception.

Dans le cas où la création du compte est réalisée avant l'accès au Parcours de Paiement, l'Utilisateur renseigne, à un endroit prévu à cet effet, soit son numéro de téléphone mobile, soit son adresse email, ou s'identifie via tout procédé basé sur l'une ou l'autre de ces informations personnelles (ex : Facebook connect).

Dans le cas où la création du compte est réalisée après l'accès au Parcours de Paiement, l'Editeur propose à l'Utilisateur, sur la première page Internet qu'il affiche suite au Parcours de Paiement, exclusivement dédiée à cet usage, de créer un compte en renseignant soit son numéro de téléphone mobile, soit son adresse e-mail, ou en s'identifiant via tout procédé basé sur l'une ou l'autre de ces informations personnelles (ex : Facebook connect). Dans le cas où,

pour une quelconque raison propre à l'Utilisateur, celui-ci ne renseigne pas son identifiant, l'Editeur attribue l'identifiant de son choix à l'Utilisateur.

Dans tous les cas, l'Utilisateur doit pouvoir à tout moment modifier son identifiant d'accès au Service, dans son espace Mon compte.

Immédiatement à la suite de la souscription au Service, l'Editeur transmet à l'Utilisateur par SMS :

- Les informations lui permettant d'accéder à son compte et au Service souscrit
- Les coordonnées du Service d'assistance aux Utilisateurs, notamment le numéro de téléphone ou l'adresse email tels que définis à l'article 6 ci-dessous

Il peut également les lui transmettre par e-mail, à condition que cet e-mail ait été renseigné par l'Utilisateur.

Aucun message publicitaire ou d'auto-promotion ne peut être envoyé avant l'envoi de ce SMS ou de cet e-mail par l'Editeur. Aucun message publicitaire d'auto-promotion ne peut être présent dans ce SMS ou dans cet e-mail.

Sur l'ensemble des pages du Service de l'Editeur (c'est-à-dire la page d'accueil du Service, les pages affichées par l'Editeur suite au Parcours de Paiement, celles sur lesquelles le service est délivré, celles sur lesquelles le service est proposé à l'Utilisateur, et notamment celle contenant le Lien), l'Editeur met à disposition de l'Utilisateur un bouton « Mon compte ». L'accès à l'espace « Mon compte » permettra notamment à l'Utilisateur d'accéder au service via son Compte (article 4), de résilier le service (article 5), de connaître les coordonnées du service d'assistance aux Utilisateurs (article 6).

ARTICLE 2 – ACCES AU PARCOURS DE PAIEMENT

Le Parcours de Paiement correspond aux différentes étapes permettant de conclure un contrat à distance par voie électronique, conformément aux dispositions légales applicables

Le régime applicable à la Page contenant le Lien dépend de l'ajout ou non par l'Opérateur d'une Page intermédiaire de paiement.

Une Page d'Authentification ou toute étape exclusivement destinée à identifier l'Utilisateur est sans incidence sur cette qualification. De même, une page ajoutée par l'Opérateur à titre correctif à la suite d'un manquement déontologique ou contractuel de l'Editeur ne permet pas de requalifier le Parcours classique en Parcours Alternatif.

2.1 Règles et caractéristiques applicables pour le Parcours Classique

Dans le cadre du Parcours Classique, les étapes nécessaires à la conclusion du contrat à distance par voie électronique, telles que prévues par la réglementation, sont réparties entre la Page contenant le Lien et la Page de Paiement Opérateur.

La Page contenant le Lien constitue l'étape de la commande, tandis que la Page de Paiement Opérateur permet à l'Utilisateur de confirmer définitivement sa commande et de procéder au paiement.

Dans le cadre du Parcours Classique la Page contenant le Lien est soumise aux règles spécifiques de conception prévues au présent article 2.1.

Sur la Page contenant le Lien, l'Editeur fait apparaître un logo Internet+ parmi ceux disponibles dans le kit d'utilisation de la marque Internet+ (hors pictogramme).

Les URL des Pages contenant le Lien relevant du Parcours Classique sont renseignées et mises à jour en permanence sur l'extranet prévu à cet effet.

L'utilisation de tout moyen technique permettant de contourner les règles relatives aux dimensions, aux tailles de police ou à la visibilité des informations est interdite. La balise suivante doit être présente dans l'en-tête de la Page contenant le Lien :

```
<meta name="viewport" content="width=device-width,initial-scale=1.0" />
```

Aucune application mobile, notamment sous la forme d'un fichier .apk ou .ipa, ne peut être automatiquement lancée ou téléchargée depuis la Page contenant le Lien.

Dans le cas d'un Service à l'abonnement, lorsque la création du Compte est réalisée après la confirmation du paiement, l'Editeur met en œuvre, avant l'activation du Lien, un mécanisme d'identification de l'Utilisateur fondé soit sur une information transmise par l'Opérateur, soit sur un système de cookies.

2.1.1 Caractéristiques et format du Lien

Le Lien est matérialisé par un bouton cliquable qui doit respecter les conditions suivantes :

1. Il ne doit pas excéder la taille de 100 pixels de hauteur quel que soit le terminal ou le mode d'affichage (paysage ou portrait).
2. Il doit être uniquement de forme carrée ou rectangulaire, avec ou sans coins arrondis.
3. Sa surface est la zone cliquable menant vers la Page de Paiement Opérateur (sauf Exception point 2.1.4).
4. Il ne peut pas contenir d'icône, même adossée à la mention explicative.
5. Sa couleur de fond doit être unie (pas d'image de fond).
6. Tout élément textuel ou graphique doit se trouver à plus de 10 pixels du bouton.
7. Un layer ou pop-up avec un Lien peut mener vers la Page de Paiement Opérateur mais respectera l'ensemble des conditions 1 à 6 décrites ci-avant dans le présent article.

En parcours réseau mobile (hors parcours wifi) le Lien matérialisé par un bouton cliquable doit respecter la condition supplémentaire suivante :

Chaque Opérateur communique aux Éditeurs les spécifications techniques relatives au positionnement de son bouton de paiement sur sa Page de Paiement Opérateur, comprenant notamment les indications nécessaires à l'identification de la zone d'affichage dudit bouton.

Sur la base des spécifications ainsi communiquées, les Éditeurs veillent à positionner le Lien de manière à éviter qu'il soit placé au même niveau ou en alignement visuel direct avec le

bouton de paiement de l'Opérateur, afin de limiter tout risque de confusion dans le parcours utilisateur, sous réserve des variations d'affichage inhérentes aux environnements techniques, terminaux et formats d'écran utilisés.

2.1.2 Mention explicative au sein du Lien

2.1.2.1 Cas général pour les Services hors interactivité antenne (Médias TV ou Radio)

Le Lien doit comporter en son sein une Mention explicative répondant aux conditions suivantes :

- Les termes autorisés sont les suivants :

Service à l'acte : Autour de la notion Acheter et Payer	Service par abonnement : Autour de la notion Payer	Service par abonnement : Autour de la notion S'abonner
J'achète	Paiement / Payer / Je paye	S'abonner à [nom du service]
Paiement	Continuer vers le paiement	Je m'abonne à [nom du service]
Payer / Je paye	Accéder au paiement	S'abonner en deux clics
Continuer vers le paiement	Aller au paiement	Continuer et s'abonner
Accéder au paiement	Valider et payer	Je veux m'abonner
Aller au paiement	Commencer l'essai, payer dans 7 jours	Oui je m'abonne
Valider et payer		S'abonner
		S'abonner et payer

- La police utilisée doit être de l'Arial, Calibri, Helvetica ou Verdana.
- La taille doit être comprise entre 12 et 35 pixels

Dans les cas éventuels où la mention explicative au sein du Lien clignote, son temps d'affichage doit être supérieur au temps de battement où elle ne s'affiche pas. Aucun effet graphique ne doit rogner la distance de 10 pixels minimum entre le bouton et la Mention Tarifaire.

2.1.2.2 Cas particulier des Services proposés dans le cadre d'une interactivité antenne (Médias TV ou Radio)

Les dispositions mentionnées ci-après sont applicables uniquement aux Services proposés dans le cadre d'une opération d'interactivité antenne diffusée par un média TV ou Radio, lorsque la Page contenant le Lien est hébergée sur le site internet de l'éditeur du média concerné.

L'accès à cette Page contenant le Lien peut résulter :

- d'une annonce réalisée à l'antenne dans le cadre du programme TV ou Radio concerné ; ou
- d'une opération d'auto-promotion du média diffusée sur ses propres supports

Pour l'application du présent article, constitue une auto-promotion du média toute communication réalisée directement par l'éditeur du média concerné, sous sa responsabilité et sur ses propres antennes, sites internet, applications, comptes officiels sur les réseaux sociaux ou autres espaces éditoriaux.

Par dérogation aux règles générales applicables à la Mention explicative figurant au sein du Lien, des formulations adaptées aux opérations d'interactivité antenne peuvent être utilisées, sous réserve que le Lien mentionne directement soit le terme « payer » ou une déclinaison de ce terme, soit le montant TTC facturé à l'Utilisateur au titre de son achat.

À titre d'exemple, et sans que cette liste soit limitative, peuvent notamment être utilisées les formulations suivantes :

- « Je paye ma participation » ;
- « Je paye mon vote » ;
- « Je paye [montant] € pour participer » ;
- « Je paye [montant] € pour voter » ;
- « Confirmer et payer [montant] € » ;
- « Je participe pour [montant] € » ;
- « Je vote pour [montant] € » ;
- « Jouer maintenant – [montant] € » ;
- « Je tente ma chance – [montant] € ».

D'autres formulations peuvent être utilisées dès lors qu'elles respectent les conditions prévues au présent article.

Les autres exigences applicables au Lien demeurent inchangées.

2.1.3 Informations tarifaires

Format de la Mention Tarifaire

Dans toute page contenant un Lien, l'Editeur doit indiquer de façon visible, lisible et non ambiguë, la Mention Tarifaire. Sa visibilité ne doit pas être altérée par la police « libre » des accroches marketing.

La Mention Tarifaire respectera les règles suivantes :

- Elle est fixe et figée hors du bouton sans aucun élément pouvant masquer sa présence.
- Elle doit être à une distance de 10 pixels du lien
- Tout autre élément graphique, textuel doit être à une distance minimale de 10 pixels de la mention tarifaire.
- Si une barre de cookies apparaît sur la page, elle ne doit pas masquer la Mention Tarifaire.
- Elle sera précisée comme suit :
 - Lorsqu'il s'agit d'un achat ponctuel : « X EURO » où X désigne le prix total du Service TTC.
 - Lorsqu'il s'agit d'une souscription à un service récurrent : « Abonnement X EURO(S) par [périodicité] » ou « abonnement : X euro(s) par [périodicité] », où X désigne le prix total du Service TTC. L'ordre de ces notions de la Mention Tarifaire ne peut être modifié.
- Le terme « Abonnement » est celui accolé à la notion de prix du service. Par conséquent, la mention tarifaire ne peut être le nom du service suivi immédiatement du prix du service.
- Le terme « par » peut être remplacé par « / ».
- Le terme « Abonnement » / « abonnement » ne peut pas être abrégé.
- La mention EURO ou EUROS doit être écrite en toutes lettres. Le sigle € peut également être utilisé. Aucune autre modification ne peut être apportée à ces textes.
- Les espaces entre les différents termes de la Mention tarifaire doivent être respectés.
- Elle doit être présentée dans le sens horizontal.
- L'ensemble des informations présentes dans la Mention tarifaire doit avoir la même taille de police, au moins 14 pixels. La police utilisée doit être de l'Arial, Calibri, Helvetica ou Verdana.
- La couleur de la Mention Tarifaire est libre dès lors que les règles de contraste précisées à l'article 3.3 sont respectées.
- Dans le cas où le service propose une période de promotion, celle-ci doit être sur une ligne distincte de celle de la Mention Tarifaire.
- La Mention tarifaire et la période de promotion tarifaire si applicable sont complétées sur une ligne distincte par l'un des termes suivants « Payé sur votre facture mobile », « Prélevé sur votre facture mobile », « Paiement sur facture mobile

- » « Abonnement/Achat payé sur votre facture mobile », « Abonnement/Achat prélevé sur votre facture mobile » ;
- Tout élément graphique ou textuel suivant ces informations doit figurer à une distance minimale de 10 pixels.

Couleur du fond sur lequel est apposée la Mention Tarifaire

La Mention Tarifaire est toujours positionnée sur un fond uni.

Dans tous les cas, la couleur du fond doit obligatoirement :

- Avoir une opacité de 100%.
- Valider un ratio de contraste supérieur à 8 :1 selon le standard WCAG.

* Le ratio de contraste sera ici calculé selon les recommandations du W3C (World Wide Web Consortium) en matière d'accessibilité des contenus web (WCAG 2.0) accessible à cette url : <https://www.w3.org/TR/WCAG20/#contrast-ratiodef>

A titre indicatif, un outil permettant de calculer simplement ce ratio est disponible à cette url : <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>

Exemple de disposition des informations de la Mention Tarifaire



S'abonner au service

Abonnement : 3.00€ / semaine
Première semaine offerte
Abonnement prélevé sur votre facture mobile

Mention explicative comportant l'un des termes autorisés
Police Arial, Calibri, Helvetica ou Verdana de 12 à 35px

10px

Mentions sur deux (sans période de promotion) ou trois (avec période de promotion) lignes
Police Arial, Calibri, Helvetica ou Verdana de 14px minimum
Ratio de contraste minimum de 8:1

10px minimum

La disposition des informations constituant la mention tarifaire doit respecter la chronologie suivante :

- Abonnement x € par semaine
- Première semaine offerte (si pertinent)
- Abonnement/Achat prélevé sur votre facture mobile

2.1.4 Visuel(s) cliquable(s) avec accès direct à la Page de Paiement Opérateur

1. Il est toléré la mise en place d'une zone cliquable de 150 pixels de hauteur maximale contenant le bouton d'une hauteur comprise entre 75 et 100 pixels. Cette zone cliquable reste la seule qui mène vers la Page de Paiement Opérateur. Dans cette zone il n'y aura pas d'ajout de texte.
2. La couleur du bouton doit se distinguer du fond du (des) visuel(s).
3. Le(s) visuel(s) ne sera (seront) pas une vidéo en arrêt (mode « player ») et ne comportera (comporteront) pas d'icône (pas de triangle de validation, player etc...).
4. Si une zone cliquable est en partie affichée à l'écran lorsque la page est chargée alors la Mention Tarifaire correspondant à cette zone cliquable doit être parfaitement visible.

2.1.5 Présence de plusieurs Liens menant vers la Page de Paiement Opérateur au sein d'une même page

La présence de plusieurs Liens menant vers la Page de Paiement Opérateur est autorisée dès lors que l'ensemble des Liens respecte la totalité des règles exposées aux articles 2.1.1 à 2.1.4 ci-dessus. Ces liens menant vers la Page de Paiement Opérateur sont espacés d'au minimum 100 pixels.

2.1.6 Informations des Utilisateurs

Les pages contenant un Lien doivent fournir un certain nombre d'informations à l'Utilisateur afin que celui-ci puisse donner son consentement éclairé au moment de confirmer son acte d'achat. Ces pages doivent à cette fin contenir notamment un lien vers les conditions générales de vente (C.G.V.) du Service, ainsi que les informations suivantes :

a. Informations sur les caractéristiques essentielles du Service

Les caractéristiques essentielles du Service doivent être présentées sur la Page contenant le Lien. Ces caractéristiques essentielles doivent être claires, lisibles, intelligibles, transparentes et exhaustives. Elles ne peuvent pas être uniquement indiquées dans les mentions légales ou les mentions de bas de page.

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 Page contenant le Lien, ainsi que du nombre de contenus accessibles, par période dans le cas des Services à l'abonnement.

Lorsque le Service consiste à accéder ou à télécharger un ou plusieurs contenus utilisables uniquement sur un téléphone mobile, et que la Page contenant le Lien n'est pas sur 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.

En complément des caractéristiques essentielles du Service, l'Editeur doit inclure au-dessus du Lien un descriptif clair et loyal du Service ainsi qu'un visuel d'illustration en rapport avec ce Service.

Des descriptions ou illustrations qui décrivent simplement l'action demandée à l'Utilisateur sans décrire le Service sont interdites.

Le texte doit être rédigé en langue française et l'illustration ne peut pas être uniquement le logo du service.

Les descriptions ou illustrations ne doivent pas induire en erreur l'Utilisateur.

b. Informations sur les conditions 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.

Lorsque le Service n'est pas compatible avec l'ensemble des terminaux, l'Editeur ne propose à l'Utilisateur que des Services ou des contenus compatibles avec son terminal. S'il souhaite lui proposer des Services ou contenus non compatibles avec son terminal ou s'il existe un doute sur la compatibilité, l'Editeur incite l'Utilisateur à vérifier la compatibilité de son terminal avant d'accéder au Parcours de Paiement, et met à sa disposition un outil de vérification de la compatibilité.

Cet outil est accessible dans toutes les pages Internet sur lesquelles figure le Lien, directement ou via un lien. Dans ce dernier cas, le Lien est positionné hors des mentions légales ou des mentions de bas de page. L'Editeur dispose par ailleurs, à proximité de ce Lien, ainsi que de l'outil de vérification de la compatibilité, un des pictogrammes proposés sur le site www.af2m.org, sur lesquels figure la mention « Mon mobile est-il compatible ? ».

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

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

Lorsque le Support de promotion 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.

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

2.1.7 Présence de plusieurs modes de paiement pour un achat à l'acte ou un abonnement

a. Lorsque l'offre tarifaire est identique

Dans le cas où l'Editeur propose sur une même page le choix de plusieurs modes de paiement dont la Carte bancaire et/ou PayPal aux côtés de la Solution Internet+, il sera toléré que cette page donne accès à la Page de Paiement Opérateur.

Le nom de la boutique et la Mention Tarifaire seront alors présents dans une zone sur fond uni, clairement identifié, à une distance de 15 pixels au-dessus de la zone de sélection du 1er mode de paiement.

Un texte clair devra inviter l'Utilisateur à choisir un des moyens de paiement. Par exemple : « Choisissez votre paiement », « Sélectionnez votre moyen de paiement », etc...

La Mention Tarifaire devra mentionner le nom du service, son prix, la périodicité du prélèvement. Il pourra être fait mention du « sans engagement de durée ».

Tous ces éléments devront apparaître sur la page sans que l'Utilisateur n'ait à scroller (au-dessus de la ligne de flottaison).

b. Lorsque plusieurs offres tarifaires sont proposées

La Mention Tarifaire devra être positionnée à l'intérieur du Lien lorsque le fond de la page n'est pas uni.

La Mention Tarifaire pourra être positionnée à proximité du Lien lorsque le fond de la page est uni, et à une distance de 10 pixels sans qu'aucun autre élément ne se trouve entre le Lien et la Mention Tarifaire.

Dans le cas où la Mention Tarifaire n'est ni à l'intérieur ni à proximité du Lien, le clic sur le bouton « choix de la Solution Internet+ Mobile » devra conduire vers une landing page ou un layer/pop-up respectant les règles décrites en l'article 2 « Mention explicative au sein du Lien ».

2.1.8 Transmission de l'URL d'origine (referer)

Lorsque cela est techniquement possible, l'Editeur met en œuvre les mesures nécessaires dans le cadre de l'implémentation des parcours de paiement des Services via la Solution Internet+ afin que le referer de la Page de Paiement Opérateur corresponde exactement à l'adresse url de la Page contenant le Lien qui a conduit l'Utilisateur sur la Page de Paiement Opérateur.

2.1.9 Timer

Un timer de 500 millisecondes doit être mis en place sur la page contenant le Lien menant à la Page de Paiement Opérateur. Ainsi, aucun clic d'un Utilisateur sur le Lien effectué dans ce délai ne peut rediriger vers la Page de Paiement Opérateur.

2.2 Règles applicables au Parcours Alternatif

Le Parcours est qualifié de Parcours Alternatif lorsque l'Opérateur choisit d'ajouter une Page intermédiaire de paiement. Dans ce cas, après l'activation du Lien, les différentes étapes nécessaires à la conclusion du contrat à distance par voie électronique, telles que prévues par la réglementation, relèvent de l'Opérateur.

Dans ce cadre, la Page contenant le Lien ne participe pas à la conclusion du contrat par voie électronique. Elle n'est donc pas soumise aux règles spécifiques de conception prévues à l'article 2.1.

La Page contenant le Lien demeure toutefois soumise aux dispositions légales et réglementaires applicables ainsi qu'aux règles de déontologie et de communication de la présente Charte. Elle devra également respecter les règles suivantes.

2.2.1 Descriptif du service

La landing page doit présenter un descriptif clair et loyal du service proposé sans induire en erreur l'Utilisateur. Lorsque le Lien se trouve au-dessus de la ligne de flottaison au chargement de la page, toutes les informations listées ci-dessous doivent également apparaître au-dessus de la ligne de flottaison.

2.2.2 Caractéristiques et format du Lien

Le Lien est matérialisé par un bouton cliquable qui doit respecter les conditions suivantes :

1. Il ne doit pas excéder la taille de 100 pixels de hauteur quel que soit le terminal ou le mode d'affichage (paysage ou portrait).
2. Il doit être uniquement de forme carrée ou rectangulaire, avec ou sans coins arrondis.
3. Sa surface est la zone cliquable menant vers la PPO.
4. Il ne peut pas contenir d'icône, même adossée à la mention explicative.
5. Sa couleur de fond doit être unie (pas d'image de fond).
6. Tout élément textuel ou graphique doit se trouver à plus de 10 pixels du bouton.
7. Un layer ou pop-up avec un Lien peut mener vers la Page de Paiement opérateur mais respectera l'ensemble des conditions 1 à 6 décrites ci-avant dans le présent article.

2.2.3 Mention explicative au sein du lien

Le Lien doit comporter en son sein une Mention explicative répondant aux conditions suivantes :

1. Les termes autorisés sont les suivants : « OK », « Valider », « Confirmer », « Continuer », « Accepter », « Souscrire », « S'abonner », « Payer », « Acheter », « Profiter », « Accéder », « D'accord », « Poursuivre » ou l'un de ses dérivés (exemple : « J'accepte », « Je m'abonne », « J'en profite ») ou être la Mention tarifaire elle-même.

La mention explicative pourra comporter deux termes de cette liste. Ex : « Continuer et Confirmer ».

2. La taille doit être comprise entre 12 et 35 pixels.

2.2.4 Mention tarifaire

a. Taille de la mention

La mention tarifaire doit être lisible, en police minimum de 12 pixels.

Si une barre de cookies apparaît sur la page, elle ne doit pas masquer la Mention Tarifaire.

b. Contraste de la mention

La Mention Tarifaire est toujours positionnée sur un fond uni.

Dans tous les cas, la couleur du fond doit obligatoirement :

- Avoir une opacité de 100%.
- Valider le point 1.4.6 du standard WCAG (Contraste amélioré niveau AAA) correspondant ici à un ratio de contraste* supérieur à 4.5 :1 pour des Mentions tarifaires de 12 pixels en gras (cas général).
- Valider le point 1.4.6 du standard WCAG (Contraste amélioré niveau AAA) correspondant ici à un ratio de contraste* supérieur à 7 :1 pour des Mentions tarifaires de 12 pixels non gras (cas possible lorsque le prix se trouve à l'intérieur du Lien).

c. Contenu de la mention

Lorsqu'il s'agit d'un achat ponctuel : « X EURO » où X désigne le prix total du Service TTC.

Lorsqu'il s'agit d'une souscription à un service récurrent : « Abonnement X EURO(S) par [périodicité] » ou « abonnement : X euro(s) par [périodicité] », où X désigne le prix total du Service TTC. L'ordre de ces notions de la Mention Tarifaire ne peut être modifié.

- Le terme « Abonnement » ou « Abo » est celui accolé à la notion de prix du service. Par conséquent, la mention tarifaire ne peut être le nom du service suivi immédiatement du prix du service.

- Le terme « par » peut être remplacé par « / ».

- Le terme « Abonnement » / « abonnement » peut être abrégé en « Abo » / « abo ».

- Les termes "Sans engagement" ou "Sans engagement de durée" peuvent être ajoutés à la suite de la Mention Tarifaire.

Lorsqu'une période de gratuité est proposée, cette précision s'applique en plus dans la Mention Tarifaire.

d. Position de la mention tarifaire

La position de la Mention Tarifaire est soumise aux règles suivantes.

Elle se trouve à :

- L'intérieur du Lien

ou

- À l'extérieur du Lien. Tout élément graphique, textuel sera à une distance minimale de 10 pixels de la Mention Tarifaire.

Si le fond de la page n'est pas uni, elle se trouve sur un fond uni accolé au Lien.

ARTICLE 3 – CONFIRMATION DES UTILISATEURS

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

La Page de Paiement Opérateur comporte les informations suivantes :

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

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

ARTICLE 4 – ACCES AU SERVICE

A la suite du Parcours de Paiement, ou le cas échéant à la suite de la création du Compte, l'Utilisateur est redirigé automatiquement vers la page Internet sur laquelle l'Utilisateur peut consommer le Service.

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

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

Dans tous les cas lorsqu'il s'agit d'un Service à l'abonnement, l'Utilisateur peut à tout moment accéder au Service en se connectant à son Compte dans l'espace « Mon compte ».

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

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

- Lorsque le catalogue de l'Editeur contient des contenus, similaires ou analogues, compatibles avec le terminal de l'Utilisateur, les contenus compatibles, et uniquement ceux-là, sont proposés, dans le cadre du Service, à l'Utilisateur.
- Lorsque le catalogue de l'Editeur ne contient pas ou quasiment pas de contenus, similaires ou analogues, compatibles avec le terminal de l'Utilisateur, l'Editeur informe l'utilisateur des différents moyens d'accéder au service (depuis un ordinateur par exemple) et doit l'informer de la possibilité de se désabonner à tout moment dans le cas où l'Utilisateur ne disposerait pas d'autres moyens d'accéder au service.

ARTICLE 5 – RESILIATION DU SERVICE DANS LE CAS DES SERVICES A L'ABONNEMENT

Sur la page d'accueil de l'espace « Mon compte » figure un bouton explicite permettant à l'Utilisateur de se désabonner, et ce durant la période de temps prévue par la réglementation applicable¹⁰.

A ce titre, l'Editeur utilise un des termes « Désabonnement » ou « Résiliation » ou un terme dérivé.

En cliquant sur ce bouton, l'Utilisateur est redirigé vers une page sur laquelle figurent de manière visible, sans qu'il ne soit nécessaire pour l'Utilisateur de naviguer sur la page :

¹⁰ <https://signal.conso.gouv.fr/fr/actualites/resilier-contrats-en-ligne>

- Un bouton « Se désabonner » ou « Résilier », lui permettant, s'il est authentifié par l'Editeur et dans la mesure où l'Opérateur le permet, de résilier son abonnement sans qu'aucune autre action de sa part ne soit nécessaire.
- Dans le cas contraire, les instructions à suivre par l'Utilisateur pour se désinscrire du Service.

ARTICLE 6 – SERVICE D'ASSISTANCE AUX UTILISATEURS

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

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

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

Le service d'assistance doit proposer une réponse à l'Utilisateur dans un délai de cinq jours ouvrés lorsque la demande a été effectuée par courrier postal ou par courrier électronique.

Le numéro de téléphone et l'adresse email ou postale de ce service d'assistance doivent figurer dans l'ensemble des supports de promotion du Service lorsque celui-ci le permet. Ils figurent également dans l'espace « Mon compte » dans le cas des services à l'abonnement.

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 : <https://extranetafmm.fr>. L'Editeur est informé que l'ensemble de ces informations est mis à disposition du public sur le site www.surmafacture.fr.

Par ailleurs, l'Editeur doit faire référence au site www.surmafacture.fr sur la page « Mon compte » en incluant un lien hypertexte vers l'url du site.

ARTICLE 7 – SERVICE AVEC CODE D'ACCES

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

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

Il est interdit d'inciter un Utilisateur à saisir plusieurs codes d'accès sans lui fournir, après la saisie de chaque code d'accès, le contenu ou le service numérique correspondant au code

d'accès, quelle qu'en soit la raison (promesse d'une augmentation des chances de gain dans un jeu, d'un gain de temps, etc...).

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

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

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

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

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

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

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

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

ARTICLE 9 – PRIX DES SERVICES

Tout service doit respecter les conditions suivantes :

- Un prix unique pour un Service donné que l'Utilisateur accède au service en WIFI, 3G...
- Une tarification du Service (prix, période, promotion) unique quel que soit l'opérateur

	Prix maximum autorisé* (TTC, hors coût de connexion)
Acte	20 €
Abonnement hebdomadaire	3 € par semaine
Abonnement mensuel	10 € par mois

** Cette grille est donnée à titre informatif sans présumer des conditions des Opérateurs (prix généralement constatés).*

CHARTRE DE NOMMAGE : ENSEMBLE DES REGLES APPLICABLES AU NOMMAGE DES SERVICES INTERNET+ MOBILE

L'Editeur de service, ci- après l'Editeur, doit respecter les présentes règles applicables au nommage des services facturés à l'Utilisateur au moyen de la Solution Internet +. 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.

L'objectif de cette Charte est d'assurer la transparence et la loyauté dans la délivrance du Service.

ARTICLE 1 – PRINCIPES DIRECTEURS

1.1 Loyauté à l'égard des Utilisateurs

Le Nom du Service fourni par l'Editeur doit être loyal. Il ne doit pas être susceptible d'induire l'Utilisateur en erreur sur le contenu, la nature du Service proposé, les tarifs, les possibilités ou les modalités de délivrance du Service proposé, tel que décrit par l'Editeur lors de la déclaration du Service auprès de l'Af2m et de créer la confusion avec les services d'un tiers.

Le Nom du Service fourni par l'Editeur ne doit pas employer le champ lexical relatif à la publicité ou à la promotion.

Le Nom du Service ne peut consister en une dénomination exclusivement générique, usuelle ou nécessaire afin de désigner le Service fourni par l'Editeur aux Utilisateurs, ni être composé exclusivement de termes indiquant la qualité essentielle ou la composition du Service fourni par l'Editeur aux Utilisateurs.

A titre d'exemple, ne peuvent être enregistrés des noms exclusivement constitués de la dénomination d'un courant musical tels que « POP », « HARD ROCK », « HOUSE », d'un sport tels que « RUGBY », « FOOTBALL », d'une ville notoire, telles que « PARIS », « MARSEILLE », « LYON », « MADRID », « ROME », d'une profession réglementée, telles que « AVOCAT(S) », « NOTAIRE(S) », ...

L'Editeur s'engage à ce que le Nom du Service ne porte pas atteinte :

- à l'ordre public
- 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
- à la réglementation en vigueur, et notamment :
 - à la loi du 29 juillet 1881 relative à la liberté de la presse. A titre d'exemple, sont ainsi interdits les Noms de Services constitués de termes injurieux, racistes, sexistes ou homophobes ;
 - au droit de la consommation. Ainsi, les noms comprenant une référence à une notion de prix, offre promotionnelle (Essayez, Offert, Gratuit, Illimité), format tarifaire (acte/ abonnement) sont interdits.

L'Editeur s'engage à ce que le Nom du Service :

- n'encourage pas la commission de crimes et/ou délits ou incitant à la consommation de substances interdites ou au suicide
- n'incite pas à la discrimination, à la haine ou à la violence.

1.2 Principes à l'égard de la jeunesse

Le Nom du Service fourni par l'éditeur et destiné à la jeunesse doit tout particulièrement ne comporter aucun message :

- pouvant heurter la sensibilité des jeunes enfants et des mineurs,
- présentant sous un jour favorable tout comportement considéré usuellement comme répréhensible
- à caractère violent ou pornographique,

1.3 Loyauté à l'égard des professionnels

D'une manière générale, le Nom du Service fourni par 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 le nom d'une marque ou une raison sociale pour faire valoir son Service sans l'accord express de l'entité titulaire des droits.

1.3.1 Loyauté à l'égard des Editeurs concurrents

L'Editeur doit effectuer les recherches préalables afin que le nom de son Service ne puisse prêter à confusion avec ceux déjà existants, mais aussi avec les dénominations sociales, noms commerciaux, noms de domaine ou tout autre signe distinctif antérieur et les Noms de Services précédemment enregistrés. A ce titre, l'Editeur s'engage à vérifier la disponibilité du Nom de Service choisi et à effectuer toute recherche d'antériorité nécessaire.

A cette fin, notamment, l'Editeur est invité à s'assurer de la disponibilité du Nom du Service sur le site www.surmafacture.fr

1.3.2 Loyauté à l'égard des opérateurs et de l'Af2m

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

Le Nom du Service doit respecter l'objet du Service tel qu'il a été déclaré auprès de l'Opérateur et ne doit pas être de nature à induire, même potentiellement, une quelconque confusion entre l'Editeur et les Opérateurs ou entre son Service et les services des Opérateurs.

L'Editeur s'engage également à ce que le Nom du Service ne soit pas susceptible d'entraîner un risque de confusion avec l'Af2m.

En conséquence, l'Editeur s'engage à garantir l'Af2m, ainsi que les Opérateurs de toute conséquence directe, y compris les frais d'avocats, que pourrait engendrer au préjudice de l'Af2m et/ou des Opérateurs le non-respect de cette obligation.

1.3.3 Loyauté à l'égard des ayants droits

Le Nom du Service fourni par l'Editeur ne doit pas porter atteinte ni contrefaire aucune marque, droit d'auteur ou tout autre droit de propriété intellectuelle.

L'Editeur déclare que le Nom du Service ne porte atteinte à aucun droit dont un tiers pourrait se prévaloir, et notamment, sans que cette liste soit limitative, aux marques, y compris ainsi qu'aux droits de la personnalité (nom patronymique, pseudonyme...), droits d'auteur, Noms de Services antérieurs des Editeurs.

1.3.4 Loyauté à l'égard des professions réglementées/ Autorités publiques

L'Editeur s'engage à ne pas utiliser de Noms de Service composé du nom de professions réglementées, de termes liés au fonctionnement de l'Etat (tels que notamment, « ministère »...) et des collectivités territoriales ou de leurs organes délibératifs (« mairie », « conseil régional », etc.) sans détenir de droits sur de tels termes.

1.4. Unicité du Nom de Service

L'Editeur est garant des données déclarées chez l'Opérateur ou transmises au fil de l'eau lors des transactions de paiement.

Ainsi le Nom du Service déclaré, transmis au fil de l'eau à l'Opérateur ou indiqué dans les SMS d'information Utilisateur doit être strictement identique au champ « nom du service » de l'Extranet Af2m, avec la même orthographe et la même casse (minuscule/majuscule) et ne doit en aucun cas être complété par une accroche.

1.5. Cas des Services de la catégorie « déconseillés aux moins de 16 ans »

Le nom de Service appartenant à la catégorie « déconseillé aux moins de 16 ans » ne doit pas comporter d'éléments faisant référence à un univers pornographique ou suggérant que le service pourrait contenir du contenu pornographique

ARTICLE 2 – CONTRAINTES SYNTAXIQUES

Le Nom du Service peut être constitué d'un maximum de 18 caractères. Il doit être de type alphanumérique, c'est-à-dire n'être formé que de lettres et de chiffres. Il ne doit contenir aucun sigles (€, \$; £...). Les seuls caractères spéciaux autorisés sont le point (.) et le tiret (-).

LE Nom du Service ne peut pas être une déclinaison numérique d'un Service déjà existant (exemple : NOM 1, NOM 2...). Il ne doit inclure ni signe de ponctuation ni signe diacritique (accents et cédilles).

Le Nom du Service ne doit contenir aucune forme juridique comme Sa, Sarl..

Les Url ne sont pas autorisées.

L'utilisation des majuscules est soumise aux règles suivantes :

- la majuscule est autorisée en première lettre uniquement sauf lorsque le Service est composé de deux ou plusieurs mots accolés, afin de favoriser la lisibilité, une majuscule initiale est autorisée pour chacun des mots
- lorsque le Service est composé de plusieurs mots, la majuscule est autorisée pour chacun des mots
- Sont interdits les Noms de Service composés exclusivement de majuscules, à l'exception toutefois de ceux composés de 2,3 ou 4 majuscules.

Concernant les informations renseignées dans l'Extranet Af2m :

- le champ « nom du service » ne peut être une URL
- l'URL générale d'accès au service sera reprise à l'identique (sans préfixe http://) dans le champ Mots-clés de l'Extranet Af2m, afin de faciliter la recherche des coordonnées de l'Assistance aux Utilisateurs dans l'annuaire inversé disponible sur le site <https://www.surmafacture.fr>

ARTICLE 3 – MOTIFS DE REFUS DU NOM DE SERVICE LORS DE LA DECLARATION A L'Af2m

L'Af2m ne procède à aucune recherche ni analyse relative à la disponibilité du Nom du Service eu égard aux droits antérieurs des tiers. La vérification de la non-utilisation du Nom du Service eu égard aux droits antérieurs dont peuvent se prévaloir les tiers incombe exclusivement à l'Editeur.

L'Af2m se réserve le droit de refuser un Nom de Service si celui-ci contrevient aux dispositions des articles de la présente Charte de nommage.

L'Af2m se réserve également le droit de refuser un Nom de Service pour tout autre motif légitime.

ARTICLE 4 – REGLES APPLICABLES AUX VISUEL ET ACCROCHE

Le visuel et l'accroche associée, implémentés sur la Page de Paiement Opérateur, doivent respecter l'ensemble des obligations applicables au nommage des services. L'accroche doit proposer un texte concis et explicite.

ANNEXE 1 : CLASSIFICATION DES CONTENUS

Les règles de classification des contenus suivent les recommandations de l'ARCOM disponibles ici : <https://www.arcom.fr/actualites/campagne-de-sensibilisation-la-signaletique-jeunesse-de-larcom-proteger-les-mineurs-face-aux-ecrans>

A titre indicatif, la grille d'analyse ci-dessous est fournie par l'af2m et reprise de la « Classification des contenus multimédias mobiles » du Forum des droits sur l'internet du 17 octobre 2006.

1. Grille d'évaluation

La grille d'évaluation fournit, pour chacune des catégories, des exemples destinés à aider les Éditeurs à identifier la catégorie dont relèvent leurs contenus. Ces exemples s'apprécient en tenant compte des éléments de modulation exposés au point 2.

1.1. Nudité - sexe

Catégorie	Critère d'évaluation	Exemples
Déconseillé aux moins de 12 ans	Représentation ou description de scènes à connotation sexuelle.	Nudité intégrale ; postures suggestives ; nudité associée à des situations suggestives ; représentation insistante de scènes de nu (vidéo, quantité de représentation).
Déconseillé aux moins de 16 ans	Représentation et description de scènes visant à l'excitation sexuelle de l'utilisateur.	Attitude provocante ; représentation destinée à réduire l'être à un objet sexuel ; attouchements et actes sexuels simulés ou suggérés.
Réservé aux adultes	Représentation ou description de scènes à caractère pornographique.	Mise en avant ou exposition d'organes génitaux ; attouchements sexuels et masturbation ; actes sexuels non simulés ou laissant apparaître les organes génitaux.

1.2. Violence physique - psychologique

Catégorie	Critère d'évaluation	Exemples
Déconseillé aux moins de 12 ans	Représentation ou description de scènes de violence physique ou psychologique.	Violence gratuite à l'encontre de personnages imaginaires ; représentation positive ou insistante de l'usage d'armes réalistes ; scènes angoissantes.

Catégorie	Critère d'évaluation	Exemples
Déconseillé aux moins de 16 ans	Représentation ou description de scènes de grande violence.	Violence à l'égard d'êtres humains ou d'animaux ; scènes sanguinolentes ou de suicide ; scènes d'horreur.
Réservé aux adultes	Représentation ou description de scènes de très grande violence.	Violence à l'égard d'êtres humains vulnérables ; sang et/ou blessures en grandes quantités ou en détail ; mutilations ; slapping.

1.3. Langage

Catégorie	Critère d'évaluation
Déconseillé aux moins de 12 ans	Langage grossier.
Déconseillé aux moins de 16 ans	Langage cru, ordurier, obscène.

1.4. Danger potentiel - comportements réprouvés par la société

Catégorie	Critère d'évaluation	Exemples
Déconseillé aux moins de 12 ans	Représentation ou description d'actions susceptibles d'inciter les mineurs de moins de 12 ans à commettre des actes dangereux ou réprouvés par la société.	Destruction gratuite et délibérée d'objets ; usage d'objets et de produits dangereux.
Déconseillé aux moins de 16 ans	Représentation ou description d'actions susceptibles d'inciter les mineurs de moins de 16 ans à commettre des actes dangereux ou réprouvés par la société.	Jeux d'argent opérés par des structures autorisées ; représentation positive de la consommation de tabac et d'alcool ; présentation d'actes délictueux ou criminels sous un jour positif ; consommation de stupéfiants ; activités susceptibles d'être

Catégorie	Critère d'évaluation	Exemples
		imitées et pouvant entraîner des blessures graves ou la mort.
Réservé aux adultes	Représentation ou description d'actions susceptibles d'inciter les mineurs à commettre des actes illégaux ou répréhensibles par la société.	Valorisation d'activités susceptibles d'être aisément imitées et pouvant entraîner des blessures graves ou la mort.

2. Modulation de l'évaluation

Il convient, au moment d'évaluer les contenus proposés au public par un service en ligne, de tenir compte d'éléments susceptibles d'influer sur la perception que l'on peut avoir du contenu qui y est mis à disposition.

Le contexte, l'actualité au moment de la classification, le traitement et l'intention de la représentation ou de la description peuvent avoir un effet aggravant ou atténuant sur la perception du contenu concerné et conduire l'Éditeur à élever ou à abaisser le niveau de classification de son contenu. De façon générale, tout ce qui permet de restituer du sens aux images ou aux messages peut conduire à une appréciation plus souple de la classification ; à l'inverse, tout ce qui court-circuite le sens, notamment par le montage, la rapidité ou le cadrage, peut conduire à une appréciation plus stricte de la classification.

2.1. L'intention et le contexte

Le contexte dans lequel intervient la représentation ou la description d'une scène détermine une partie du sens et de l'appréciation qui pourra en être faite.

Le traitement à des fins pédagogiques, artistiques ou humoristiques d'un sujet potentiellement préjudiciable à des mineurs est susceptible d'en atténuer l'impact. À l'inverse, une représentation de ce sujet à des fins strictement « récréatives » ou d'excitation du public, ainsi que l'incitation à accomplir l'acte représenté, sont susceptibles de rendre le sujet plus sensible et donc à classer de manière plus stricte. De même, l'inscription d'un sujet potentiellement préjudiciable aux mineurs dans un contexte narratif plus élaboré est susceptible d'en atténuer la perception préjudiciable. Ainsi, la description d'actes sexuels ou la représentation d'organes génitaux dans un contexte strictement pédagogique est susceptible de justifier que la classification d'un contenu soit atténuée, de même que la diffusion d'une image violente à des fins et dans un cadre informatif.

2.2. L'actualité

L'actualité constitue un autre élément de contexte de nature à influencer sur la perception d'un contenu. La classification doit donc en tenir compte.

L'évocation de certains sujets peut devenir inappropriée en fonction de l'actualité du moment et justifier un renforcement de la classification d'un contenu.

2.3. Le traitement

Le traitement réservé à un sujet peut influencer considérablement sur la perception qu'en aura le public. Le support d'expression - dessin, image, texte... -, le caractère plus ou moins réaliste et détaillé d'un contenu, le format de la représentation, le niveau sonore et l'abondance de scènes comparables sont susceptibles d'atténuer ou de renforcer le caractère choquant d'un contenu.

Une unique scène isolée représentant une posture suggestive sera probablement classée de manière atténuée lorsqu'elle s'inscrit dans un récit. À l'inverse, un extrait de film, notamment une bande-annonce, peut, s'il est centré sur une ou plusieurs scènes à caractère potentiellement préjudiciable, être beaucoup plus impactant pour un mineur que la même scène diffusée dans le cadre d'un film de longue durée. Enfin, la quantité ou l'insistance de certaines représentations peut conduire à une forme de banalisation susceptible d'induire une classification supérieure, notamment en cas de banalisation d'images de violence ou de sexualité.