

RECOMMANDATIONS DÉONTOLOGIQUES RELATIVES AUX SERVICES TÉLÉMATIQUES

Les fournisseurs de services télématiques s'engagent à respecter les présentes recommandations déontologiques. Ces dernières se composent des engagements déontologiques et d'une annexe intitulée "Rappel des principaux textes applicables à la télématique".

Engagements de déontologie professionnelle

ARTICLE 1 INFORMATION DES UTILISATEURS

A) Le fournisseur de service s'engage, sous réserve des conditions générales du contrat, à informer les utilisateurs, en début de communication ou directement à partir du sommaire de son service dès l'établissement de la communication, sur le prix du service de manière claire et non équivoque.

B) Le fournisseur de service s'engage :

- à rendre accessibles dès l'établissement de la communication directement à partir du sommaire de son service,

* les informations visées à l'article 6 III de la loi du 21 juin 2004;

* tous les éléments de nature à permettre à toute personne de faire connaître une réclamation et d'exercer ses droits, notamment son droit de réponse ;

* la durée maximale du service telle que précisée à l'article 2 § A ci-dessous

C) Le fournisseur de service s'engage à mettre les utilisateurs en mesure de connaître le rythme de mise à jour des services. Lorsque la date et l'heure de l'information elle-même sont nécessaires à une information complète de l'utilisateur, celles-ci seront indiquées dans le message. Il en va notamment ainsi des cours des valeurs cotées en bourse.

D) Dans tous les cas où un service fait l'objet d'un reroutage vers un service au tarif plus élevé, le fournisseur de service de départ s'engage à indiquer le nouveau tarif d'une manière claire et non équivoque avant l'action de l'utilisateur enclenchant le processus de reroutage et marquant ainsi son acceptation du prix.

ARTICLE 2 LOYAUTÉ DU SERVICE

A) A l'égard des utilisateurs :

Le fournisseur de service s'engage à :

- offrir un service loyal. A cet effet, l'utilisateur ne devra pas être induit en erreur sur le contenu et les possibilités des produits et services proposés par quelque moyen que ce soit. Lorsque le service a recours à des animateurs personnes physiques ou automates, celui-ci le mentionnera dans la description de son service accessible à partir du sommaire : toute publicité doit être annoncée en tant que telle. La promotion relative à un service télématique ne peut prendre la forme d'une petite annonce de quelque nature qu'elle soit.

Les services de conseil (médicaux, juridiques etc.) doivent contenir clairement en sommaire du service ou en début de communication, un avertissement à l'usage des utilisateurs soulignant que les conseils contenus au sein du service télématique ne sont donnés qu'à titre d'informations et ne sauraient remplacer une consultation auprès d'un praticien qualifié. Ces services doivent indiquer l'identité du ou des spécialistes qui prennent la responsabilité des conseils fournis ou le moyen d'accéder à cette information.

Le fournisseur de service diffusant des annonces et notamment des annonces d'emplois s'engage à :

- indiquer dans tous les choix possibles de rubriques ayant trait aux annonces, avant toute consultation de ces rubriques et de façon arborescente, le nombre d'annonces y figurant,

- vérifier la réalité de ces annonces

- supprimer immédiatement celles qui sont périmées ou qui n'ont plus d'objet.

Il doit pouvoir justifier des mesures prises à cet effet et conserver dès lors pendant un mois à compter de la date à laquelle les annonces ont cessé d'être mises à la disposition du public, les enregistrements des annonces diffusées ainsi que tous documents afférents.

Le fournisseur de service s'engage à ne pas utiliser, dans son service télématique, les coordonnées d'une personne privée sans son accord exprès.

Le fournisseur de service s'engage à retirer immédiatement de son service télématique les coordonnées d'une personne dès lors que celle-ci s'est plainte que lesdites coordonnées étaient mentionnées sur ledit service sans son accord.

Pour les services vocaux à revenus partagés dont le coût pour l'utilisateur est en tout ou partie lié à la durée pour un montant supérieur à 0,15 Euro ttc par minute, la durée de la communication est limitée à trente minutes.

B) A l'égard des fournisseurs concurrents :

Le fournisseur de service s'engage à :

- exercer une concurrence loyale. En conséquence, le fournisseur de service et le centre serveur s'interdisent notamment d'intervenir sur un service dans l'intention de le détruire ou d'en détourner les utilisateurs.
- effectuer les recherches préalables afin que le nom et le code d'accès de son service ne puissent prêter à confusion avec ceux déjà existants.

C) A l'égard de l'opérateur :

Le fournisseur de service s'engage à respecter l'objet de son service tel qu'il a été déclaré lors de la signature du contrat ou des avenants ultérieurs audit contrat.

ARTICLE 3 CONTENU DU SERVICE

A) Ensemble des services

Le fournisseur de service s'engage à ne pas utiliser ou suggérer la représentation d'activités contraires aux lois en vigueur et de ce fait à porter atteinte à l'image de l'opérateur et à celle des fournisseurs de services télématiques.

Le fournisseur de service s'engage à éviter tout risque de confusion entre lui-même et l'opérateur dans le service fourni. Le service doit être identifié en début de message.

En particulier, il s'engage à ne pas mettre à la disposition du public :

- des messages à caractère violent ou pornographique, des messages 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 ;
- des messages encourageant la commission de crimes et/ou délits ou incitant à la consommation de substances interdites ;
- des messages incitant à la discrimination, à la haine ou à la violence.

La responsabilité du directeur de la publication, telle que rappelée en annexe des présentes recommandations est susceptible d'être engagée à raison des messages ou informations mis à la disposition du public à un instant donné, et notamment les messages, informations, les listes de pseudonymes, petites annonces, etc.

En conséquence, le fournisseur de service s'engage à effectuer une surveillance constante des informations mises à la disposition du public, de manière à éliminer, avant diffusion, les messages susceptibles d'être contraires aux lois et règlements en vigueur.

Le fournisseur de service s'engage à ne pas attribuer de bonification aux utilisateurs en fonction du temps qu'ils ont passé sur le service ou du nombre d'appels qu'ils ont émis vers le service, notamment sous la forme d'un droit d'accès à un autre service télématique qui ne respecterait pas les présentes recommandations.

Les messages publicitaires diffusés par le service doivent être présentés comme tels.

B) Services destinés à la jeunesse

Les services destinés à la jeunesse doivent tout particulièrement ne comporter aucune rubrique, aucun message présentant sous un jour favorable le banditisme, le mensonge, le vol, la paresse, la lâcheté, la haine, la débauche ou tous actes qualifiés crimes ou délits ou de nature à démoraliser l'enfance ou la jeunesse, ou à inspirer ou entretenir des préjugés ethniques.

Ces services ne doivent comporter :

- aucune publicité ou annonce pour des publications ou d'autres services de communication audiovisuelle de nature à démoraliser l'enfance ou la jeunesse
- aucun message incitant les enfants à consulter d'autres services télématiques, à faire durer la consultation du service concerné ou à multiplier les appels de manière excessive.

C) Services de jeux

Le fournisseur de service s'engage à mentionner au sein de son service télématique que le règlement du jeu est disponible, à titre gratuit, à toute personne qui en fait la demande.

Le fournisseur de service précise au sein du service, le nom de l'officier ministériel auprès duquel le règlement a été déposé et les modalités d'accès à cette information.

D) Services d'informations boursières :

Le fournisseur de service s'engage à respecter les recommandations de la Commission des Opérations de Bourse notamment :

- la recommandation n°87-01 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 service télématique ;

- la recommandation n°93-01 relative à la diffusion par Minitel d'informations financières par les sociétés cotées qui vise à compléter la recommandation n°87-01.

E) Services faisant appel à la générosité publique

Les services télématiques utilisés dans le but de faire appel à la générosité du public ne doivent en aucun cas user de la fonction kiosque comme moyen intrinsèque de paiement des dons.

F) Services de vente

La prestation kiosque ne doit pas être, en tant que telle, utilisée comme moyen de paiement de biens matériels. En particulier, toute bonification, sous quelque forme que ce soit (par exemple lot ou bon d'achat) et liée directement en tout ou partie à la durée d'utilisation ou au nombre d'appels est interdite. »

G) Services de mise en relation

Le fournisseur d'un service permettant l'échange simultané ou quasi simultané de messages entre utilisateurs non identifiés de manière certaine s'engage à en surveiller le contenu public. Il s'engage à faire connaître au public par tout moyen adapté au support de communication utilisé, les règles de comportement conformes aux présentes recommandations. Il s'engage, en début de communication, à diffuser un avertissement à l'utilisateur mentionnant qu'il pourra être exclu du service en cas de comportement inadapté à ces règles et, en ce qui concerne les mineurs, à indiquer expressément qu'ils ne doivent donner aucune coordonnée personnelle.

H) Services de pièges

Les services de pièges vocaux ou écrits mettant en cause une tierce personne à son insu et sans son consentement sont interdits quel qu'en soit le tarif

I) Services vocaux à revenus partagés

Sur les services vocaux à revenus partagés facturés à la durée, sont exclus tous services dont le contenu correspond à la diffusion d'histoires pour adultes et à la diffusion d'annonces de rencontre entre personnes.

Sur les services vocaux à revenus partagés facturés en partie à la durée et en partie à l'appel, sont exclus tous services dont le contenu correspond à la diffusion d'histoires pour adultes et à la diffusion d'annonces de rencontres entre personnes mais également tous les services dont le contenu correspond en tout ou partie à l'un des alinéas suivants :

- annonces (emploi, etc.),
- services principalement destinés à l'enfance,
- Jeux, lotos et paris en tout genre,
- services d'astrologie, de voyance, d'art divinatoire, d'horoscope, de biorythmes,
- services de simulation de prêt,
- services permettant l'échange simultané ou quasi simultané de messages entre utilisateurs non identifiés de manière certaine.

ARTICLE 4 PROMOTION DU SERVICE

Engagements portant sur la promotion du service

Le fournisseur de service s'engage dans tout support de promotion du service :

- à éviter tout risque de confusion entre lui-même et l'opérateur ;
- à faire connaître explicitement le prix du service pour l'utilisateur, exprimé en euros T.T.C. par minute, que ce prix soit un prix au forfait ou à la durée ;
- à indiquer sa marque d'accès d'une manière précise ;
- à porter à la connaissance du public son identité telle que précisée aux conditions particulières dans tout support de promotion du service,
- pour les services de conseil spécialisés, à porter à la connaissance du public l'identité des spécialistes qui y collaborent.

A ces fins, les informations ci-dessus doivent être claires et non équivoques et selon le support utilisé lisibles ou/et audibles.

Le fournisseur de service prend l'engagement dans tout support de promotion du service de :

- ne pas employer d'images dégradantes du corps de l'homme ou de la femme ; il sera tout particulièrement attentif à la protection des mineurs,
- ne pas induire en erreur les utilisateurs sur le contenu et les possibilités des produits et services proposés.

Il s'engage également à ne pas faire de publicité directe ou indirecte pour :

- un service contraire aux présentes recommandations ;
- les produits faisant l'objet d'une interdiction législative comme le tabac (article 355-24 à 355-32 du code de la santé publique),
- les boissons alcooliques, sous réserve notamment des dispositions des articles L.17 et L.17.1 du code des débits de boisson.

Le fournisseur de service s'interdit de faire à destination des enfants de la publicité pour des services à tarif élevé.

Le fournisseur de service s'engage à respecter les recommandations du Bureau de Vérification de la publicité (BVP).

Le fournisseur de service s'interdit d'afficher des publicités en dehors des espaces commercialisés ou mis à disposition à cet effet. Le fournisseur de service doit être en mesure de produire la facture ou tout document établissant que l'affichage a été fait sur un emplacement réservé à cet effet.

Le fournisseur de service s'interdit de faire la prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen, conformément aux dispositions de l'article L 34-5 du code des Postes et des communications électroniques

RECOMMANDATIONS DÉONTOLOGIQUES RELATIVES AUX SERVICES TÉLÉMATIQUES

Annexe- 1

Rappel des principaux textes applicables à la télématique

1 Lois sur la communication au public par voie électronique

Les services télématiques ou d'informations téléphonées de communication audiovisuelle sont régis par les lois n° 82-652 du 29 juillet 1982 relative à la communication audiovisuelle et n°86-1067 du 30 septembre 1986, relative à la liberté de communication modifiées.

Aux termes de l'article 2 de la loi 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, on entend par communication au public par voie électronique toute mise à disposition du public ou de catégories de public, par un procédé de communication électronique, de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature qui n'ont pas le caractère d'une correspondance privée.

Aux termes de l'article 1 – IV de la loi 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique :

On entend par communication au public en ligne toute transmission, sur demande individuelle, de données numériques n'ayant pas un caractère de correspondance privée, par un procédé de communication électronique permettant un échange réciproque d'informations entre l'émetteur et le récepteur.

Tout service de communication au public par voie électronique est tenu d'avoir un directeur de la publication (Article 93-2 modifié de la loi n°82-652 du 29 juillet 1982)

Lorsque le directeur de la publication jouit de l'immunité parlementaire dans les conditions prévues par l'article 26 de la Constitution et par les articles 9 et 10 du protocole du 8 avril 1965 sur les privilèges et immunités des communautés européennes, il désigne un codirecteur de la publication choisi parmi les personnes ne bénéficiant pas de l'immunité parlementaire et, lorsque le service de communication est assuré par une personne morale, parmi les membres de l'association, du conseil d'administration, du directoire ou les gérants suivant la forme de ladite personne morale.

Le codirecteur de la publication doit être nommé dans le délai d'un mois à compter de la date à partir de laquelle le directeur de la publication bénéficie de l'immunité mentionnée à l'alinéa précédent.

Le directeur et, éventuellement, le codirecteur de la publication doivent être majeurs, avoir la jouissance de leurs droits civils et n'être privés de leurs droits civiques par aucune condamnation judiciaire.

Toutes les obligations légales imposées au directeur de la publication sont applicables au codirecteur de la publication.

Lorsque le service est fourni par une personne morale, le directeur de la publication est le président du directoire ou du conseil d'administration, le gérant ou le représentant légal, suivant la forme de la personne morale.

Lorsque le service est fourni par une personne physique, le directeur de la publication est cette personne physique

Au cas où l'une des infractions prévues par le chapitre IV de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse est commise par un moyen de communication au public par voie électronique, le directeur de la publication ou, dans le cas prévu au deuxième alinéa de l'article 93-2 de la présente loi, le codirecteur de la publication sera poursuivi comme auteur principal, lorsque le message incriminé a fait l'objet d'une fixation préalable à sa communication au public.

A défaut, l'auteur, et à défaut de l'auteur, le producteur sera poursuivi comme auteur principal.

Lorsque le directeur ou le codirecteur de la publication sera mis en cause, l'auteur sera poursuivi comme complice.

Pourra également être poursuivi comme complice toute personne à laquelle l'article 121-7 du code pénal sera applicable

L'article 6-III de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique fait obligation aux personnes dont l'activité est d'éditer un service de communication au public en ligne de mettre à la disposition du public dans un standard ouvert

a) S'il s'agit de personnes physiques, leurs nom, prénoms, domicile et numéro de téléphone et, si elles sont assujetties aux formalités d'inscription au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, le numéro de leur inscription;

b) S'il s'agit de personnes morales, leur dénomination ou leur raison sociale et leur siège social, leur numéro de téléphone et, s'il s'agit d'entreprises assujetties aux formalités d'inscription au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, le numéro de leur inscription, leur capital social, l'adresse de leur siège social
:

c) Le nom du directeur ou du codirecteur de la publication et, le cas échéant, celui du responsable de la rédaction au sens de l'article 93-2 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 précitée ;

d) Le nom, la dénomination ou la raison sociale et l'adresse et le numéro de téléphone du prestataire mentionné au 2 du I.

2. Les personnes éditant à titre non professionnel un service de communication au public en ligne peuvent ne tenir à la disposition du public, pour préserver leur anonymat, que le nom, la dénomination ou la raison sociale et l'adresse du prestataire mentionné au 2 du I, sous réserve de lui avoir communiqué les éléments d'identification personnelle prévus au 1.

Le fait de ne pas avoir respecté ces prescriptions est sanctionné pénalement d'un an d'emprisonnement et de 75 000 € d'amende.

L'article 6-IV de cette loi précise que :

Toute personne nommée ou désignée dans un service de communication au public en ligne dispose d'un droit de réponse, sans préjudice des demandes de correction ou de suppression du message qu'elle peut adresser au service.

La demande d'exercice du droit de réponse est adressée au directeur de la publication ou, lorsque la personne éditant à titre non professionnel a conservé l'anonymat, à la personne mentionnée au 2 du I qui la transmet sans délai au directeur de la publication. Elle est présentée au plus tard dans un délai de trois mois à compter de la mise à disposition du public du message justifiant cette demande.

Le directeur de la publication est tenu d'insérer dans les trois jours de leur réception les réponses de toute personne nommée ou désignée dans le service de communication au public en ligne sous peine d'une amende de 3 750 € sans préjudice des autres peines et dommages-intérêts auxquels l'article pourrait donner lieu.

Les conditions d'insertion de la réponse sont celles prévues par l'article 13 de la loi du 29 juillet 1881 précitée. La réponse sera toujours gratuite.

Un décret en Conseil d'Etat fixe les modalités d'application du présent article.

2 Protection des mineurs

L'article 227-23 du Code Pénal punit de trois ans d'emprisonnement et de 45 000 € d'amende :

« Le fait, en vue de sa diffusion, de fixer, d'enregistrer ou de transmettre l'image ou la représentation d'un mineur lorsque cette image ou cette représentation présente un caractère pornographique (...).

Le fait de diffuser une telle image ou représentation, par quelque moyen que ce soit, de l'importer ou de l'exporter, de la faire importer ou de la faire exporter, est puni des mêmes peines.

Les peines sont portées à cinq ans d'emprisonnement et à 75 000 € d'amende lorsqu'il a été utilisé, pour la diffusion de l'image ou de la représentation du mineur à destination d'un public non déterminé, un réseau de télécommunications.

L'article 227-24 du code pénal punit de trois ans d'emprisonnement et de 75 000 € d'amende le fait soit de fabriquer, de transporter, de diffuser par quelque moyen que ce soit et quel qu'en soit le support un message à caractère violent ou pornographique ou de nature à porter gravement atteinte à la dignité humaine, soit de faire commerce d'un tel message lorsque ce message est susceptible d'être vu ou perçu par un mineur.

Lorsque les infractions prévues au présent article sont commises par la voie de la presse écrite ou audiovisuelle, les dispositions particulières des lois qui régissent ces matières sont applicables en ce qui concerne la détermination des personnes responsables

3 Proxénétisme

L'article 225-5 du code pénal punit "le fait par quiconque, de quelque manière que ce soit :

- 1) d'aider, d'assister ou de protéger la prostitution d'autrui ;
- 2) de tirer profit de la prostitution d'autrui, d'en partager les produits ou de recevoir des subsides d'une personne se livrant habituellement à la prostitution ;
- 3) d'embaucher, d'entraîner ou de détourner une personne en vue de la prostitution ou d'exercer sur elle une pression pour qu'elle se prostitue ou continue à le faire.

Le proxénétisme est puni de sept ans d'emprisonnement et de 150 000 € d'amende.

L'article 225-6 du code pénal assimile "au proxénétisme le fait, par quiconque, de quelque manière que ce soit de faire office d'intermédiaire entre deux personnes dont l'une se livre à la prostitution et l'autre exploite ou rémunère la prostitution d'autrui".

4 Protection de la personne

Les articles 226-1 à 226-2 du code pénal punissent d'un an d'emprisonnement et de 45 000 € d'amende :

"le fait, au moyen d'un procédé quelconque, volontairement de porter atteinte à l'intimité de la vie privée d'autrui :

- 1) en captant, enregistrant ou transmettant, sans le consentement de leur auteur, des paroles prononcées à titre privé ou confidentiel ;
- 2) en fixant, enregistrant ou transmettant, sans le consentement de celle-ci, l'image d'une personne se trouvant dans un lieu privé ;

le fait de conserver, porter ou laisser porter à la connaissance du public ou d'un tiers ou d'utiliser de quelque manière que ce soit tout enregistrement ou document obtenu à l'aide d'un des actes prévus à l'article 226-1. Lorsque le délit est commis par voie de presse écrite ou audiovisuelle, les dispositions particulières des lois qui régissent ces matières sont applicables en ce qui concerne la détermination des personnes responsables".

Le traitement d'informations nominatives doit être effectué conformément aux dispositions de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée par la loi du 6 août 2004 dont certains articles sont codifiés aux articles 226-16 à 226-24 du code pénal. En particulier, l'article 226-22 dispose que : "le fait, par toute personne qui a recueilli, à l'occasion de leur enregistrement, de leur classement, de leur transmission ou d'une autre forme de traitement, des informations nominatives dont la divulgation aurait pour effet de porter atteinte à la considération de l'intéressé ou à l'intimité de sa vie privée, de porter, sans autorisation de l'intéressé ces informations à la connaissance d'un tiers qui n'a pas qualité pour les recevoir est puni de cinq ans d'emprisonnement et 300 000 € d'amende. La divulgation prévue à l'alinéa précédent est punie de trois ans d'emprisonnement et de 100 000 € d'amende lorsqu'elle est commise par imprudence ou négligence."

5 Décence

L'article R.624-2 du code pénal punit "le fait de diffuser sur la voie publique ou dans des lieux publics des messages contraires à la décence" ainsi que le fait, sans demande préalable du destinataire, d'envoyer ou de distribuer à domicile de tels messages ».

6 Atteinte aux systèmes de traitement automatisés de données

Les articles 323-1 et suivants du code pénal punissent les atteintes aux systèmes de traitement de données, ils disposent notamment que :

- le fait d'accéder ou de se maintenir frauduleusement dans toute ou partie d'un système de traitement automatisé de données est puni de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende ;

Lorsqu'il en est résulté soit la suppression ou la modification de données contenues dans le système, soit une altération du fonctionnement de ce système, la peine est de trois ans d'emprisonnement et de 45 000 € d'amende.

- le fait d'entraver ou de fausser le fonctionnement d'un tel système de traitement automatisé de données est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 75 000 € d'amende ;

- le fait d'introduire frauduleusement des données dans un tel système de traitement automatisé ou de supprimer ou de modifier frauduleusement les données qu'il contient est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 75 000 € d'amende.

7 Jeux et loteries

La loi du 21 mai 1836 modifiée portant prohibition des loteries dispose que sont "réputées loteries (et interdites comme telles) : les ventes d'immeubles, de meubles ou de marchandises effectuées par la voie du sort, ou auxquelles auront été réunis des primes ou autres bénéfices dus, même partiellement, au hasard et généralement toutes opérations offertes au public sous quelque dénomination que ce soit, pour faire naître l'espérance d'un gain qui serait acquis par la voie du sort". La contravention à ces prohibitions est punie des peines prévues au premier alinéa de l'article 2 et à l'article 3 de la loi n°83-628 du 12 juillet 1983 relative aux jeux de hasard.

Par ailleurs, les articles L.121-36 à L.121-41 du code de la consommation relatifs aux loteries publicitaires réglementent les opérations publicitaires réalisées par voie d'écrit qui tendent à faire naître l'espérance d'un gain. Ils disposent notamment :

Article L.121-36 - Les opérations publicitaires réalisées par voie d'écrit qui tendent à faire naître l'espérance d'un gain attribué à chacun des participants, quelles que soient les modalités de tirage au sort, ne peuvent être pratiquées que si elles n'imposent aux participants aucune contrepartie financière ni dépense sous quelque forme que ce soit.

Le bulletin de participation à ces opérations doit être distinct de tout bon de commande de bien ou service.

Article L. 124-37 - Les documents présentant l'opération publicitaire ne doivent pas être de nature à susciter la confusion avec un document administratif ou bancaire libellé au nom du destinataire ou avec une publication de la presse d'information.

Ils comportent un inventaire lisible des lots mis en jeu précisant, pour chacun d'eux, leur nature, leur nombre exact et leur valeur commerciale.

Ils doivent également reproduire la mention suivante : "le règlement des opérations est adressé, à titre gratuit, à toute personne qui en fait la demande" Ils précisent, en outre, l'adresse à laquelle peut être envoyée cette demande ainsi que le nom de l'officier ministériel auprès de qui le règlement a été déposé en application de l'article L. 121-38.

Article L. 121-38 - Le règlement des opérations ainsi qu'un exemplaire des documents adressés au public doivent être déposés auprès d'un officier ministériel qui s'assure de leur régularité. Le règlement mentionné ci-dessus est adressé, à titre gratuit, à toute personne qui en fait la demande.

8 Informations boursières

La diffusion d'informations boursières est régie par le code monétaire et financier instituant une autorité des marchés financiers et par le code de commerce.

Par ailleurs, la Commission des Opérations de Bourse, organisme antérieur à l'Autorité des marchés financiers a publié les recommandations suivantes :

- la recommandation n°87-01 qui contient les dispositions suivantes :

1) Comme dans la publication par voie de presse écrite, les informations et les opinions diffusées le sont sous la responsabilité de leurs auteurs, le fournisseur de service doit se considérer comme responsable, dans les mêmes conditions qu'un directeur de publication, de l'ensemble de ce qui est diffusé sur son serveur.

2) Les fournisseurs de service indiquent clairement les éléments rappelés par l'article 37 de la loi du 30 septembre 1986 et notamment par un bandeau en page d'accueil l'identité et les coordonnées du directeur de la publication dont la responsabilité est engagée.

3) Ils s'engagent à vérifier les informations qu'ils communiquent et à ne pas diffuser d'informations trompeuses notamment en raison de leur caractère partiel et à communiquer dans les meilleurs délais des rectificatifs en cas d'erreur.

4) Lorsqu'ils diffusent des communiqués à la demande d'un tiers l'origine en est précisée.

5) La retransmission des cours de bourse communiqués par les services de la Compagnie des agents de change doit être fidèle, sans ajout ni commentaire, avec indication du moment exact d'extraction (heure d'extraction des cours avec la date indiquée sur les supports informatiques donnés aux éditeurs).

6) La diffusion des cours de bourse dans tous les cas doit indiquer la source, l'heure de relevé et la date de chaque cours si pour des raisons techniques ils ne peuvent être tous saisis très exactement au même moment.

7) Dans tous les cas, les commentaires ou conseils boursiers doivent être distincts de l'indication des cours de bourse et indiquer leur origine par une mention visible sur l'écran.

8) Les fournisseurs de services qui prennent le risque de proposer dans leur magazine Minitel une rubrique de messages libres et anonymes, mentionnent par un message permanent que ces diffusions n'ont aucune valeur professionnelle ni d'information, ni de conseil. Ils doivent permettre à toute personne mise en cause de répondre et d'insérer à titre gratuit tout droit de réponse.

9) Les fournisseurs de service conservent sur un support magnétique ou papier tous les messages diffusés pendant six mois à compter de la cessation de leur diffusion.

En cas de contestation portée à leur connaissance, les éditeurs doivent conserver tous éléments de preuve au-delà de ce délai.

- la recommandation n°93-01 qui complète la recommandation précédente en prévoyant notamment :

Recommandation 1 : datage des informations

En vue d'éviter que le public soit induit en erreur par la consultation d'une information ancienne, la date à laquelle la dernière modification a été apportée sur le kiosque figure sur le premier écran de consultation. Sur l'écran de menu, la date de dernière mise à jour est également indiquée individuellement pour chaque rubrique proposée. Ce datage doit être automatisé, pour éviter d'une part les oublis, et d'autre part les risques d'erreur.

Recommandation 2 : mise à jour des informations :

La société qui choisit d'ouvrir un kiosque d'information financière a une obligation de mise à jour, qui est une obligation de résultat, ce qui implique que :

- toute information relative à une opération financière en cours donne les références du document visé par la COB, et indique les moyens de se le procurer sans frais (Cf. règlements n°88-04, 91-02, 92-02) ;

- toute information sensible ayant fait l'objet d'un communiqué doit figurer sur le Minitel, avec la référence, notamment si l'information est résumée, des communiqués dans leur version intégrale ;

- une information sensible ne doit pas être disponible sur le Minitel avant d'avoir été diffusée par voie de communiqué dans le public.

Recommandation 3 : authentification des informations :

La source de l'information doit être précisée. La commission recommande de faire figurer en clair s'il s'agit d'une information extraite d'une source publique (rapport annuel, publications comptables) ou s'il s'agit d'un commentaire, dont l'auteur sera alors nommément désigné.

Recommandation 4 : diffusion de données boursières

La société peut proposer la consultation d'un historique de ses cours de bourse, sous réserve que ces informations boursières soient accompagnées d'un horodatage précis, et d'une indication de la source. S'il s'agit de la retransmission de cours diffusés par le serveur de la SBF, ces cours sont présentés sans commentaires. Si les éléments boursiers ne sont pas exhaustifs, la société indique clairement quelle est la nature de l'extrait présenté (cours moyen, pondération éventuelle par volumes...).

La société ne peut pas proposer de conseils boursiers sur ses titres ou sur ceux du groupe auquel elle appartient. Elle peut en revanche faire état de l'existence d'une analyse financière extérieure. De façon plus générale, la société ne fait pas figurer sur son kiosque d'informations financières des conseils d'achat ou de vente portant sur des titres qu'elle détient en portefeuille.

Recommandation 5 : exclusion des messageries anonymes :

L'existence d'une messagerie anonyme n'est pas acceptable sur le kiosque de la société, du fait des risques d'utilisation abusive comme l'insertion possible de conseils d'achat ou de vente des titres de la société.

9 Protection des consommateurs

- Les articles L.121-16 et suivants du code de la consommation précisent notamment que dans le cadre d'une vente de biens et fournitures de prestations de services à distance, le consommateur dispose d'un délai de sept jours francs pour exercer son droit de rétractation sans avoir à justifier de motifs ni à payer de pénalités, à l'exception, le cas échéant, des frais de retour. Le délai mentionné à l'alinéa précédent court à compter de la réception pour les biens ou de l'acceptation de l'offre pour les prestations de services.

- l'article 121-20-3 du code de la consommation stipule que Le professionnel est responsable de plein droit à l'égard du consommateur de la bonne exécution des obligations résultant du contrat conclu à distance, que ces obligations soient à exécuter par le professionnel qui a conclu ce contrat ou par d'autres prestataires de services, sans préjudice de son droit de recours contre ceux-ci. Toutefois, il peut s'exonérer de tout ou partie de sa responsabilité en apportant la preuve que l'inexécution ou la mauvaise exécution du contrat est imputable, soit au consommateur, soit au fait, imprévisible et insurmontable, d'un tiers au contrat, soit à un cas de force majeure. »

- l'article L. 121-27 précise qu'à la suite d'un démarchage par téléphone ou par tout moyen technique assimilable, le professionnel doit adresser au consommateur une confirmation de l'offre qu'il a faite. Le consommateur n'est engagé que par sa signature. Il bénéficie alors des dispositions prévues aux articles L. 121-18, L. 121-19, L. 121-20, L. 121-20-1 et L. 121-20-3 relatifs à la vente de biens et fournitures de prestations de services à distance.

- L'article 121-18 précise que dans toute offre de vente d'un bien ou de fourniture de prestation de services qui est faite à distance à un consommateur, le professionnel est notamment tenu d'indiquer Le nom du vendeur du produit ou du prestataire de service, son numéro de téléphone, son adresse ou, s'il s'agit d'une personne morale, son siège social et, si elle est différente, l'adresse de l'établissement responsable de l'offre ;

- l'article L.121-1 du code de la consommation qui interdit toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après : existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriété, prix et conditions de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires.

- l'article L.311-4 du code de la consommation qui dispose que Toute publicité faite, reçue ou perçue en France qui, quel que soit son support, porte sur l'une des opérations de crédit à la consommation visées à l'article L. 311-2, est loyale et informative. A ce titre, elle doit :

1° Préciser l'identité du prêteur, la nature, l'objet et la durée de l'opération proposée ainsi que le coût total et, s'il y a lieu, le taux effectif global annuel du crédit, à l'exclusion de tout autre taux, ainsi que les perceptions forfaitaires ;

2° Préciser le montant, en euros, des remboursements par échéance ou, en cas d'impossibilité, le moyen de le déterminer. Ce montant inclut le coût de l'assurance lorsque celle-ci est obligatoire pour obtenir le financement et, le cas échéant, le coût des perceptions forfaitaires ;

3° Indiquer, pour les opérations à durée déterminée, le nombre d'échéances.

- Les articles L. 111-1 et L. 113-3 du code de la consommation qui prévoient que tout professionnel vendeur de biens ou prestataire de services doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou du service et doit par voie... d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix, les limitations éventuelles de la responsabilité contractuelle et les conditions particulières de la vente, selon les modalités fixées par arrêtés du ministre chargé de l'économie, après consultation du Conseil national de la consommation.

10 Article 34-5 du code des postes et communications électroniques :

Est interdite la prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen. Pour l'application du présent article, on entend par consentement toute manifestation

de volonté libre, spécifique et informée par laquelle une personne accepte que des données à caractère personnel la concernant soient utilisées à fin de prospection directe.

Constitue une prospection directe l'envoi de tout message destiné à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services ou l'image d'une personne vendant des biens ou fournissant des services. Toutefois, la prospection directe par courrier électronique est autorisée si les coordonnées du destinataire ont été recueillies directement auprès de lui, dans le respect des dispositions de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux 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'un courrier électronique de prospection lui est adressé. Dans tous les cas, il est interdit d'émettre, à des fins de prospection directe, des messages au moyen d'automates d'appel, télécopieurs et courriers électroniques, sans indiquer de coordonnées valables auxquelles le destinataire puisse utilement transmettre une demande tendant à obtenir que ces communications cessent sans frais autres que ceux liés à la transmission de celle-ci. Il est également interdit de dissimuler l'identité de la personne pour le compte de laquelle la communication est émise et de mentionner un objet sans rapport avec la prestation ou le service proposé.

La Commission nationale de l'informatique et des libertés veille, pour ce qui concerne la prospection directe utilisant les coordonnées d'une personne physique, au respect des dispositions du présent article en utilisant les compétences qui lui sont reconnues par la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 précitée. A cette fin, elle peut notamment recevoir, par tous moyens, les plaintes relatives aux infractions aux dispositions du présent article. Les infractions aux dispositions du présent article sont recherchées et constatées dans les conditions fixées par les premier, troisième et quatrième alinéas de l'article L. 450-1 et les articles L. 450-2, L. 450-3, L. 450-4, L. 450-7, L. 450-8, L. 470-1 et L. 470-5 du code de commerce. Un décret en Conseil d'Etat précise en tant que de besoin les conditions d'application du présent article, notamment eu égard aux différentes technologies utilisées.

11 Autres textes

Doivent être également mentionnés :

L'article 14 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique qui définit le commerce électronique comme l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services. Entrent également dans le champ du commerce électronique les services tels que ceux consistant à fournir des informations en ligne, des communications commerciales et des outils de recherche, d'accès et de récupération de données, d'accès à un réseau de communication ou d'hébergement d'informations, y compris lorsqu'ils ne sont pas rémunérés par ceux qui les reçoivent.

Une personne est regardée comme étant établie en France au sens du présent chapitre lorsqu'elle s'y est installée d'une manière stable et durable pour exercer effectivement son activité, quel que soit, s'agissant d'une personne morale, le lieu d'implantation de son siège social.

l'Article 16 de la loi n° 2004-575 du 21 juin pour la confiance dans l'économie numérique qui dispose que :

I. - Le commerce électronique s'exerce librement sur le territoire national à l'exclusion des domaines suivants :

1° Les jeux d'argent, y compris sous forme de paris et de loteries, légalement autorisés ;

2° Les activités de représentation et d'assistance en justice ;

3° Les activités exercées par les notaires en application des dispositions de l'article 1er de l'ordonnance n° 45-2590 du 2 novembre 1945 relative au statut du notariat.

L'article 17 de cette loi qui dispose que l'activité définie à l'article 14 est soumise à la loi de l'état membre sur le territoire duquel la personne qui l'exerce est établie, sous réserve de la commune intention de cette personne et de celle à qui sont destinés les biens ou services.

L'application de l'alinéa précédent ne peut avoir pour effet :

1° De priver un consommateur ayant sa résidence habituelle sur le territoire national de la protection que lui assurent les dispositions impératives de la loi française relatives aux obligations contractuelles, conformément aux engagements internationaux souscrits par la France. Au sens du présent article, les dispositions relatives aux obligations contractuelles comprennent les dispositions applicables aux éléments du contrat, y compris celles qui définissent les droits du consommateur, qui ont une influence déterminante sur la décision de contracter ;

2° De déroger aux règles de forme impératives prévues par la loi française pour les contrats créant ou transférant des droits sur un bien immobilier situé sur le territoire national ;

3° De déroger aux règles déterminant la loi applicable aux contrats d'assurance pour les risques situés sur le territoire d'un ou plusieurs Etats parties à l'accord sur l'Espace économique européen et pour les engagements qui y sont pris, prévues aux articles L. 181-1 à L. 183-2 du code des assurances.

L'article 18 de cette loi dispose que dans les conditions prévues par décret en Conseil d'Etat, des mesures restreignant, au cas par cas, le libre exercice de leur activité par les personnes mentionnées à l'article 16 peuvent être prises par l'autorité administrative lorsqu'il est porté atteinte ou qu'il existe un risque sérieux et grave d'atteinte au maintien de l'ordre et de la sécurité publics, à la protection des mineurs, à la protection de la santé publique, à la préservation des intérêts de la défense nationale ou à la protection des personnes physiques qui sont des consommateurs ou des investisseurs autres que les investisseurs appartenant à un cercle restreint définis à l'article L. 411-2 du code monétaire et financier.

L'article 19 de cette loi précise que sans préjudice des autres obligations d'information prévues par les textes législatifs et réglementaires en vigueur, toute personne qui exerce l'activité définie à l'article 14 est tenue d'assurer à ceux à qui est destinée la fourniture de biens ou la prestation de services un accès facile, direct et permanent utilisant un standard ouvert aux informations suivantes :

1° S'il s'agit d'une personne physique, ses nom et prénoms et, s'il s'agit d'une personne morale, sa raison sociale ;

2° L'adresse où elle est établie, son adresse de courrier électronique, ainsi que son numéro de téléphone ;

3° Si elle est assujettie aux formalités d'inscription au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, le numéro de son inscription, son capital social et l'adresse de son siège social ;

4° Si elle est assujettie à la taxe sur la valeur ajoutée et identifiée par un numéro individuel en application de l'article 286 ter du code général des impôts, son numéro individuel d'identification ;

5° Si son activité est soumise à un régime d'autorisation, le nom et l'adresse de l'autorité ayant délivré celle-ci ;

6° Si elle est membre d'une profession réglementée, la référence aux règles professionnelles applicables, son titre professionnel, l'état membre dans lequel il a été octroyé ainsi que le nom de l'ordre ou de l'organisme professionnel auprès duquel elle est inscrite.

Toute personne qui exerce l'activité définie à l'article 14 doit, même en l'absence d'offre de contrat, dès lors qu'elle mentionne un prix, indiquer celui-ci de manière claire et non ambiguë, et notamment si les taxes et les frais de livraison sont inclus. Le présent alinéa s'applique sans préjudice des dispositions régissant la publicité trompeuse prévues à l'article L. 121-1 du code de la consommation, ni des obligations d'information sur les prix prévues par les textes législatifs et réglementaires en vigueur.

-

Les infractions aux dispositions du présent article sont recherchées et constatées dans les conditions fixées par les premier, troisième et quatrième alinéas de l'article L. 450-1 et les articles L. 450-2, L. 450-3, L. 450-4, L. 450-7, L. 450-8, L. 470-1 et L. 470-5 du code de commerce.

- Les dispositions des articles L.49, L.52-1, L.52-2 du code électoral ;
- La loi n°92-597 du 1er juillet 1992 relative au code de la propriété intellectuelle ;
- l'article 223-14 du code pénal qui réprime la propagande ou la publicité quel qu'en soit le mode en faveur de produits, d'objets, de méthodes préconisés comme moyens de se donner la mort.
- l'article 225-1 du code pénal qui dispose que constitue une discrimination toute distinction opérée entre les personnes physiques à raison de leur origine, de leur sexe, de leur situation de famille, de leur apparence physique, de leur patronyme, de leur état de santé, de leur handicap, de leurs caractéristiques génétiques, de leurs moeurs, de leur orientation sexuelle, de leur âge, de leurs opinions politiques, de leurs activités syndicales, de leur appartenance ou de leur non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée.

Constitue également une discrimination toute distinction opérée entre les personnes morales à raison de l'origine, du sexe, de la situation de famille, de l'apparence physique, du patronyme, de l'état de santé, du handicap, des caractéristiques génétiques, des moeurs, de l'orientation sexuelle, de l'âge, des opinions politiques, des activités syndicales, de l'appartenance ou de la non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée des membres ou de certains membres de ces personnes morales.

- l'article 226-8 du code pénal qui punit le fait de publier, par quelque voie que ce soit, le montage réalisé avec les paroles ou l'image d'une personne sans son consentement, s'il n'apparaît pas à l'évidence qu'il s'agit d'un montage ou s'il n'en est pas fait expressément mention.
- L'article 322-14 du code pénal qui punit le fait de communiquer ou de divulguer une fausse information dans le but de faire croire qu'une destruction, une dégradation ou une détérioration dangereuse pour les personnes va être ou a été commise ou de communiquer ou de divulguer une fausse information faisant croire à un sinistre et de nature à provoquer l'intervention inutile des secours.
- La loi N° 49-956 du 16 juillet 1949 modifiée sur les publications destinées à la jeunesse.
- L'article L. 3421-4 du Code de la Santé Publique qui dispose notamment, à propos de l'usage de l'une des substances ou plantes classées comme stupéfiants, que :

« le fait de provoquer au délit prévu à l'article L. 3421-1 du présent code ou à l'une des infractions prévues par les articles 222-34 à 222-39 du Code Pénal, alors même

que cette provocation n'a pas été suivie d'effet, ou de présenter ces infractions sous un jour favorable est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 75 000 € d'amende. Est puni des mêmes peines la provocation, même non suivie d'effet, à l'usage de substances présentées comme ayant les effets de substances ou plantes classées comme stupéfiants. Lorsque le délit prévu par le présent article est commis par la voie de la presse écrite ou audiovisuelle, les dispositions particulières des lois qui régissent ces matières sont applicables en ce qui concerne la détermination des personnes responsables ».

- Les Recommandations Déontologiques du Bureau de Vérification de la Publicité qui disposent notamment :

A propos des kiosques télématiques et téléphoniques,

« En plus des dispositions législatives et réglementaires applicables, la publicité pour un service minitel ou pour un service vocal à revenu partagé doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

La publicité doit proscrire toute déclaration ou présentation visuelle contraire aux convenances selon les normes couramment admises.

La publicité ne doit pas suggérer l'idée d'une infériorité ou de subordination même acceptée d'une personne par rapport à une autre, toute représentation de la personne humaine doit être utilisée dans des conditions telles qu'elle ne soit pas de nature à être perçue comme une offense à la décence.

La publicité qui peut être de nature à influencer les enfants ou les adolescents ne doit comporter aucune déclaration ou présentation visuelle qui risquerait de leur causer un dommage mental, moral ou physique.

La publicité doit respecter la dignité de la femme, éviter tout dénigrement direct ou indirect à son encontre et tout texte ou représentation de nature à provoquer le mépris, le ridicule ou le discrédit à son égard. »

RECOMMANDATIONS DÉONTOLOGIQUES RELATIVES AUX SERVICES TÉLÉMATIQUES

Annexe - 2

REMUNERATION DE CONTENUS INTERNET

Dans le cas où le service télématique est utilisé pour rémunérer un contenu délivré sur Internet, les recommandations déontologiques ci-avant sont complétées et précisées ainsi.

ARTICLE 1 DEFINITION DU CONTENU

Au sens du contrat passé entre le fournisseur de service et l'opérateur et au sens des présentes Recommandations Déontologiques, le terme « contenu » désigne le contenu payant du (des) site(s) Internet au(x)quel(s) le service télématique donne accès.

ARTICLE 2 CORRESPONDANCE ENTRE LE TYPE DE CONTENU ET LE PRIX

Par dérogation à l'article 3 § I « Services vocaux à revenus partagés » des Recommandations Déontologiques ci-avant, la correspondance entre le type de contenus et le prix est établie comme suit.

A. Service facturé à l'appel

Est autorisé tout type de contenu conforme aux Recommandations Déontologiques ci-avant.

B. Service facturé à la durée

Est autorisé tout type de contenu conforme aux Recommandations Déontologiques ci-avant.

C. Service facturé en partie à la durée et en partie à l'appel

Est exclu tout service dont le contenu correspond à la diffusion de contenus pour adultes et à la diffusion d'annonces de rencontres entre personnes mais également tout service dont le contenu correspond en tout ou partie à l'un des alinéas suivants :

- annonces. Est cependant autorisé tout service permettant la consultation d'une liste d'annonces, précises et complètes, hors annonces d'emploi et de rencontres entre personnes,
- service principalement destiné à l'enfance,
- jeux avec espérance de gain, lotos et paris en tout genre,
- service d'astrologie, de voyance, d'art divinatoire, d'horoscope, de biorythme,
- service de simulation de prêt,
- service permettant l'échange simultané ou quasi simultané de messages entre utilisateurs non identifiés de manière certaine.

D. Cas particulier des services visés en C ci-dessus et dont la durée est inférieure ou égale à une minute

Si le fournisseur du service respecte les engagements définis à l'article 4.E ci-dessous, est exclu tout service dont le contenu correspond à la diffusion de contenus pour adultes et à la diffusion d'annonces de rencontres entre personnes mais également tout service dont le contenu correspond en tout ou partie à l'un des alinéas suivants :

- annonces. Est cependant autorisé tout service permettant la consultation d'une liste d'annonces, précises et complètes, hors annonces d'emploi et de rencontres entre personnes,
- service principalement destinés à l'enfance,
- jeux avec espérance de gain, lotos et paris en tout genre,
- service de simulation de prêt,
- service permettant l'échange simultané ou quasi simultané de messages entre utilisateurs non identifiés de manière certaine.

ARTICLE 3 CONTENU OFFERT

Le fournisseur de service s'engage à fournir aux utilisateurs un contenu conforme aux stipulations du contrat passé entre l'opérateur et lui-même. Ce contenu doit conduire à la fourniture effective d'une prestation.

Le fournisseur de service assume la responsabilité de toute information, message, graphisme, élément téléchargé et plus généralement du contenu du(des) site(s) Internet au(x)quel(s) son service donne accès. Il fait sien tout litige susceptible de l'opposer à un tiers en raison de ce contenu.

Le fournisseur de service s'engage à ne pas proposer dans le contenu de moyen(s) technique(s) dirigeant l'utilisateur vers des sites Internet n'ayant pas de rapport avec l'objet déclaré dans le contrat passé entre l'opérateur et lui-même et dont il ne serait pas l'éditeur, sans couper préalablement la communication télématique.

Si le téléchargement d'un logiciel est nécessaire pour permettre à l'utilisateur de consulter le contenu, ce téléchargement doit être effectué hors communication télématique, au tarif d'accès à Internet dont bénéficie l'utilisateur.

ARTICLE 4 TRANSPARENCE ET LOYAUTE VIS-A-VIS DU PUBLIC

A. Etablissement de la communication

Le fournisseur de service s'engage lors de l'établissement de la communication :

- à éviter tout risque de confusion entre lui-même et l'opérateur,
- à afficher clairement sur l'écran du terminal Internet le numéro d'accès, le code de service et le tarif du service pour l'utilisateur exprimé en € TTC par minute.

Ces informations doivent être présentées de manière à être facilement lisibles et

compréhensibles par tout utilisateur.

B. Pendant la communication

Sur le(s) site(s) Internet au(x)quel(s) le service donne accès, le fournisseur de service s'engage pendant toute la durée de la communication :

- à éviter tout risque de confusion entre lui-même et l'opérateur,
- à porter à la connaissance de l'utilisateur son identité telle que précisée dans son contrat avec l'opérateur ainsi que tous les éléments de nature à permettre à l'utilisateur de faire connaître une réclamation et d'exercer ses droits, notamment son droit de réponse,
- à afficher clairement sur l'écran du terminal Internet le code de service, le tarif du service pour l'utilisateur exprimé en € TTC par minute et par appel, le cas échéant, ainsi que la durée de la communication en cours.

Ces informations doivent être présentées de manière à être facilement lisibles et compréhensibles par l'utilisateur. Sauf action contraire de l'utilisateur, cet affichage doit persister même s'il ouvre une autre application. Dans le cas où l'utilisateur met en icône cet affichage, la durée de la communication doit rester affichée.

En considération des obligations susmentionnées, le fournisseur de service n'a pas l'obligation de délivrer son identité sur le support téléphonique utilisé pour la communication vocale à revenus partagés. En revanche, les obligations liées à la communication du prix s'appliquent.

C. Promotion du service

Le fournisseur de service s'engage également dans tout support de promotion du service et dans tout support permettant la diffusion auprès du public du numéro du service ou du logiciel de connexion, y compris sur les sites Internet, :

- à éviter tout risque de confusion entre lui-même et l'opérateur,
- à faire connaître explicitement le prix de l'appel pour l'utilisateur, exprimé en € TTC par minute et par appel le cas échéant,
- à porter à la connaissance du public son identité telle que précisée dans son contrat avec l'opérateur.

D. Fonctionnement du terminal

Le fournisseur de service s'engage en outre :

- à ce que la consultation de son service et le téléchargement éventuel d'éléments à partir de son service n'entraînent aucun dommage, de quelque nature que se soit, au terminal Internet de l'utilisateur et/ou à l'ensemble des autres logiciels et des paramètres qui y sont installés,
- à ne pas masquer ou effacer de quelque façon que ce soit à l'insu de l'utilisateur toute signalisation sonore effectuée par le modem du terminal Internet,
- à ne pas inhiber les fonctions d'impression disponibles sur le terminal Internet,
- à offrir à l'utilisateur une fonction simple permettant une désinstallation complète du logiciel de connexion éventuel.

Si le logiciel de connexion éventuel fournit un historique des communications établies vers le service, le fournisseur de service s'engage à informer l'utilisateur que cet historique est indicatif et que seule la facture de l'opérateur de télécommunications

concernant les communications réalisées à partir du terminal fait foi.

L'utilisateur doit disposer sur son terminal Internet d'une fonction lui permettant, à tout moment, de mettre fin instantanément à la connexion et d'interrompre ainsi la facturation de la communication.

E. Cas particulier des services visés à l'article 2.D ci-dessus

Le fournisseur de service s'engage à

- couper automatiquement la communication vocale à revenus partagés de l'utilisateur au bout d'une minute maximum,
- communiquer sur le prix global de la communication (forfait + durée),
- à décrire clairement dans tout support permettant la diffusion auprès du public du numéro du service le contenu Internet qui sera rémunéré par la communication vocale à revenus partagés.

Tout manquement à ces engagements est considéré comme manifestement déloyal.

ARTICLE 5 LIMITATION DES COMMUNICATIONS

Le fournisseur de service s'engage :

- à ne pas utiliser son service télématique à seule fin de générer une succession d'appels sans délivrer de prestation effective,
- à couper automatiquement la communication de l'utilisateur si le terminal Internet ne reçoit ou n'émet aucune donnée pendant 5 minutes,
- à alerter l'utilisateur lorsque le coût de la communication en cours atteint 15 € TTC, dans le cas où les Recommandations Déontologiques ci-avant ne prévoient d'autre disposition,
- à couper la communication au plus tard une minute après cette alerte.

A l'exception du cas prévu à l'article 4.E ci-dessus, le fournisseur de service s'engage à couper automatiquement la communication vocale à revenus partagés de l'utilisateur, si ce dernier n'en a pas pris l'initiative, au plus tard 3 minutes après que ce dernier ait

- soit fermé la fenêtre du navigateur associée à la consultation du contenu,
- soit quitté la partie du site Internet à laquelle le service donne accès,
- soit mis fin à sa connexion Internet.