



**CHARTRE**

**APPLICABLE AUX SERVICES**

**BUSINESS MESSAGING**

# TABLE DES MATIERES

<b>DEFINITIONS .....</b>	<b>3</b>
<b>PREAMBULE .....</b>	<b>5</b>
<b>A. CONTRACTUALISATION ENTRE LE PARTENAIRE DU MNO ET L'EDITEUR .....</b>	<b>6</b>
<b>B. REGLES GENERALES APPLICABLES A L'ENSEMBLE DES SERVICES .....</b>	<b>6</b>
B.1. Loyauté du Service.....	6
B.2. Protection du jeune public .....	8
B.3. Droit d'opposition des Utilisateurs finals .....	8
B.4. Envois non sollicités – Lutte contre la fraude .....	8
B.5. Protection des données personnelles .....	9
B.6. Publicité et promotion du Service .....	9
<b>C. REGLES SPECIFIQUES A CHAQUE SERVICE .....</b>	<b>10</b>
C.1. Service Push SMS.....	10
C.2. Service SMS A2P/P2A (ou conversationnel) via un Numéro polyvalent utilisable pour les échanges avec une plate-forme technique – SMS Conversationnel .....	12
C.3. Service RCS.....	13
<b>D. ENCADREMENT DES MANQUEMENTS .....</b>	<b>14</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>15</b>
Annexe I : Schémas illustratifs pour les services Push via Short Code .....	16
Annexe II : Schémas illustratifs pour les services SMS A2P/P2A .....	17
Annexe III : Schémas illustratifs pour les services RCS .....	19

## DEFINITIONS

**ARPP** : Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité.

**Chatbot** : Agent logiciel qui dialogue avec un utilisateur.

**Communications interpersonnelles** : Service défini à l'article L. 32 6° bis du CPCE, qui permet l'échange interpersonnel et interactif direct d'informations via des réseaux de communications électroniques entre un nombre fini de personnes, par lequel les personnes qui amorcent la communication ou y participent en déterminent le ou les destinataires.

**Editeur** : Société en relation contractuelle directe ou indirecte avec le Partenaire du MNO et qui est responsable civilement et pénalement des contenus qui sont diffusés aux personnes physiques, via les services de communications fournis par le Partenaire du MNO.

**Gestionnaire de Plateforme technique** : Personne morale ayant la responsabilité de l'infrastructure physique ou logicielle exploitée par un opérateur de communications électroniques qui rend possible l'envoi et la réception, directe ou indirecte, par un utilisateur des appels ou messages dans le cadre d'une prestation liée à un service de communications électroniques. L'infrastructure logicielle peut également inclure la mise à disposition d'outil de création de Messages et /ou de Service.

**Intermédiaire(s)** : Désigne toute personne morale qui intervient sur la chaîne de valeur entre le Partenaire du MNO et l'Editeur et qui est liée contractuellement avec la personne morale de niveau supérieur et inférieur dans la chaîne de valeur des Services.

**Message** : Contenu mis à disposition des personnes physiques via les services de communications électroniques fournis par Agrégateur. Ce terme « Message » couvre les canaux utilisés pour les 3 services Push SMS, RCS, SMS Conversationnel.

**Message A2P** (Application-To-Person) : Message envoyé par une plateforme à un Utilisateur final.

**Message P2A** (Person-To-Application) : Message envoyé par un Utilisateur final à une plateforme.

**Partenaire du MNO de catégorie 1 (ou Agrégateur)** : Exploitant qui se charge (i) du raccordement technique et interopérable des canaux de communications électroniques pour le compte de fournisseurs de services de communications électroniques et (ii) d'offrir un service commercial pour le compte des Editeurs de services. Il s'agit de la personne morale qui souscrit le contrat avec le MNO.

**Passerelle Interconnectée aux opérateurs mobiles / Passerelle Interconnectée à Google RBM** : Plateforme de routage du Message hébergée par le Partenaire du MNO et interconnectée avec l'infrastructure du MNO et/ou la Plateforme RBM.

**Portail de création du SMS / Portail de création du Message** : Outil technique permettant à l'Editeur de constituer le contenu Message.

**Push SMS** : Solution d'envoi en masse de Message à destination des Utilisateurs finals ayant déjà donné leur consentement (opt-in), pour le compte d'Editeurs.

**RBM (Rich Business Messaging)** : Solution RCS pour les Agrégateurs et les Editeurs.

**RCS (Rich Communication Services)** : Messagerie grand public, supportée par le canal IP, pour envoyer et recevoir des messages au service des Editeurs qui construisent une relation conversationnelle avec leurs Utilisateurs s'appuyant sur le protocole du même nom.

**Service** : tout contenu ou service numérique (Push, RCS ou SMS Conversationnel) délivré au moyen de services de communications électroniques au sens de l'article L. 32 6° du CPCE.

**SMS Binaire** : Désigne un SMS qui n'est pas un SMS texte et qui contient une application exécutable sur le terminal de l'Utilisateur.

**SMS Conversationnel (ou A2P/P2A)** : Canal interactif autorisant le dialogue entre les marques et leurs Utilisateurs, tant en A2P (campagnes pour entrer en contact avec leurs Utilisateurs) qu'en P2A (prise de contact initiée par les Utilisateurs, dans le cadre de leur relation client).

**SMS Promotionnels** : Dans les services Push SMS, messages promotionnels ou informatifs (promotion de produits, de Services ou d'événements) à destination des Utilisateurs finals ayant déjà donné leur consentement (opt-in).

**SMS Fonctionnels** : Dans les services Push SMS, messages transactionnels, communément utilisés pour de l'authentification ou pour confirmer une réservation, un rendez-vous ou un achat.

Le SMS Promotionnel permet par exemple :

- L'envoi des campagnes de marketing direct
- La transmission des coupons de réductions
- La livraison du contenu personnalisé voire enrichi d'éléments multimédia

Le SMS Fonctionnel permet par exemple :

- L'envoi des notifications de livraison
- La confirmation des validations de paiement, des réservations, des rappels de rendez-vous
- L'envoi des identifiants de connexion

**Utilisateur final** : Personne utilisant le Service, destinataire des Messages-MT envoyés par les Editeurs, et qui en retour peut envoyer des Messages-MO.

**Remarque : un même acteur peut cumuler plusieurs rôles.**

Des schémas illustratifs des rôles des acteurs se trouvent dans une annexe, pour chacun des services.

## PREAMBULE

Le marché du Business Messaging connaît un développement récent via l'introduction de nouveaux types de services permettant des échanges de messages unidirectionnels ou A2P/P2A, supportés par un canal dédié : Push SMS, RCS et SMS Conversationnel.

Afin de contribuer à la lutte contre la fraude et préserver la valeur sur le marché de ce Services, les membres de l'Af2m se sont rapprochés afin de construire la présente charte déontologique.

Cette charte regroupe les règles à respecter par l'ensemble des acteurs de la chaîne qui interviennent dans la réalisation des envois ou réception de Messages dans le cadre de ces services de Business Messaging, régies chacune par un contrat entre le MNO et le Partenaire du MNO. Elle s'applique à tous les acteurs de la chaîne de services consistant à éditer ou distribuer des Services. Chaque acteur doit la répercuter dans ses contrats avec ses prestataires ou co-contractants de niveau inférieur.

Par ailleurs, le Partenaire du MNO s'engage à respecter et faire respecter les obligations et la réglementation en vigueur visant le traitement des données personnelles.

## A. CONTRACTUALISATION ENTRE LE PARTENAIRE DU MNO ET L'EDITEUR

Le Partenaire du MNO s'engage à respecter les principes suivants :

Être lié contractuellement directement ou indirectement avec chacun des Intermédiaires utilisant le service de communications électroniques qu'il fournit, consistant notamment à assurer la diffusion de Messages des Editeurs vers et depuis les Utilisateurs finals des MNO.

A mettre en œuvre (ou faire mettre en œuvre), une procédure d'identification et de vérification ayant pour finalité d'identifier les acteurs de la chaîne jusqu'à l'Editeur. Cette procédure d'identification et vérification (KYC - Know Your Customer) doit être réalisée par chaque acteur de la chaîne avec son co-contractant afin de garantir sa fiabilité et répondre aux demandes du MNO dans les meilleurs délais.

Chaque Intermédiaire :

- Respectera et fera respecter les présentes obligations par ses co-contractants de niveau inférieur jusqu'à l'Editeur
- Devra être en mesure d'engager les actions prévues dans son contrat pour mettre un terme à des pratiques non conformes

En tout état de cause, le respect de la Charte ne dégage pas le Partenaire du MNO et l'Editeur du respect des lois, règlements et décisions des autorités compétentes en vigueur à tout moment de l'exécution de la prestation.

## B. REGLES GENERALES APPLICABLES A L'ENSEMBLE DES SERVICES

### B.1. Loyauté du Service

L'Editeur s'engage dans le cadre des communications commerciales et informations écrites ou orales sous toutes leurs formes, à ne créer aucune confusion dans l'esprit des Utilisateurs finals, ni à porter atteinte à la réputation des services des MNOs et des autres acteurs de la chaîne.

Chacun des acteurs de la chaîne s'engage auprès de son co-contractant de niveau inférieur à faire cesser tout acheminement d'un contenu contrevenant à ces règles dont il aurait connaissance.

A ce titre, l'Editeur s'engage à respecter la réglementation en vigueur applicables à leurs activités et notamment les articles L .121-1 à L.121-7 et L. 122-1 à L. 122-10 du Code de la consommation.

#### B.1.1. Loyauté à l'égard des Utilisateurs finals

Nonobstant ce qui précède, l'Editeur, responsable du contenu du message, s'engage pour les Messages acheminés dans le cadre du Service :

- À ne pas adresser des Messages trompeurs sur la nature du bien ou du service promu, pouvant induire l'Utilisateur final en erreur et/ou lui causer un préjudice
- À ce que l'identification par l'Utilisateur final de l'Editeur ne relève d'aucune ambiguïté, usurpation de marque en précisant en début de message le nom commercial de l'Editeur lors de l'envoi du premier Message A2P
- À offrir à l'Utilisateur final la possibilité de répondre à l'Editeur ou de le contacter
- À informer l'Utilisateur final du caractère payant, s'il existe des produits associés au service promu

- À n'utiliser dans le Message la mention « service gratuit » que si tous les contenus et produits dont le message fait la promotion sont gratuits et à respecter les autres conditions du Code de la consommation, notamment en ce qui concerne l'information tarifaire qui doit être clairement précisée
- À ce que le service annoncé à l'Utilisateur final, s'agissant notamment des contenus livrés, soit bien réel et ne constitue pas une tentative de fraude
- À faire figurer les mentions conformes aux recommandations de la CNIL relatives aux droits d'accès, de modification et d'opposition
- Mettre à disposition des Utilisateurs finals les coordonnées permettant d'adresser des réclamations, conformément au Code de la consommation
- À ne pas acheminer de Messages contraires aux lois en vigueur
- A ne pas acheminer de Messages dont le contenu est contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs
- À respecter la réglementation en vigueur pour des contenus ou services spécifiques et se conformer aux règles de l'ARPP en matière de promotion des services
- A ne pas acheminer de messages non sollicités incitant à appeler un numéro surtaxé ou envoyer un SMS surtaxé
- A ne pas acheminer de Messages à caractère violent, ou faisant l'apologie, la négation ou la banalisation des crimes contre l'humanité, la provocation à la commission d'actes de terrorisme et leur apologie, l'incitation à la haine raciale, à la haine à l'égard de personnes à raison de leur sexe, de leur orientation sexuelle, de leur identité de genre ou de leur handicap ainsi que la pornographie infantine, de l'incitation à la violence, notamment l'incitation aux violences sexuelles et sexistes, ainsi que les atteintes à la dignité humaine
- A ne pas acheminer de Messages encourageant la commission de crimes et/ou délits ou incitant à la consommation de substances interdites ou au suicide
- A ne pas acheminer de Messages qui relèvent de communications interpersonnelles
- A ne pas permettre la saisie et l'envoi de coordonnées bancaires ou tout autre élément qui puisse permettre une quelconque pratique frauduleuse
- A ne pas 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 conformément aux articles 226-1 et 226-2 du Code Pénal

### **B.1.2. Loyauté à l'égard des tiers**

En outre pour les Messages acheminés dans le cadre du Service, l'ensemble des acteurs de la chaîne s'engage :

- A exercer une concurrence loyale et s'interdisent notamment d'intervenir de quelque manière que ce soit qui pourrait porter atteinte au bon fonctionnement du Service
- À n'usurper en aucun cas l'identité d'un tiers quel qu'il soit qui pourrait notamment relever de pratiques d'hameçonnage et toutes autres pratiques similaires
- D'une manière générale, à ne pas porter atteinte ou nuire de quelque manière que ce soit à l'image ou à la réputation de tout professionnel (notamment institutions, organismes acteurs)
- A s'abstenir de toute pratique de nature à induire, même potentiellement, une quelconque confusion entre son Service et tout autre service, marque ou toutes autres personnes morales
- Ne pas porter atteinte, au droit de propriété intellectuelle d'un tiers en n'ayant pas sollicité les autorisations nécessaires.

## **B.2. Protection du jeune public**

- Les Services destinés aux jeunes publics doivent tout particulièrement ne comporter aucune rubrique, aucun message, de promotion ou de publicité.

## **B.3. Droit d'opposition des Utilisateurs finals**

L'Editeur s'engage en outre pour les Messages acheminés dans le cadre du Service :

- À tenir à la disposition des Utilisateur finals les informations visées à l'Article 6.III – 1 de la loi du 21 juin 2004
- À respecter les dispositifs mis en œuvre pour répondre à cette obligation sans surtaxe pour l'Utilisateur final

Le Partenaire du MNO met à disposition de l'Editeur des moyens techniques permettant aux Utilisateurs finals d'exercer leur droit d'opposition et de ne plus recevoir de messages de l'Editeur. L'Editeur s'engage directement ou indirectement à traiter dans les plus brefs délais ces demandes.

Les modalités d'identification et d'opposition, gestion des mots clés CONTACT et STOP sont précisées dans les articles liés à chaque service.

Quel que soit le dispositif mis en avant par le Partenaire du MNO en cas d'envoi d'une demande d'opposition de la part de l'Utilisateur final, la demande doit être prise en compte et traitée immédiatement par l'Editeur.

L'exercice de ce droit d'opposition à la réception de prospection commerciale par SMS ne doit pas être conditionné à un process complexe ou contre rémunération. A titre d'exemple, conditionner le droit d'opposition à un appel ou SMS payant, ou à l'envoi d'un formulaire à compléter sur le site internet de l'Editeur ou de l'Agrégateur constituent des manquements à la réglementation.

## **B.4. Envois non sollicités – Lutte contre la fraude**

Le Partenaire du MNO et l'Editeur s'engagent à respecter et à faire respecter par leurs co-contractants les dispositions de l'article L. 34-5 du code des postes et communications électroniques.

Le Partenaire du MNO s'engage à décliner ces dispositions et à faire prendre les mêmes engagements à ses Intermédiaires utilisant son service d'acheminement des SMS à destination des réseaux mobiles.

Ainsi, l'Editeur et le Partenaire du MNO s'engagent à :

- Envoyer des Messages uniquement aux Utilisateurs finals dont l'accord aura été préalablement obtenu conformément à la réglementation sur la Protection des données personnelles
- Ne pas générer des Messages de manière aléatoire et ce quelle que soit la nature de ces messages
- Ne pas adresser de Messages usurpant l'identité de tiers, dont le contenu est trompeur notamment à des fins de pratiques frauduleuses

## B.5. Protection des données personnelles

Dans le cadre de l'exécution de la présente charte, l'une et/ou l'autre des Parties peut être amenée à mettre en place des traitements de données personnelles. Dans ce cadre, chacune des Parties reconnaît avoir pleine et entière connaissance des obligations de la réglementation données personnelles qui s'appliquent à elle dans le cadre de la charte.

## B.6. Publicité et promotion du Service

Toute publicité pour un Service doit être identifiée en tant que telle et doit respecter l'ensemble des obligations légales en vigueur et les Recommandations de l'ARPP, notamment :

- L'identification explicite de l'annonceur et le cas échéant du caractère commercial de la communication
- 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'Éditeur respecte les règles en vigueur notamment en matière de communication auprès des enfants conformément aux principes retenus dans les articles 18 (sur les pratiques loyales de 18.1 à 18.4) et de 19.4 à 19.5 (notamment sur la protection des données à caractère personnel des enfants) du Code de la Chambre de Commerce Internationale (CCI) et la Recommandation Enfant de l'ARPP
- L'Éditeur respecte les règles d'intelligibilité, de clarté et de transparence sur l'indication du prix du Service selon la Recommandation *Publicité de Prix* de l'ARPP
- La communication commerciale de l'Éditeur doit respecter les règles de dignité de la personne humaine, de décence, de non-discrimination et de non-soumission, posées par la Recommandation *Image et Respect de la Personne* de l'ARPP
- L'Éditeur s'engage à ce que ses communications commerciales soient loyales, véridiques et honnêtes, afin de ne pas induire le consommateur en erreur conformément à la Recommandation *Communication Publicitaire Numérique* de l'ARPP

Plus généralement, pour toutes ses communications commerciales, l'Éditeur s'engage à respecter la/les Recommandation(s) de l'ARPP applicable(s) en fonction de la nature et de l'objet de la communication.

De plus, l'Éditeur respecte l'ensemble des lois et règles en vigueur encadrant la communication sur des produits, services ou contenus réglementés.

## C. REGLES SPECIFIQUES A CHAQUE SERVICE

Le Partenaire du MNO et l'Editeur s'engagent à respecter les usages définis pour chacun des Services.

### C.1. Service Push SMS

Dans le cadre du Service Push SMS, les acteurs de la chaîne de valeur sont :

- Le MNO
- L'Editeur utilisant le numéro court (Shortcode)
- Le Partenaire du MNO : un Agrégateur, opérateur de communications électroniques déclaré à l'ARCEP
- Les Intermédiaires sont toute société facilitant le transit des sms de l'Editeur aux abonnés du MNO notamment une agence marketing digital, une agence de communication, un agrégateur qui n'est pas en relation directe avec le MNO dans le cadre de la délivrance de la prestation

#### C.1.1. Grands principes d'utilisation du service

Le service Push SMS est une solution d'envoi de SMS à destination des Utilisateurs finals ayant déjà donné leur consentement (opt-in), à l'Editeur.

Le service permet d'acheminer des Push SMS en masse se déclinant en plusieurs thèmes afin de répondre parfaitement aux différents besoins.

Il existe la possibilité de modifier le N° émetteur par le nom de l'enseigne ou de la marque selon certains critères définis dans l'article C.1.3.

#### C.1.2. Droit des personnes et Protection du Consommateur

Le choix du dispositif d'identification et d'opposition mis en avant par le Partenaire du MNO et Editeur devra permettre aux Utilisateurs finals :

- D'identifier l'émetteur du message via les informations suivantes en envoyant le mot clé CONTACT
  - o Le nom commercial de l'Editeur
  - o Un moyen de contact de l'Editeur I : Numéro de service client
  - o Le site internet de l'Editeur (s'il y en a)
- D'exercer son droit d'opposition et ne plus recevoir de Messages de l'Editeur :
  - o L'envoi du mot- clé STOP via un Short Code Push SMS
  - o L'envoi du mot-clé STOP suivi avec un espace ou un tiret d'un autre mot clé
  - o Via l'usage d'une URL de désinscription contenue dans le Message. Ce dispositif peut être utilisé seul ou en complément de l'usage du mot-clé STOP

Le dispositif d'opposition ne concerne pas les messages de type Fonctionnels.

Pour des messages de nature marketing ou de prospection, l'Editeur et le Partenaire du MNO s'engagent à n'acheminer de messages que les jours ouvrables entre 08h et 22h sauf dérogation expresse accordée au Partenaire du MNO par le MNO.

Pour les messages générés à la suite d'une sollicitation en amont de l'Utilisateur final (ex : livraisons, interrogation des comptes ...), il est convenu qu'aucune restriction horaire ne sera applicable.

### **C.1.3. Règles spécifiques à la modification du champ émetteur**

#### **C.1.3.1. Définition des champs émetteurs autorisés**

Le Partenaire du MNO ne peut modifier le champ émetteur de SMS-MT que par une chaîne de caractères exclusivement alphanumériques ou alphabétiques, limitée à onze (11) caractères.

Toute modification du champ émetteur composé exclusivement de caractères numériques est exclue. Il est par ailleurs précisé que les caractères spéciaux de type signes de ponctuation, guillemets, etc. ne sauraient être considérés comme étant des caractères alphabétiques.

Aussi, leur juxtaposition à des caractères numériques ne saurait constituer une chaîne de caractères alphanumériques.

#### **C.1.3.2. Cas particulier : règles liées aux champs émetteurs dits sensibles**

Le Partenaire du MNO et l'Editeur s'engagent à garantir la légitimité et de la loyauté des champs émetteurs utilisés pour l'acheminement des campagnes de SMS.

Le Partenaire du MNO et le MNO assureront les vérifications nécessaires et mettront en œuvre les mesures de filtrage adaptées en sortie de son réseau.

Une liste dynamique de champs émetteurs sensibles est communiquée régulièrement par l'af2m.

Le Partenaire du MNO s'engage à mettre en œuvre et à faire mettre en œuvre par les intermédiaires une vigilance renforcée et à respecter les règles de gestion suivantes :

- Cas des champs émetteurs illégitimes ou « strictement interdits » :
  - o Ils sont interdits dans tous les cas, quel que soit le numéro court. Ils doivent faire l'objet d'un blocage en sortie du réseau de l'Agrégateur
- Cas des champs émetteurs légitimes ou « interdits sauf autorisation » :
  - o La légitimité de l'émetteur qui souhaite communiquer pour une marque /entité doit-être vérifiée. Avant tout usage de l'un de ces champs émetteurs, le Partenaire du MNO adresse à l'af2m la confirmation de la légitimité de l'usage de ces champs émetteurs sur son ou ses numéros courts
  - o L'usage restreint de champs émetteurs génériques sans lien direct avec la marque

## **C.2. Service SMS A2P/P2A (ou conversationnel) via un Numéro polyvalent utilisable pour les échanges avec une plate-forme technique – SMS Conversationnel**

### **C.2.1. Grands principes d'utilisation du Service**

Dans le cadre du Service SMS A2P/P2A (ou conversationnel) via un Numéro polyvalent utilisable pour les échanges avec une plate-forme technique (aussi appelée Time2Chat), les acteurs de la chaîne de valeur sont :

- Le MNO
- L'Editeur, affectataire des numéros polyvalents mis à disposition par le Partenaire du MNO
- Le Partenaire du MNO est un Agrégateur SMS ou un opérateur de communications électroniques attributaire de tranches de numéros polyvalents pour les échanges avec une plateforme technique telles que définies par l'ARCEP
- Les Intermédiaires sont et en particulier toute société facilitant l'acheminement / le transit des sms de l'Editeur aux abonnés du MNO et qui ne sont et n'ont pas la en relation directe avec l'Editeur et sont notamment un prestataire technique gestionnaire de la plateforme technique

Le service SMS A2P/P2A (ou conversationnel) via un Numéro polyvalent utilisable pour les échanges avec une plate-forme technique est une solution universelle pour gérer la relation client via un échange SMS conversationnel à l'initiative de l'Editeur ou de l'Utilisateur final.

Dans le cadre de la mise à disposition du Service de SMS Conversationnel, les acteurs précités s'engagent à :

- Respecter les usages définis et promus pour chacune des tranches de numéros dédiées à ce service
- Utiliser ce service et les numéros polyvalents utilisables pour les échanges avec une plateforme technique tel que prévu par le plan national de numérotation<sup>1</sup>
- Ne pas promouvoir, sur un Numéro 09, d'autres Editeurs que ceux auxquels il a été préalablement affecté, étant donné que la mutualisation des Numéros 09 est strictement interdite par la décision Arcep
- N'utiliser en champ émetteur que le(s) Numéro(s) 09 affectés à l'Editeur (marque) dans le cadre de la décision Arcep
- Ne pas avoir plus d'un Intermédiaire technique entre le Partenaire du MNO et l'Editeur
- Identifier clairement l'Editeur lors de l'envoi du premier SMS MT

### **C.2.2. Droit des personnes et Protection du Consommateur**

Le choix du dispositif d'identification et d'opposition proposé par le Partenaire du MNO et l'Editeur devra permettre aux Utilisateurs finals :

- D'identifier l'émetteur du message via les informations suivantes en envoyant le mot clé CONTACT
  - o Le nom commercial de l'Editeur
  - o Un moyen de contact de l'Editeur (ou numéro de service client)
  - o Le site internet de l'Editeur (si applicable)

---

<sup>1</sup> Décision n° 2022-1583 de l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse en date du 1<sup>er</sup> septembre 2022.

- D'exercer son droit d'opposition en envoyant dès le premier message :
  - o Le mot- clé STOP au numéro 09
  - o Le mot clé STOP suivi avec un espace ou un tiret d'un autre mot clé
  - o Via l'usage d'une URL de désinscription contenue dans le Message. Ce dispositif peut être utilisé seul ou en complément de l'usage du mot-clé STOP

Le Partenaire du MNO et l'Editeur s'engagent à n'acheminer des messages que les jours ouvrables entre 08h et 22h sauf pour des usages spécifiques en dehors des horaires ouvrables (notamment des livraisons, une conversation initiée par l'Utilisateur final...) et pour lesquels les messages peuvent être envoyés en dehors de la période sus-précisée.

### **C.3. Service RCS**

Dans le cadre du Service RCS, les acteurs de la chaîne de valeur sont :

- Le MNO
- L'Editeur, titulaire de l'agent RBM
- Le Gestionnaire de la plateforme RBM
- Le Partenaire du MNO est un agrégateur de RCS ou une agence media gérant l'agent RBM et fournissant la passerelle qui permet le routage du message entre la plateforme technique et la plateforme RBM
- L'Intermédiaire est une agence de marketing digital, de communication ou agence media

#### **C.3.1. Grands principes du service**

Le Service RCS « Rich Communication Services » est un canal de messagerie IP sur mobile disponible via l'application par défaut de messagerie instantanée (Android Message ou Samsung Message).

Le Service RCS permet l'enrichissement des messages et d'entrer en conversation directement avec les Editeurs (marques) via les Chatbots RCS. Il s'appuie sur le même consentement (opt-in) que le SMS, donné par l'Utilisateur final à l'Editeur.

#### **C.3.2. Droit des personnes et Protection du Consommateur**

L'Editeur et le Partenaire du MNO, par le choix du dispositif d'identification et d'opposition mis en avant par ce dernier, s'engagent à ce que l'Utilisateur final puisse :

- Identifier et contacter l'émetteur du Message en renseignant toutes les informations utiles et nécessaires (raison sociale, email ou formulaire de contact, numéro de téléphone de contact avec information tarifaire...).
- Exercer son droit d'opposition et ne plus recevoir de Messages de l'Editeur :
  - o En envoyant le mot-clé STOP mentionné dans le Bot à la fin du message. Si plusieurs messages sont envoyés pour un même bot alors le mot-clé STOP sera mentionné dans le dernier message
  - o En utilisant un bouton cliquable de type CTA (Call to Action)
  - o Via l'usage d'une URL de désinscription contenue dans le Message. Ce dispositif peut être utilisé seul ou en complément de l'usage du mot-clé STOP

Le Partenaire du MNO et l'Editeur s'engagent à acheminer des messages uniquement les jours ouvrables entre 08h et 22h sauf pour des usages spécifiques (par exemple des réponses à la suite de la sollicitation d'un Utilisateur final. En dehors de la période sus-précisée, les messages relatifs à des livraisons, une conversation initiée par l'Utilisateur final...).

### **C.3.3. Lutte contre la fraude**

L'Editeur s'engage à ne pas utiliser d'urls courtes dans les Messages et à vérifier les urls auxquelles les boutons présents sur le Chatbot donnent accès.

### **C.3.4. Configuration des Chatbots – Respect de Nommage**

A des fins de traitement par le MNO ainsi que dans le respect du droit des personnes (art. 3), le Partenaire du MNO et l'Editeur s'engagent à respecter les règles de nommage sur les plateformes de service ainsi que celles de leurs Chatbots, comme précisé ci-après.

- **Identifiant du Partenaire du MNO sur la Solution**

Le Partenaire du MNO s'engage à n'utiliser qu'un seul nom d'identité pour s'identifier lors de la déclaration de ses Chatbots.

- **Identifiant de la marque représentée par le Chatbot**

Le Partenaire du MNO s'engage à faire apparaître dans le nom de chacun de ses Chatbots déclarés, le nom d'usage ou la raison sociale de l'Editeur associé à ce même Chatbot, ceci afin de permettre à l'Utilisateur final une identification claire de l'Editeur.

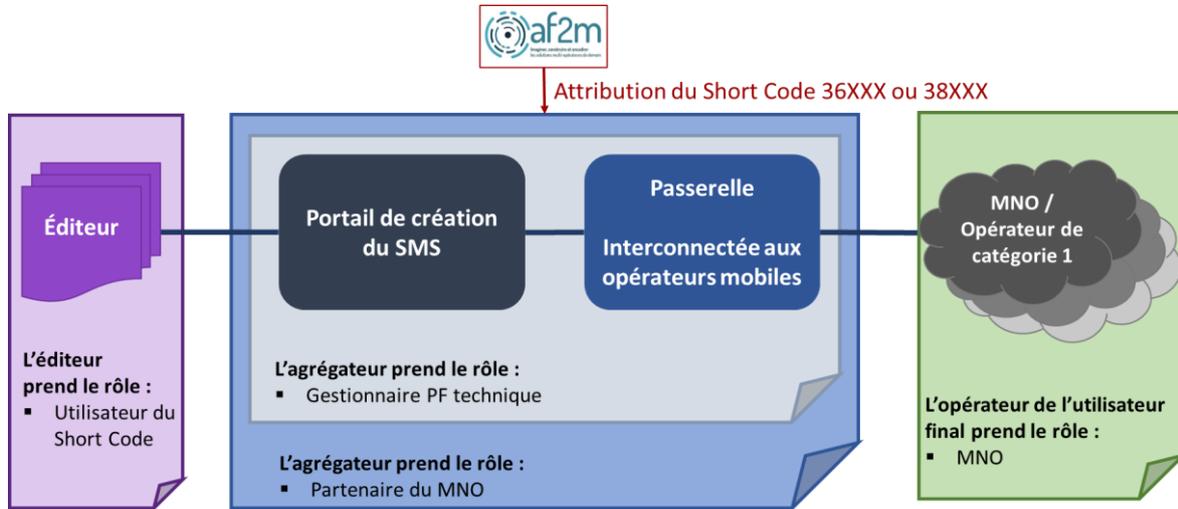
## **D. ENCADREMENT DES MANQUEMENTS**

Un manquement est caractérisé par le non-respect des règles. Les Partenaires du MNO et les Éditeurs ont l'obligation de prévenir les manquements et d'y remédier.

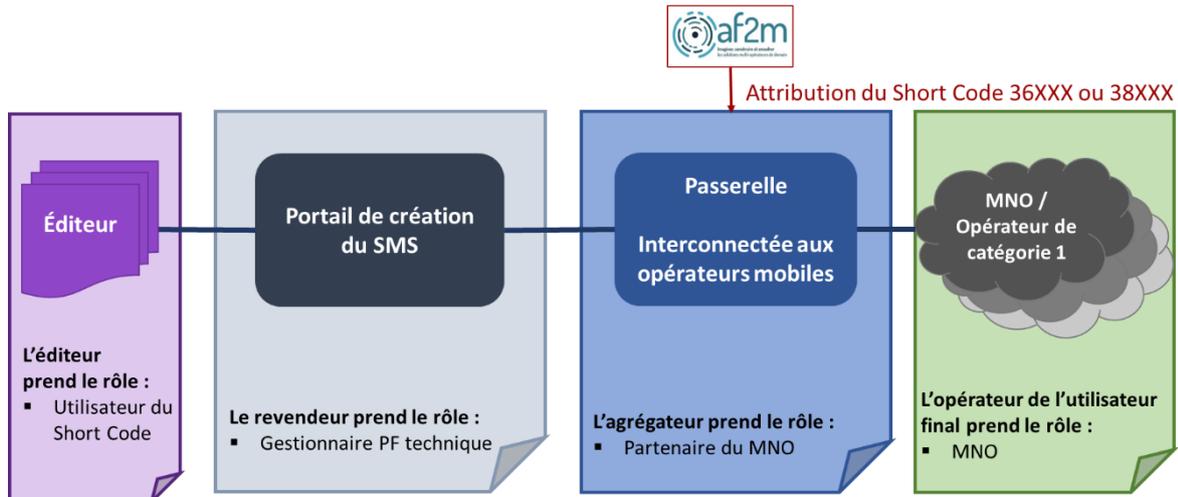
# ANNEXES

## Annexe I : Schémas illustratifs pour les services Push via Short Code

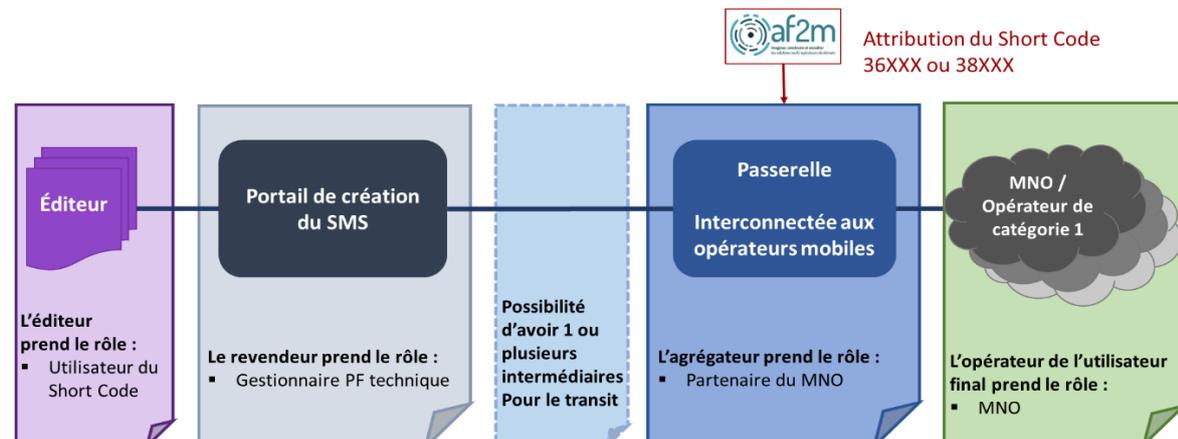
**Cas 1 :** Un éditeur en direct avec un agrégateur qui génère également le SMS



**Cas 2 :** Un éditeur contractualise avec un revendeur pour le portail de création du SMS. Ce revendeur passe par un agrégateur pour le transit du SMS vers les MNO



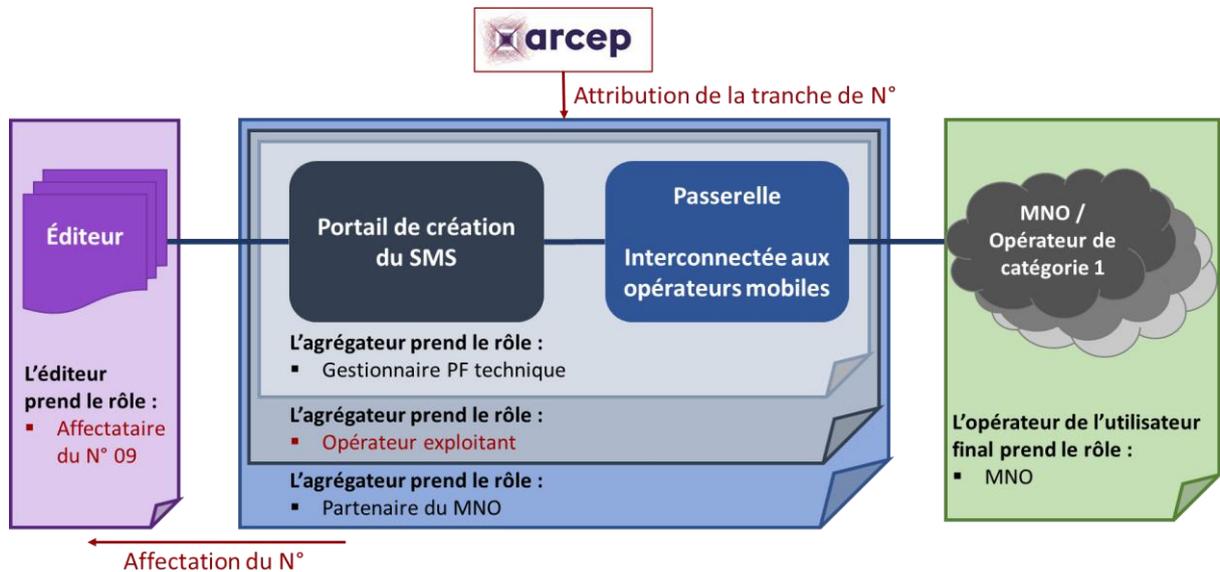
**Cas 3 :** Un éditeur contractualise avec un revendeur pour le portail de création du SMS. Ce revendeur passe par des intermédiaires et un agrégateur pour le transit du SMS vers les MNO



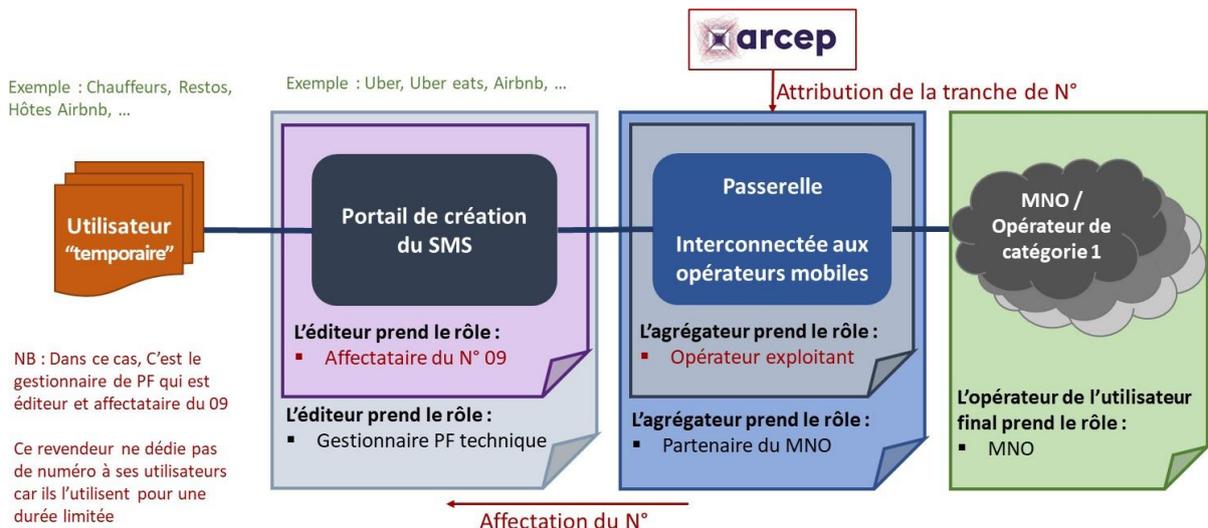
## Annexe II : Schémas illustratifs pour les services SMS A2P/P2A

Ces schémas sont fournis à titre indicatif et seule la définition dans le corps du texte des rôles et responsabilités fait foi. Cette phrase précisera que leur conformité réglementaire devra s’apprécier au cas par cas, en attente d’une éventuelle validation par l’ARCEP. Par conséquent, leur inclusion se fait à titre d’exemple et n’engage pas les parties de la chaîne de valeur.

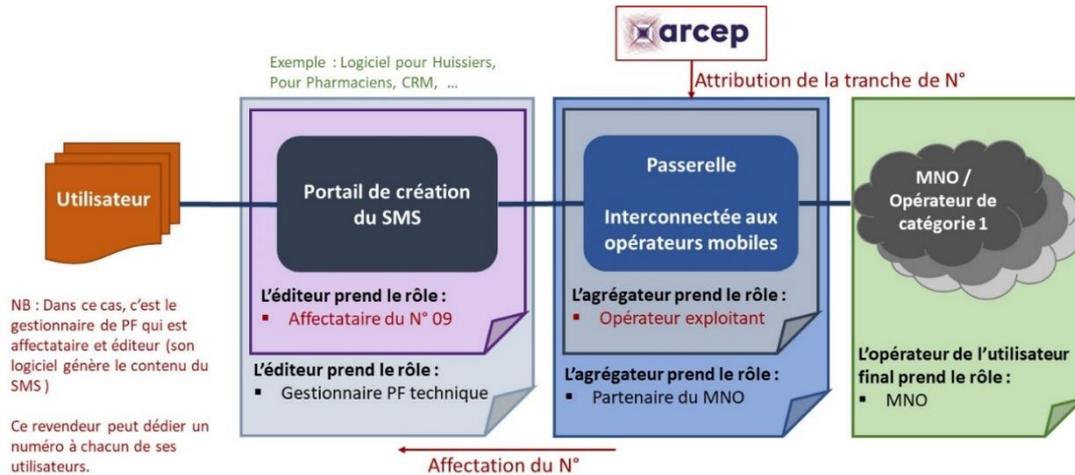
**Cas 1** : Un éditeur en direct avec un agrégateur qui génère également la création du SMS



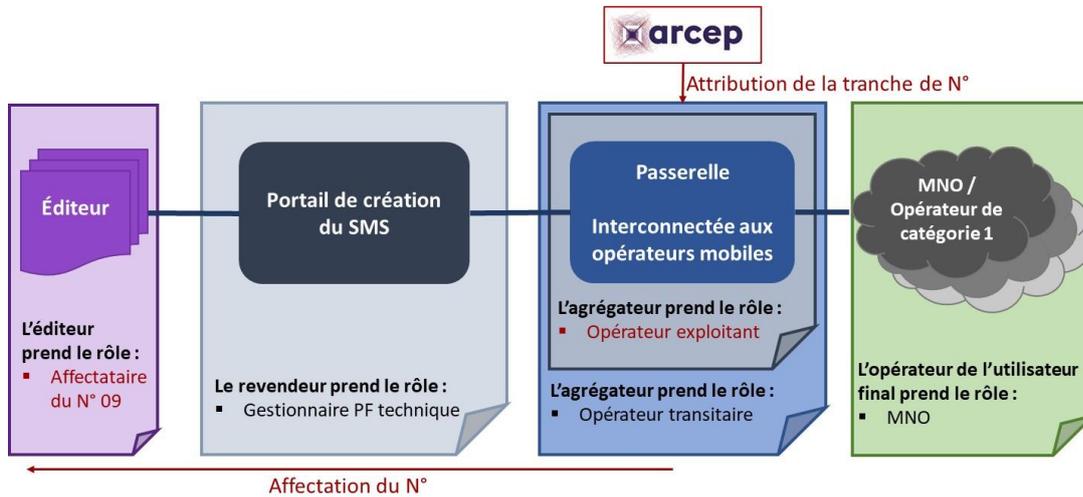
**Cas 2A** : Un agrégateur alloue des numéros à un gestionnaire de PF technique qui propose un service avec des numéros « temporaires »



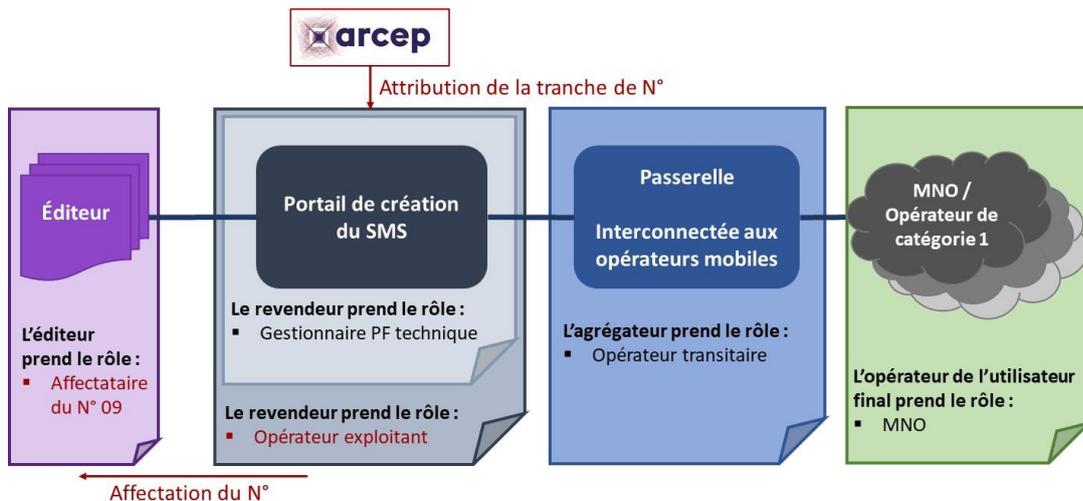
**Cas 2B** : Un agrégateur alloue un numéro à un revendeur (un seul intermédiaire possible) qui propose un service packagé incluant des SMS A2P/P2A



**Cas 2C :** Un agrégateur affecte un 09 à un éditeur pour échanger des SMS via une plate-forme technique gérée par un tiers

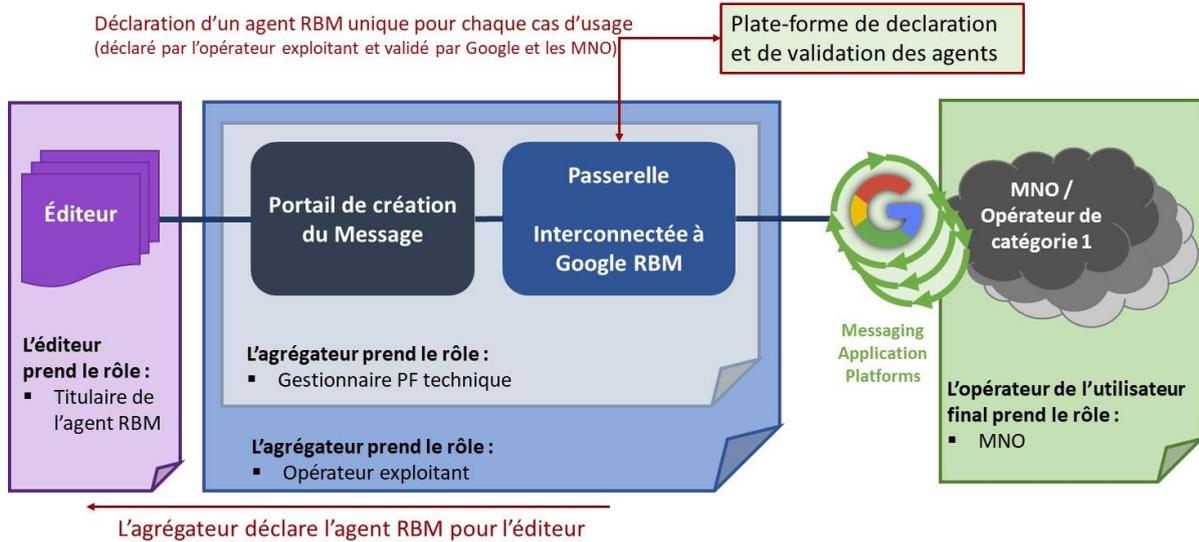


**Cas 3 :** Un revendeur est attributaire de 09. Il utilise sa plate-forme technique et un agrégateur pour le transit



## Annexe III : Schémas illustratifs pour les services RCS

**Cas 1 :** Un éditeur en direct avec un agrégateur qui génère également le Message RCS



**Cas 2 :** Un éditeur contractualise avec un revendeur pour le portail de création du Message RCS. Ce revendeur passe par un agrégateur pour le transit du Message vers Google

