



RECOMMANDATIONS DEONTOLOGIQUES
APPLICABLES AUX SERVICES VOCAUX
A VALEUR AJOUTEE

Version en vigueur au 1^{er} septembre 2026

Préambule	Page 4
Partie I – INTRODUCTION	Page 4
1.1 - Définitions.....	Page 4
1.2 - Application et opposabilité des Recommandations.....	Page 6
Partie II – OBLIGATIONS	Page 6
2.1 - Principe de responsabilité et respect de la réglementation en vigueur.....	Page 6
2.2 - Interdiction des pratiques commerciales déloyales.....	Page 7
2.3 - Interdiction des actes de concurrence déloyale.....	Page 9
2.4 - Respect des droits des tiers.....	Page 9
2.5 - Obligations au titre de la tarification.....	Page 9
2.6 - Obligation d'identification et RSVA.....	Page 10
2.7 - Obligation d'information des Utilisateurs.....	Page 13
2.8 - Message Gratuit d'Information Tarifaire (ci-après « MGIT »)	Page 15
2.9 - Respect de la réglementation sur le traitement des données personnelles et la vie privée.....	Page 16
2.10 - Communication et promotion.....	Page 18
2.11 - Services et contenus interdits.....	Page 20
2.12 - Services réglementés.....	Page 23
• Services de mise en relation	
• Service de conseil	
• Service de paiement	
• Services d'information boursière	
• Service de vente à distance	
• Service de communication machine à machine	
• Service d'édition automatisée de contenus délivrés par un automate	
• Service d'annonces	
• Service de téléphonie / téléconférence	
• Contenus numériques délivrés par code d'accès	
• Services de renseignements téléphoniques	
• Services de mise en relation entre utilisateurs inscrits (forum de discussion, chat ...)	

- Service destiné aux mineurs

Partie III – SANCTIONS.....	Page 31
3.1 - Typologie des manquements.....	Page 31
3.1 – Signalements.....	Page 33
3.3 - Nature des sanctions.....	Page 33

Le marché des numéros SVA permet à de nombreuses entreprises de proposer diverses typologies de services à destination des consommateurs.

Il implique de nombreux intervenants dans la chaîne de valeur entre le consommateur appelant et l'Éditeur du service proposé par le numéro surtaxé.

Créée en 2005, l'af2m (Association Française pour le Développement des services et usages Multimédias Multi-opérateurs) regroupe et coordonne les travaux entre ces différents intervenants ceci afin de développer et promouvoir l'autodiscipline au sein de ce marché.

Le principal atout de l'autorégulation réside dans sa capacité à renforcer et maintenir la confiance des consommateurs envers la communauté des entreprises, et, par extension, envers le marché dans son ensemble. Une autorégulation efficace représente également un levier essentiel pour préserver l'image et la réputation des entreprises. Elle constitue ainsi un mécanisme avantageux pour les entreprises responsables, tout en offrant des bénéfices significatifs aux consommateurs.

Les présentes Recommandations ont pour objet de définir des standards de bonnes pratiques pour l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur des acteurs opérant, exploitant ou utilisant des Numéros SVA.

Elles ont pour premier objectif de garantir la transparence des pratiques et de protéger les consommateurs. Elles doivent permettre la régulation du marché et éradiquer les pratiques illicites.

Elles doivent rehausser la confiance globale du public à l'égard des services proposés par les Numéros SVA et promouvoir les pratiques commerciales loyales et dans le respect de la réglementation en vigueur.

PARTIE I - INTRODUCTION

Article 1.1 Définitions

Éditeur : Personne morale (entreprise, association, administration, ...) qui, à travers un Numéro SVA dont il est l'affectataire, publie c'est-à-dire met à la disposition du public un ou plusieurs Services : il sélectionne les contenus de ces Services..., les assemble et les hiérarchise, les met en forme sur un support de communication en ligne pour être diffusés à une audience donnée et en a la responsabilité éditoriale.

Numéro SVA : correspond à l'ensemble des numéros de téléphone "spéciaux" ou "courts" définis par l'ARCEP permettant la fourniture d'un Service SVA.

La décision de l'Arcep N° 2018-0881 précise que, « *Les numéros spéciaux et courts doivent être principalement affectés à des utilisateurs finals pour la fourniture de services de communication électroniques.* ».

Le Service attaché à un numéro SVA est unique. La décision de l'Arcep n°2018-0881 établissant le plan national de numérotation et ses règles de gestion précise que « *un numéro spécial à tarification majorée ne peut être affecté que de manière exclusive et stable dans le temps qu'à une unique personne morale ou physique et pour un unique service* » et que « *un numéro court généraliste à tarification majorée ne peut être affecté que de manière exclusive et stable dans le temps à une unique personne morale ou physique et pour un unique service* ». Par conséquent, la mutualisation des numéros entre plusieurs Services (et a fortiori entre plusieurs Éditeurs) est interdite.

Le principe de la gestion dynamique de blocs de numéros dite « numéros tournants » correspond à un ensemble de numéros donnant accès au même Service, l'Éditeur pouvant rendre accessible ou non à tout instant chaque numéro du bloc.

La gestion dynamique des numéros n'est autorisée que dans le cas où le bloc de numéros donne accès à :

- Un Service de Mise en relation, dont les conditions d'utilisation sont décrites à l'Article 2.12 ;

- Un Service de contenus numériques délivrés par code d'accès dont les conditions d'utilisation sont décrites à l'Article 2.12.

Opérateur : On appelle « Opérateur » toute personne physique ou morale exploitant un réseau de communications électroniques ouvert au public ou fournissant au public un Service via un numéro SVA. Il est un intermédiaire technique qui intervient dans la chaîne de valeur avec lequel l'Editeur peut être amené à contracter ou qui rentre dans la chaîne de valeur de délivrance des Services¹.

Les Opérateurs peuvent être :

- Opérateur SVA (OPE SVA) : Opérateur responsable du Numéro SVA à un instant donné. Il est soit attributaire de ce numéro soit exploitant à la suite d'une portabilité. A ce titre, il est responsable du numéro et de son contenu en l'absence d'Editeur de contenu déclaré.
- L'Opérateur SVA répercute les Recommandations ainsi que les règles du RSVA au Fournisseur de service et Editeurs avec lesquels il contracte.
- Opérateur de Boucle Locale (OBL) : Opérateur qui contrôle les conditions dans lesquelles l'Utilisateur final appelant accède au réseau téléphonique. L'OBL dispose donc d'une relation contractuelle avec ce dernier, auquel il facture son service téléphonique.
- Opérateur attributaire (OPA) : Opérateur à qui l'Arcep a attribué un bloc de numéros ou un numéro court.
- Opérateur de Services de Renseignements Téléphoniques (SRT) : Opérateur à qui l'Arcep a attribué un ou plusieurs numéros de la forme 118 XYZ.
- Opérateur de transit : Opérateur acheminant le trafic sortant d'un OBL vers les points d'entrée désignés par l'Opérateur de collecte technique.
- Opérateur Collecteur (ou de collecte) : Opérateur collectant les appels à destination du Numéro SVA issus de l'ensemble ou d'une partie des boucles locales.

Utilisateur : tout utilisateur du Service. Un Utilisateur peut être soit un consommateur, soit un professionnel :

- Consommateur : toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole.
- Professionnel : toute personne physique ou morale, publique ou privée, qui agit à des fins entrant dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole, y compris lorsqu'elle agit au nom ou pour le compte d'un autre professionnel.

Recommandations : Les présentes recommandations déontologiques y compris leur préambule et les annexes ainsi que toutes les modifications ou avenants passés ou à venir.

Service à valeur ajoutée vocal (ci-après « **Service** » ou « **Service SVA** ») : prestation de services accessible via un numéro spécial ou un numéro court et consistant en la délivrance d'un service par voie téléphonique par une personne, physique ou morale, pour un de ses clients actuels ou futurs, contre rémunération ou espérance de rémunération².

Un Service peut inclure la délivrance via un Numéro SVA de toute information, prestation, contenu sous toute forme sans que cette liste ne soit limitative. Les Services sont portés par les Éditeurs qui, pour les rendre accessibles aux Utilisateurs, ont notamment besoin que les Opérateurs de boucle locale en ouvrent l'accès, dans la mesure où cette demande d'accès apparaît raisonnable, notamment au regard de la nature et de la réalité des besoins de l'entreprise qui la présente et de la capacité technique de l'Opérateur de boucle locale auquel cette demande est présentée à la satisfaire³.

Ces Services ont vocation à être facturés à l'Utilisateur sur la facture téléphonique des OBL.

Article 1.2 Application et opposabilité des Recommandations

Les Recommandations s'appliquent à tous les acteurs de la chaîne de services consistant à éditer ou distribuer des Services de Communication au public en ligne qu'ils soient Editeurs ou Opérateurs.

Chaque acteur doit répercuter les Recommandations dans ses contrats avec les divers acteurs de la chaîne de valeur.

¹ Article L.32 du Code des Postes et Communications Electroniques

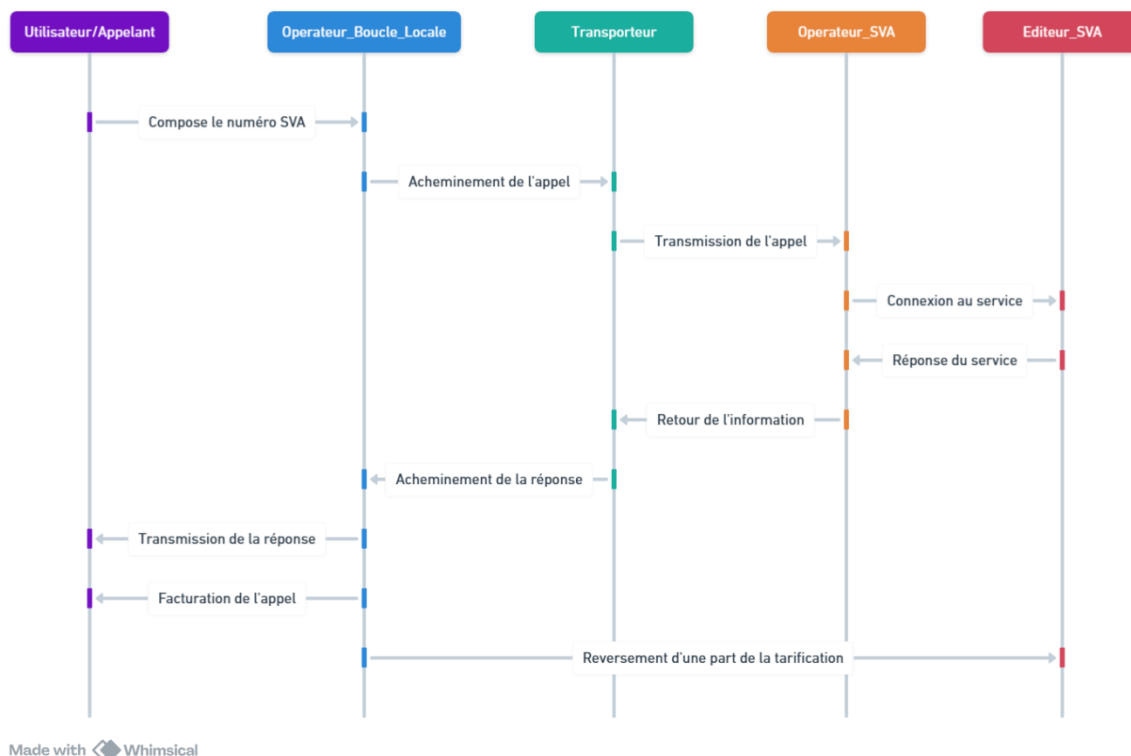
² Décision de l'Arcep n°2012-0856 en date du 17 juillet 2012 modifiant l'organisation des tranches de numéros commençant par 08 et des numéros courts prévue par la décision de l'Arcep n° 05-1085 du 15 décembre 2005

³ Décision de l'Arcep n° 2007-0213 en date du 16 avril 2007 portant sur les obligations imposées aux opérateurs qui contrôlent l'accès à l'utilisateur final pour l'acheminement des communications à destination des services à valeur ajoutée ; v. également : CE, 19 juin 2009, Société 118218 Le Numéro, req. n° 310452.

Figure 3. Chaîne de valeur des services à valeur ajoutée



(schéma issu de la Décision ARCEP n° 2014-1547-RDPI du 18 décembre 2014)



Les Éditeurs se doivent respecter les présentes Recommandations sous peine de sanctions telles que prévues en Partie III des présentes Recommandations.

Un Opérateur affectant un Numéro SVA est en droit de refuser d'affecter ce numéro à un Editeur proposant un Service non conforme aux présentes Recommandations.

Les autorités judiciaires peuvent par ailleurs utiliser les présentes Recommandations à titre de référence sur les usages du marché dans le cadre de la législation applicable.

PARTIE II - OBLIGATIONS

2.1 Principe de responsabilité et respect de la réglementation en vigueur

Les Recommandations s'appliquent sans préjudice du respect par l'Éditeur des lois, règlements et avis ou décisions des autorités compétentes notamment de l'ARCEP en vigueur au moment de la délivrance du Service, quand bien même la réglementation aurait évolué postérieurement à l'établissement des présentes Recommandations. Le non-respect de la réglementation constitue un manquement.

L'Éditeur porte seul la responsabilité du Service fourni et de sa promotion.

L'Éditeur respecte l'objet du Service tel qu'il est déclaré dans le contrat avec son Opérateur SVA en vigueur.

L'Éditeur ne doit pas mettre à la disposition du public des messages et contenus :

- Susceptibles par leur nature de porter atteinte au respect de la personne humaine et de sa dignité, de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la protection des enfants et des adolescents ;
- Encourageant ou facilitant la commission de crimes et/ou délits ou incitant à la consommation de substances interdites ou au suicide ;
- Incitant à la discrimination, à la haine ou à la violence ;
- Et plus généralement présentant sous un jour favorable tous comportements répréhensibles.

En conséquence, l'Éditeur doit effectuer une surveillance constante des informations destinées à être mises à disposition du public, de manière à éliminer, avant diffusion, les Services et contenus susceptibles d'être contraires aux lois et règlements en vigueur afin de pouvoir remédier rapidement à toute infraction.

2.2 Interdiction des pratiques commerciales déloyales

L'Éditeur s'interdit de toute pratique commerciale déloyale tant dans le contenu des Services que dans leur promotion sous quelque forme que ce soit. Ainsi l'Utilisateur ne devra en aucune manière être induit en erreur sur le contenu, les tarifs, les possibilités ou les modalités de délivrance du Service proposé.

Les pratiques commerciales déloyales qu'elles soient trompeuses ou agressives sont interdites⁴.

Il est précisé que « le caractère déloyal d'une pratique commerciale visant une catégorie particulière de consommateurs ou un groupe de consommateurs vulnérables en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité s'apprécie au regard de la capacité moyenne de discernement de la catégorie ou du groupe. »

L'article L.121-2 dudit Code précise qu'une **pratique commerciale est trompeuse** "Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

- a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;
- b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ;
- c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;
- d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;
- e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ;
- f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;
- g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur ;

Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en œuvre n'est pas clairement identifiable ».

L'article L.121-6 dudit Code précise qu'une **pratique commerciale est agressive** "lorsque du fait de sollicitations répétées et insistantes ou de l'usage d'une contrainte physique ou morale, et compte tenu des circonstances qui l'entourent :

- 1° Elle altère ou est de nature à altérer de manière significative la liberté de choix d'un consommateur ;
- 2° Elle vicie ou est de nature à vicier le consentement d'un consommateur ;
- 3° Elle entrave l'exercice des droits contractuels d'un consommateur ».

Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, les éléments suivants sont pris en considération :

- 1° Le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance ;
- 2° Le recours à la menace physique ou verbale ;
- 3° L'exploitation, en connaissance de cause, par le professionnel, de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer la décision du consommateur à l'égard du produit ;
- 4° Tout obstacle non contractuel important ou disproportionné imposé par le professionnel lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur ;

⁴ Article L.121-1 du Code de la Consommation

5° Toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible".

Plus précisément,

- Le Service doit être délivré dans son intégralité au tarif annoncé à l'Utilisateur quel que soit le média de commande et de délivrance du Service.
- L'Éditeur, sur la base des informations techniques dont il dispose ou celles transmises par l'Utilisateur, ne doit pas déclencher la facturation d'un Service qui ne pourrait être délivré à l'Utilisateur pour quelque raison que ce soit, et, le cas échéant, en informe l'Utilisateur
- Le temps d'attente durant la délivrance du Service doit être raisonnable et justifié. Selon la norme ISO 18295⁵ "Les bonnes pratiques consistent à permettre au client d'entrer en communication avec un conseiller dans le délai maximal d'une minute suivant son entrée dans la file d'attente, après le déroulement du serveur vocal interactif (SVI), ou de prévoir une option de demande de rappel du client".

L'Éditeur a l'interdiction de mettre en œuvre toute pratique frauduleuse ou tout scénario ou processus ayant pour objectif final le rappel, directement ou indirectement (y compris au travers d'un numéro intermédiaire), par l'Utilisateur d'un numéro à tarification majorée.

	Pratiques interdites (liste non exhaustive)
1)	Laisser des appels en absence (« Ping Call ») : appels raccrochés très rapidement dont le rappel serait redirigé vers le Service ou déroulerait un film vocal incitant à rappeler un numéro à tarification majorée suivi, le cas échéant, immédiatement de # afin d'empêcher ce dernier d'entendre le MGIT ;
2)	Afficher comme identifiant d'appelant tout numéro non majoré qui au décroché incite à appeler un numéro à tarification majorée pour obtenir un Service ;
3)	Interrompre de manière brutale une conversation téléphonique (ou un message vocal) afin de pousser l'appelé à rappeler un numéro à tarification majorée ou le numéro appelant non majoré qui déroulerait un film vocal incitant à rappeler un numéro à tarification majorée ;
4)	Emettre des appels affichant un numéro et au décroché dérouler un film vocal incitant à rappeler un numéro à tarification majorée ;
5)	Envoyer des SMS, MMS, emails, des messages ou des invitations sur des réseaux sociaux non sollicités incitant directement ou indirectement à appeler un numéro à tarification majorée ;
6)	Utiliser un environnement graphique et des méthodes anxiogènes ou tout argument tendant à mettre le potentiel appelant en état de stress, quel que soit le moyen de sollicitation ;
8)	Faire croire à l'Utilisateur qu'un problème a été détecté sur son téléphone (virus détectés, application devant être mise à jour...) ;
9)	Initier le parcours par un pop-up qui ne présente pas de possibilité de sortie de la séquence pour l'Utilisateur et l'entraîne de manière agressive jusqu'à la page contenant le lien ;
10)	Conditionner psychologiquement l'Utilisateur à générer une action de paiement.
11)	Utiliser tout mécanisme de démarchage agressif dans le but de faire appeler un Numéro SVA ou un autre numéro renvoyant à un moment donné vers un Numéro SVA ;

⁵ <https://www.iso.org/fr/standard/64739.html>

12)	Etablir des appels ininterrompus ou répétés vers le Service par le biais notamment d'une composition automatique et régulière ou en continu de numéros
13)	Utiliser comme identifiant d'appel dans le cadre d'un démarchage les tranches ⁶ de numéros commençant par 089, 3BPQ (hors 30PQ et 31PQ), 118XYZ.
14)	Favoriser la confusion entre les supports de communication internet de l'Editeur quels qu'ils soient (bannières, click to action, click to call, messages textuels, etc.) et le contexte dans lequel ils sont positionnés - tant par leur formulation que leur position sur la page où ils sont présents. Par exemple, le procédé consistant à positionner un bouton sur ou à proximité d'une vidéo, sur un site de streaming vidéo, laissant penser à l'utilisateur qu'il va pouvoir lire cette vidéo, alors que ce bouton renvoie vers le Service de l'Éditeur, est interdit.
15)	De se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance ⁷ .
16)	Se faire passer pour un particulier.
17)	De donner l'impression que le consommateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait : -soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent ; -soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût ⁸ .

2.3 Interdiction des actes de concurrence déloyale

L'Editeur exerce une concurrence loyale et s'interdit notamment d'intervenir sur un Service dans l'intention de porter atteinte à son bon fonctionnement, de nuire à tout professionnel concurrent ou d'en détourner les Utilisateurs.

D'une manière générale, l'Éditeur ne doit 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).

L'Éditeur s'abstient de toute pratique de nature à induire, même potentiellement, une quelconque confusion entre son Service et ceux de tous services, marques ou toutes personnes morales notamment via le nom et le numéro d'accès de son Service⁹.

2.4 Respect des droits des tiers

L'Editeur s'assure que le nom et le numéro d'accès de son Service ne portent pas atteinte aux droits des tiers quel qu'en soit le fondement. Ils ne doivent pas reprendre notamment la marque d'un tiers ou son nom patronymique sans son accord.

L'Éditeur ne doit pas porter atteinte ou contrefaire ni utiliser tout brevet, marque, logo, raison sociale, droit d'auteur ou tout autre droit de propriété intellectuelle ou industrielle.

L'Éditeur a la responsabilité de solliciter les autorisations nécessaires en vue de la reproduction et de la diffusion des œuvres ou extraits d'œuvres utilisées dans le cadre de ses Services auprès des sociétés de gestion de droits d'auteurs concernées et à régler les rémunérations dues au titre des droits de reproduction ainsi qu'au titre de la communication au public desdites œuvres, images et sons, ou extraits d'œuvres (droits dus à la Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique (SACEM) ou autres sociétés de gestion de droits d'auteurs).

⁶ Décision Arcep n°2018-0881 modifiée du 24 juillet 2018

⁷ Article L.121-7 du Code de la Consommation

⁸ Article L.121-7 du Code de la Consommation

⁹ Articles L.121-1 à L.121-4 du Code de la Consommation

2.5 Obligations au titre de la tarification

Les règles en matière de tarification de détails des appels vers les Numéros SVA, précisées dans la décision de l'Arcep N° 2018-0881 modifiée en date du 24 juillet 2018 différencient les deux composantes de l'appel, à savoir :

- La Communication (C) facturée au consommateur au même prix que pour un appel normal, selon l'abonnement souscrit auprès de son Opérateur
- Le Service (S) fonction du seul Service rendu et indépendant de(s) l'Opérateur(s) qui achemine(nt) l'appel.

Pour favoriser la lisibilité tarifaire pour les consommateurs, les décisions susmentionnées répartissent les Numéros SVA selon 3 grandes familles en fonction de leur tarification :

- Les numéros à tarification gratuite pour lesquels la communication et le Service sont gratuits pour l'appelant ;
- Les numéros à tarification banalisée pour lesquels la communication est facturée au prix d'une communication normale et le Service gratuit pour l'appelant ;
- Les numéros à tarification majorée pour lesquels la communication est facturée au prix d'une communication normale et le Service est payant pour l'appelant ;

Les numéros de la forme 10YT et 118 XYZ peuvent bénéficier de la structure tarifaire de ces 3 grandes familles.

Une grille référençant les paliers¹⁰, conformément à l'encadrement des plafonds tarifaires fixés par l'Arcep est disponible et exploitable par tous les Opérateurs. Tous les Services doivent choisir un palier tarifaire ou à l'appel ou à la durée.

Dans le cadre des Services SVA, l'Éditeur est responsable du respect du plafond de la facturation du Service, pour chaque numéro appelé à 24 Euros TTC par appel. Dans le cas de la fourniture d'un contenu numérique délivré par code d'accès, le montant cumulé de la transaction ne devra pas dépasser le plafond de 24 Euros TTC.

En outre, pour tous les Services à la durée facturés plus de 20 centimes/minute TTC, la durée maximale du Service sera de 30 minutes.

La valeur mensuelle cumulée des opérations de paiement pour un même Utilisateur ne peut excéder le montant de 300 Euros TTC. Dans le cas d'un abonnement souscrit à des fins professionnelles, ce montant s'apprécie au niveau de l'utilisateur final¹¹.

2.6 Obligation d'identification et RSVA

Au titre de l'article L.224-43 du Code de la Consommation, l'Opérateur SVA, son cocontractant auquel un numéro est affecté et, s'il est différent, l'Éditeur final du contenu délivré aux consommateurs *« mettent gratuitement à la disposition des consommateurs un outil accessible en ligne permettant d'identifier, à partir du numéro d'appel ou de message textuel : le nom du produit ou du service accessible à ce numéro d'appel ou de message textuel, la description sommaire du produit ou du service, le nom du fournisseur, son site internet, s'il existe, l'adresse du fournisseur ainsi que l'adresse ou le numéro de téléphone auxquels le consommateur peut adresser ses réclamations.*

Cet outil permet aux consommateurs d'obtenir les informations prévues au premier alinéa pendant une période qui ne peut être inférieure à douze mois à compter de la date d'achat du produit ou du service. Il est mis à la disposition des consommateurs sous la forme d'un accès unique dédié aux numéros d'appel et d'un accès unique dédié aux numéros de messages textuels.»

Les Opérateurs ont mis en place, au bénéfice des Éditeurs, un outil permettant de mettre en œuvre la tarification au numéro autorisée par la décision de l'Arcep n° 2018-0881 modifiée du 24 juillet 2018 : la base **Référentiel tarifaire des numéros SVA** (le « RSVA »).

Celle-ci recense l'ensemble des Numéros SVA visés par la décision de l'Arcep N° 2012-0856 et les informations mentionnées à l'article L. 224-43 du Code de la consommation. Elle a vocation à être utilisée directement ou indirectement par la totalité des acteurs impliqués et permet :

- Un mode d'échange centralisé entre Opérateurs ;
- La modification du tarif des Numéros SVA à tarification majorée sans changer de numéro.

¹⁰ www.af2m.org

¹¹ Article L521-3-1 du Code Monétaire et financier

De ce fait, l'annuaire inversé des Numéros SVA permet aux consommateurs d'accéder aux informations de l'Éditeur du Service en réalisant une recherche ayant pour critères le Numéro SVA et la date correspondant à la communication concernée sur un historique d'un an.

A ce titre, l'article D. 224-18 du Code de la Consommation précise que « l'outil mentionné au premier alinéa de l'article L. 224-43 donne au consommateur la possibilité de signaler et de décrire précisément pour un numéro d'appel ou de message textuel :

- « 1° Une inexactitude sur les informations présentes dans l'outil ;
- « 2° Une préoccupation sur la déontologie du service associé ;
- « 3° Un problème relatif au contact auquel le consommateur doit pouvoir adresser ses réclamations.

Tous les Opérateurs SVA ont l'obligation de déclarer dans la base RSVA tous leurs numéros SVA.

Dans le cas d'une mise à jour :

- De la même façon, tous les Opérateurs SVA ont pour obligation de mettre à jour le statut des numéros selon le référentiel de l'APNF dans la base RSVA
- Pour des raisons techniques, une tolérance allant jusqu'à dans un délai de quarante-huit (48) heures maximums est permise.

Un numéro non-affecté ne peut en aucun cas être joignable par un utilisateur.

Ainsi les Editeurs ont l'obligation de fournir à leurs Opérateurs SVA les informations suivantes par numéro :

	Informations à fournir	Précisions																																	
1)	Enseigne commerciale de l'Éditeur (nom du Service ou du produit accessible au numéro d'appel)																																		
2)	Typologie(s) du service	<p>Les Éditeurs ont l'obligation de fournir un descriptif du Service et d'identifier leurs Services selon la typologie suivante :</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Typologie de Service</th> <th>Code Principal</th> <th>Multivaluation Autorisée</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Edition de contenu de services délivrés par des personnes physiques qualifiées</td> <td>EP</td> <td>RC, RG, EA, PA, JE</td> </tr> <tr> <td>Services de Petites Annonces</td> <td>PA</td> <td>RC, EA, EP, JE</td> </tr> <tr> <td>Relation Client (Entreprise / Administration / Association / ...)</td> <td>RC</td> <td>RG, EA, EP, PA, JE, CA, MR</td> </tr> <tr> <td>Relation Client – Après-Vente – Appel non Majoré (LME)</td> <td>RG</td> <td>RC, EA, EP, JE</td> </tr> <tr> <td>Jeux (conformes à l'article 2.11)</td> <td>JE</td> <td>RC, RG, EA, EP, PA, CA</td> </tr> <tr> <td>Edition de contenus automatisée, délivrés par un automate</td> <td>EA</td> <td>RC, RG, PA, JE</td> </tr> <tr> <td>Services de Téléphonie / Téléconférence</td> <td>TT</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Services de contenu numérique par Codes d'Accès</td> <td>CA</td> <td>RC, JE, XX</td> </tr> <tr> <td>Services de Mise en Relation par Aboutement Téléphonique</td> <td>MR</td> <td>RC</td> </tr> <tr> <td>Services de Portails d'Accueil et de Mise en Relation</td> <td>PR</td> <td>RC</td> </tr> </tbody> </table>	Typologie de Service	Code Principal	Multivaluation Autorisée	Edition de contenu de services délivrés par des personnes physiques qualifiées	EP	RC, RG, EA, PA, JE	Services de Petites Annonces	PA	RC, EA, EP, JE	Relation Client (Entreprise / Administration / Association / ...)	RC	RG, EA, EP, PA, JE, CA, MR	Relation Client – Après-Vente – Appel non Majoré (LME)	RG	RC, EA, EP, JE	Jeux (conformes à l'article 2.11)	JE	RC, RG, EA, EP, PA, CA	Edition de contenus automatisée, délivrés par un automate	EA	RC, RG, PA, JE	Services de Téléphonie / Téléconférence	TT	-	Services de contenu numérique par Codes d'Accès	CA	RC, JE, XX	Services de Mise en Relation par Aboutement Téléphonique	MR	RC	Services de Portails d'Accueil et de Mise en Relation	PR	RC
Typologie de Service	Code Principal	Multivaluation Autorisée																																	
Edition de contenu de services délivrés par des personnes physiques qualifiées	EP	RC, RG, EA, PA, JE																																	
Services de Petites Annonces	PA	RC, EA, EP, JE																																	
Relation Client (Entreprise / Administration / Association / ...)	RC	RG, EA, EP, PA, JE, CA, MR																																	
Relation Client – Après-Vente – Appel non Majoré (LME)	RG	RC, EA, EP, JE																																	
Jeux (conformes à l'article 2.11)	JE	RC, RG, EA, EP, PA, CA																																	
Edition de contenus automatisée, délivrés par un automate	EA	RC, RG, PA, JE																																	
Services de Téléphonie / Téléconférence	TT	-																																	
Services de contenu numérique par Codes d'Accès	CA	RC, JE, XX																																	
Services de Mise en Relation par Aboutement Téléphonique	MR	RC																																	
Services de Portails d'Accueil et de Mise en Relation	PR	RC																																	

Version en vigueur au 1^{er} septembre 2026

		Services de Renseignements Téléphoniques	RT	-
		Services de Machine à Machine	MM	-
		Services pouvant heurter la sensibilité des mineurs	XX	CA, RC, RG, EA, EP, PA, JE, MR
		<p>Lorsque le Service fourni par un Numéro SVA répond à plusieurs typologies, le Service est dit « multivalué ». Les multivaluations autorisées sont rappelées dans le tableau précédent.</p> <p>Les Services de typologie de Renseignements Téléphoniques, de Machine à Machine (MtoM), de Portails d'Accueil et de Téléphonie/Téléconférence sont exclusifs de toute autre typologie. Ils sont dits « monovalués ».</p> <p>L'ensemble des contraintes associées à chaque typologie s'applique à l'ensemble du Service porté par le Numéro SVA considéré. En particulier, la présence de la catégorie XX en multivaluation impose au service une numérotation en 0895.</p>		
3)	Description du service qui doit permettre à l'Opérateur SVA de s'assurer de la conformité du Service	<p>La description sommaire du service doit permettre à l'appelant de disposer des informations essentielles sur le Service, sa finalité et sa valeur ajoutée, en évitant notamment toute ambiguïté. Elle est rédigée en français de manière claire et intelligible.</p> <p>Elle doit notamment clairement mentionner :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La nature et le contenu du Service délivré au consommateur ; • Les éventuelles informations associées à la délivrance du Service ; • Les éventuelles marques ou noms commerciaux associés au Service ; • Le site web associé au Service s'il existe. <p>La description sommaire peut comporter un maximum de 226 caractères.</p> <p>En aucun cas la description du service ne doit être :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une annonce publicitaire pour le Service ; • Un simple rappel de la typologie du Service. 		
3)	Tarif du service			
4)	L'IBAN/BIC du compte de sa société			
5)	Le document d'enregistrement de sa société au sein de l'EEE ou AELE ¹² (Kbis ou équivalent)			
6)	La copie d'une carte d'identité ou d'un passeport en cours de validité du représentant légal			
7)	Les coordonnées d'un contact opérationnel à jour.			

¹² Arcep, décision n° 2018-0881 modifiée en date du 24 juillet 2018n

8)	Adresse postale à laquelle le consommateur peut adresser ses réclamations	
9)	Numéro de téléphone à tarification non majorée et/ou adresse mail ou site http de l'Éditeur auxquels le consommateur peut adresser ses réclamations	

Si l'Éditeur n'est pas le co-contractant de l'Opérateur SVA, le co-contractant doit fournir à l'Opérateur SVA les informations de l'Éditeur pour déclaration dans le RSVA sous sa responsabilité.

L'entité déclarée en Éditeur dans le RSVA assume toutes les responsabilités qui incombent à l'Éditeur, en particulier celles concernant :

- Le contenu du Service ;
- Les moyens de promotion et prospection du Service ;
- La fraude qui pourrait être engendrée sur les numéros affectés à l'Éditeur occulté.

L'Éditeur est responsable des informations transmises quant à son identification et la description de son Service et de la communication à son Opérateur SVA de leur éventuelle mise à jour. L'Opérateur SVA prévoit dans le contrat avec son cocontractant auquel il affecte un numéro à valeur ajoutée, sous peine de résiliation, que celui-ci l'informe de toute modification concernant son identité et son adresse, lesquelles doivent figurer dans le contrat¹³.

Le Service fourni par l'Éditeur doit être conforme à la description qui en est fournie dans l'annuaire inversé et à la (les) typologie(s) de service déclarée(s) par l'Éditeur.

La non-parution à l'annuaire inversé n'est possible que pour :

- Les numéros majorés réservés exclusivement à un usage destiné aux Professionnels, ne devant en aucun cas être accessibles aux consommateurs ;
- Les numéros gratuits et les numéros banalisés.

Dans le cas d'une non-parution, seuls le numéro et le palier tarifaire figurent dans l'annuaire inversé avec la mention « Les informations relatives à ce numéro ne sont pas publiques ».

La parution anonymisée à l'annuaire inversé n'est possible que pour :

- Les numéros à usage Machine to Machine (MtoM) vers lesquels les appels sont déclenchés pour les besoins d'une prestation de service dont la souscription a donné lieu préalablement à un contrat écrit et dont l'information quant au prix est conforme à la réglementation en vigueur ;
- Les numéros utilisés par des entreprises pour des appels en situation d'urgence telles que des incendies, fuites de gaz ou catastrophes naturelles pour appeler, soit des intervenants terrain, soit des forces de secours ;
- Les numéros utilisés qui ne doivent pas être connus du public car réservés légitimement à une catégorie d'Utilisateurs (par exemple numéro réservé aux personnes malades maintenues à domicile grâce à un équipement médical particulier qui leur donne droit d'appeler un numéro dédié en cas de coupure d'électricité pour rétablissement en urgence ou une organisation souhaitant ne pas être connu de l'extérieur de celle-ci).

Ces numéros apparaîtront dans l'annuaire inversé sans mention de typologie et avec uniquement le palier tarifaire et les coordonnées de l'Opérateur SVA qui doit avoir préalablement recueilli l'ensemble des informations de l'Éditeur concerné telles que précisées dans le présent article.

Les autres cas de non-parution ou de parution anonymisée seront validés le cas échéant par l'af2m après consultation des pouvoirs publics. Dès validation, elles figureront dans ces Recommandations.

2.7 Obligation d'information des Utilisateurs

¹³ Article L. 224-46 du Code de la consommation,

L'Éditeur communique auprès de l'Utilisateur ou met à sa disposition de manière claire, accessible et non équivoque par tout procédé approprié, selon le support utilisé lisible ou/et audible, et conformément aux Recommandations de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité¹⁴ (ARPP) les informations suivantes :

	Type d'information à fournir	Précisions
1)	Le nom commercial du Service d'une manière précise ;	
2)	L'identité de l'Éditeur	Dénomination ou leur raison sociale, capital social, siège social, numéro de téléphone, le numéro RCS ou équivalent ¹⁵
3)	Les caractéristiques essentielles du Service ;	Lorsque le Service est soumis par sa nature à des restrictions particulières, l'Éditeur en informe ou alerte sans délai l'Utilisateur et doit se conformer aux prescriptions législatives et réglementaires qui encadrent le Service ou la délivrance du Service.
4)	Les conditions essentielles nécessaires à la délivrance du Service ;	
5)	Les coordonnées auxquelles le consommateur peut adresser ses réclamations ou exercer ses droits concernant la bonne exécution du contrat (numéro non surtaxé).	
6)	Le fait que le Service a recours à des animateurs, personnes physiques ou automates.	
7)	En l'absence de service, l'Éditeur a la responsabilité de la mise en place d'un message gratuit précisant que le service est momentanément indisponible.	

Les informations doivent être accessibles dès l'établissement de la communication. Dans le cas d'une réponse par une personne physique, celle-ci doit être en mesure de délivrer ces informations sur simple demande de l'Utilisateur.

¹⁴ <https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/>

¹⁵ Article 1.1 LCEN 2004-575 du 21 juin 2004

2.8 Message Gratuit d'Information Tarifaire (ci-après « MGIT »)

L'Editeur doit communiquer aux Utilisateurs les informations tarifaires en EUROS TTC ainsi que le mode de tarification (par minute, à l'acte, à l'abonnement, etc.) visés à l'article L.112-1 du Code de la Consommation et à l'article 1 de l'arrêté du 10 juin 2009.

Dans ce cadre, l'Editeur ou l'Opérateur SVA doit mettre en place une Message Gratuit d'Information Tarifaire (ci-après « MGIT ») selon les modalités ci-après.

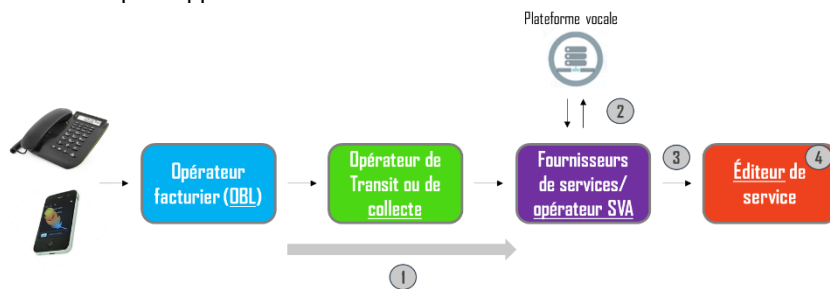
Services dispensés de MGIT :

- Numéros qui ne sont pas en service, et donc ne donnant lieu à aucune facturation.
- Les Services de type « machine à machine » (MtoM) ;
- Les Services réservés exclusivement à un usage professionnel pour l'appelant. Ces derniers ne doivent en aucun cas être accessibles aux consommateurs sans MGIT.

CONTENU DU MESSAGE	<p>En langue française, clair et intelligible sans musique de fond.</p> <p>Le MGIT mentionne :</p> <ul style="list-style-type: none">- dans un premier temps le tarif applicable pour le numéro appelé- dans un second temps la possibilité pour l'appelant de ne plus entendre le tarif lors de ses prochains appels (par appui de l'appelant sur la touche « # » de son équipement terminal ou en prononçant le mot « dièse » pendant la diffusion de l'annonce, aucun autre procédé n'est autorisé) <p>Les informations relatives au mode de facturation (à la minute ou à l'appel) et les tarifs en TTC sont obligatoires.</p> <p>Le MGIT pourra être complété par des informations concernant le nom de l'Éditeur et de son Service à l'exception de toutes informations à caractère publicitaire qui sont formellement interdites.</p> <p>En cas de changement de palier tarifaire ou passé un délai de 3 mois après le renoncement de l'Utilisateur d'entendre le MGIT, le MGIT doit être de nouveau diffusé au consommateur.</p>
DUREE ET SEQUENCEMENT DU MESSAGE	<p>Entre 10 et 20 secondes maximum</p> <p>L'information tarifaire doit être délivrée en début de message, à l'exception de la personnalisation avec le nom de l'Éditeur ou du Service si celle-ci n'excède pas 3 secondes.</p> <p>Toute information sur un mécanisme de renoncement doit figurer après la délivrance de l'information tarifaire.</p> <p>Un signal sonore matérialise la fin de cette information et la mise en application des conditions de prix annoncées. Le bip sonore ne doit pas être délivré moins d'une seconde après la diffusion de l'information sur le tarif.</p>
TECHNIQUE DU PRE-DECROCHE	<p>La technique du pré-décroché est la solution technique retenue par l'af2m.</p> <ul style="list-style-type: none">• Après numérotation par l'appelant et émission du message 'Etablissement de l'appel' par l'Opérateur de départ, la réception du message de confirmation de l'aboutissement de l'appel déclenche l'ouverture des canaux audio dans les 2 sens de communication (Réseau vers appelant pour la diffusion du MGIT – Appelant vers réseau pour la détection DTMF de la touche # si interruption du MGIT souhaitée par l'appelant) ;

Version en vigueur au 1^{er} septembre 2026

- La lecture du MGIT est démarrée (en remplacement de la tonalité d'appel en cours (RingBack Tone), pendant la période de mise en relation que l'on appelle pré-décroché ;
- Une fois l'annonce diffusée, un nouveau message d'appel en cours est envoyé vers l'appelant afin de diffuser la tonalité d'appel en cours (RingBack Tone) – présent si sonnerie sur le poste appelé, non présent si décroché par une machine - serveur vocal ;
- Le décroché par l'appelé déclenche le début de la facturation.



- 1 Établissement d'un circuit entre l'OBL, l'opérateur de collecte et l'opérateur SVA.
L'OBL attend le signal de décroché de l'éditeur avant de commencer la facturation de son client.
- 2 Diffusion de l'annonce vocale par le réseau de l'opérateur SVA qui contrôle la durée de l'annonce (l'annonce peut également être diffusée par l'éditeur s'est e mesure de le faire.
- 3 À la fin de l'annonce, l'opérateur SVA assure le traitement de l'appel vers l'éditeur.
- 4 Décroché de l'éditeur.
L'OBL commence à facturer le client.

EXEMPLES DE MESSAGES

- En **gras**, la partie du message obligatoire
- En *italique*, la partie du message facultative – mais conseillée

PALIER TARIFAIRE	MESSAGE PROPOSE
Palier gratuit	« <i>Service et appel gratuits</i> » (message facultatif)
Palier banalisé	« <i>Service gratuit plus prix de l'appel</i> » (message facultatif)
Palier majoré à la durée	« <i>Bonjour, après le Bip sonore, vous serez facturé un service à XX€ par minute en plus du prix de l'appel.</i> <i>La prochaine fois, appuyez sur dièse pour ne pas écouter ce message. »</i> ♪ Bip
Palier majoré à l'acte	« <i>Bonjour, après le Bip sonore, vous serez facturé un service à XX€ en plus du prix de l'appel.</i> <i>La prochaine fois, appuyez sur dièse pour ne pas écouter ce message. »</i> ♪ Bip
Contenu numérique par code d'accès	<i>L'Éditeur de Service doit compléter les messages précédents avec le message complémentaire suivant « donnant accès au service NOM de ÉDITEUR »</i> <i>où NOM est le nom commercial du service qui pourra être reconnu par l'Appelant et EDITEUR l'Éditeur du Service</i>

2.9 Respect de la réglementation sur le traitement des données personnelles et la vie privée

Version en vigueur au 1^{er} septembre 2026

L'Éditeur s'engage à se conformer strictement à la réglementation applicable en matière de traitement de données personnelles et notamment au Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016, relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (RGPD).

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

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

L'Éditeur ne doit 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 confidentiel¹⁶.

En matière de démarchage et de prospection directe l'Éditeur doit respecter les dispositions de l'article L.34-5 du Code des Postes et Communications Électroniques qui dispose notamment que l'Éditeur à l'interdiction :

- De faire de la prospection directe « au moyen de systèmes automatisés d'appel de communications électroniques au sens du 6° de l'article L.32, d'un télécopieur ou de courriers électroniques utilisant les coordonnées d'une personne physique, abonné ou Utilisateur, qui n'a pas exprimé préalablement son consentement à recevoir des prospections directes par ce moyen ».

« 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. Pour l'application du présent article, les appels et messages ayant pour objet d'inciter l'utilisateur ou l'abonné à appeler un numéro surtaxé ou à envoyer un message textuel surtaxé relèvent également de la prospection directe ».

La prospection directe par courrier électronique est autorisée uniquement « si les coordonnées du destinataire ont été recueillies auprès de lui, dans le respect des dispositions de la loi 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.»

- « D'émettre, à des fins de prospection directe, des messages au moyen de systèmes automatisés d'appel de communications électroniques au sens du 6° de l'article L.32, 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 s'interdit également 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 ».

Concernant le recueil ou la révocation du consentement, les Editeurs doivent respecter les obligations suivantes :

Modalités de recueil du consentement	Précisions
<p>Le consentement doit être sollicité postérieurement à la délivrance du MIGT, et peut être recueilli à n'importe quel moment de l'appel.</p> <p>S'il est automatisé, le message du recueil du consentement ne doit pas être d'une durée inférieure à 10 secondes et supérieure à 15 secondes.</p> <p>Le message du recueil du consentement doit être formulé de manière claire et intelligible, sans musique, bruit de fond ni aucun artifice sonore pouvant nuire à sa parfaite compréhension par l'utilisateur et sur un débit normal</p>	<p>Exemples :</p> <p>Tapez 1 pour ne rater aucune de nos offres/messages par SMS,. Vous pouvez changer d'avis à tout moment dans les infos éditeur.</p> <ul style="list-style-type: none"> - (ajouter le nom de l'Editeur s'il n'est pas mentionné en amont) - Ne pas utiliser « information » <p>Si vous souhaitez recevoir nos communications tapez 1</p>

¹⁶ Articles 226-1 et 226-2 du Code Pénal

S'il est positionné avant la délivrance du Service, après émission du message un laps de temps de 2 secondes est laissé.	
Le consentement est valable uniquement pour des services de contenu similaire proposés par la même société et devra pouvoir être révoqué à tout moment par le consommateur	
Modalités de révocation du consentement	
Révocation automatique	au bout de 90 jours à compter de la résiliation du numéro.
Révocation volontaire à la demande de l'Utilisateur	Les informations à communiquer concernant les moyens de révoquer le consentement doivent être présentes dans les informations Editeur. Cette révocation est gratuite et a minima possible via une adresse email La révocation doit être effective dans un délai maximum de 72 heures.

La preuve de ce consentement dont son horodatage, doit pouvoir être apportée par l'Editeur et doit être conservée pendant une durée minimale de 12 mois.

L'article L.221-17 du Code de la Consommation précise que « lorsqu'un professionnel contacte un consommateur dans les conditions prévues à l'article L.221-16 par téléphone, l'utilisation d'un numéro masqué est interdite ».

L'Éditeur a l'interdiction, directement ou par l'intermédiaire d'un tiers agissant pour son compte, de procéder à toute démarchage téléphonique des consommateurs inscrits sur le site Bloctel, sauf en cas de relations contractuelles préexistantes¹⁷.

Afin de protéger leurs propres clients, les Opérateurs sont autorisés d'une part, à développer des mécanismes de filtrage (blocage ou masquage) de ces appels lors de leur passage sur leur réseau afin de lutter contre cette pratique et d'autre part, à encadrer contractuellement les conditions dans lesquelles les fournisseurs de service téléphonique permettent à leurs clients de modifier le numéro présenté aux destinataires lors de leurs appels sortants.

2.10 Communication et promotion

L'Éditeur ne doit pas faire de communication commerciale directe ou indirecte pour un Service contraire aux recommandations¹⁸ de l'ARPP et au Code ICC.

Dans toutes leurs communications commerciales, publicité ou promotions quel qu'en soit la forme ou le support, les Editeurs doivent notamment respecter les obligations suivantes :

	Obligations	Précisions
1)	Les communications commerciales doivent proscrire toute déclaration ou tout traitement audio ou visuel contraire aux convenances selon les normes actuellement admises.	

¹⁷ Articles L.223-1 à L.223-7 du Code de la Consommation.

¹⁸ <https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/>

2)	Les communications commerciales doivent respecter la dignité humaine et ne doivent pas inciter à ou tolérer toute forme de discrimination, y compris celle fondée sur l'origine ethnique ou nationale, la religion, le sexe, l'âge, les attributs physiques, la santé mentale, le handicap ou l'orientation sexuelle.	
3)	Les communications commerciales ne doivent pas sembler tolérer ou inciter à des comportements violents, illégaux ou antisociaux.	
4)	Tout message publicitaire devra être identifié comme tel et n'entretenir aucune ambiguïté sur sa nature commerciale, de sorte qu'il ne puisse être confondu avec une communication interpersonnelle.	
5)	Toute communication devra respecter la charte de la signalétique tarifaire	<p>Une signalétique commune à l'ensemble des Opérateurs et des Éditeurs est mise en place. Cette signalétique adaptée permet aux consommateurs de connaître immédiatement la tarification du service proposé par l'Éditeur par lecture directe.</p> <p>Dans le cas de l'utilisation d'un bouton d'appel ou de toute technique visant à générer un appel vers un Numéro SVA depuis une page web, une application, ou tout autre outil équivalent, l'information tarifaire conforme à la charte doit être intégrée ou accolée de manière insécable à chaque bouton générant l'appel.</p> <div data-bbox="938 1167 1458 1249" style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <p>39XX Service 0,15 € / appel + prix appel</p> </div> <p>Dans le cas où il s'agit d'une communication sur un support ne permettant pas l'utilisation de la charte signalétique tarifaire (message radio, message textuel...), l'Éditeur doit communiquer aux Utilisateurs les informations tarifaires en EUROS TTC ainsi que le mode de tarification (par minute, à l'acte, à l'abonnement, etc.) visés à l'article L.112-1 du Code de la Consommation de manière claire et non ambiguë.</p> <p>Dans le cas où il s'agit d'une communication sur un support SMS, l'Éditeur doit communiquer aux Utilisateurs les informations tarifaires en EUROS TTC ainsi que le mode de tarification (par minute, à l'acte, à l'abonnement, etc.) visés à l'article L.112-1 du Code de la Consommation de manière claire et non ambiguë.</p>

		Cette Charte signalétique est disponible sur le site af2m.org.
6)	Toutes les publicités, y compris les messages textuels et les sites web, promouvant des services à tarification majorée à destination des mineurs, doivent se conformer à la Recommandation Enfant de l'ARPP ¹⁹ .	
7)	<p>Dans le cadre de la promotion par SMS ou MMS de Services SVA envoyés sur un terminal mobile</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'identifiant d'émetteur de message textuel doit être conforme aux dispositions du plan national de numérotation établi par l'Arcep, dans sa version issue de la décision n°2018-0881 modifiée 24 juillet 2018 ; - il est interdit d'envoyer une URL qui n'aurait que pour but d'ouvrir le numéroteur du téléphone pour faire appeler un numéro SVA sans que le numéro ne soit clairement affiché dans le message - le tarif doit être mentionné tel que décrit au 5. - la possibilité de ne plus recevoir de SMS doit être donnée au consommateur en indiquant le STOP SMS - la nature commerciale du service délivré doit être claire et non ambiguë. Le contenu du message délivré ne doit notamment pas pouvoir être confondu par le consommateur avec un message de nature interpersonnelle. 	

2.11 Services et contenus Interdits

1)	Services offrant une bonification ou contrepartie financière (cashback, promotions financières...)	La transformation, au bénéfice de l'Utilisateur, du revenu généré par le Service à tarification majorée de manière directe ou indirecte sous quelque forme que ce soit (lots, biens matériels ou en toute forme de crédit, bons d'achats, cartes cadeau, droit d'accès à un autre Service, promesse d'une meilleure espérance de gain dans le cadre des jeux concours avec promesse de gain et loteries, ou de monnaie pouvant être transformée en monnaie réelle...) et liée directement en tout ou partie au nombre d'achats du Service est interdite.
2)	Jeux d'argent et de de hasard	<p>L'article L.320-1 du Code de la Sécurité Intérieure interdit les jeux d'argent et de hasard (comme par exemple, les loteries) impliquant un sacrifice financier pour le participant. Dès lors les jeux de hasard, ne sont pas possibles sur les numéros majorés, les SMS ou tout autre mode de paiement sur la facture Opérateur dont le coût est supérieur à 0€.</p> <p>Les loteries publicitaires dont l'objet est d'assurer la promotion d'un produit ou un service sont autorisées à titre d'exception sous certaines conditions telles que décrites à l'article L.121-20 du Code de la Consommation.</p> <p>Par exception, sont autorisés, conformément à l'article L. 322-7 du Code de la Sécurité Intérieure, les jeux de hasard organisés dans le cadre de programmes télévisés et radiodiffusés, ainsi que dans les publications de presse définies à l'article 1er de la loi N° 86-897 du 1er août 1986 dès lors que la possibilité pour les participants d'obtenir le remboursement des frais engagés (frais</p>

¹⁹ <https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/enfant/>

		<p>d'affranchissement, frais de communication ou de connexion, majoré ou non...) est prévue par le règlement du jeu et que les participants en sont préalablement informés.</p> <p>Il est cependant rappelé que ces jeux et concours doivent consister en un complément du programme auquel ils sont associés et, conformément à la Délibération ARCOM du 4 décembre 2007²⁰ « <i>les références à ces jeux se doivent d'être discrètes et ponctuelles dans ces programmes</i> ».</p> <p>Les Opérateurs sont invités à vérifier par tous les moyens qu'ils jugent nécessaires le statut de leurs clients souhaitant organiser de tels jeux et les conditions d'organisation de ces jeux, par exemple en vérifiant l'autorisation de diffusion accordée par l'ARCOM, ou le numéro d'enregistrement auprès de la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP).</p> <p>Le jeu mis en place, quel que soit le régime dont il dépendra, devra répondre notamment aux exigences suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'information sur les conditions de jeu (coordonnées de l'organisateur, montant de la participation, dates de début et de fin du jeu ...); • L'équité, c'est-à-dire le traitement de l'égalité des chances (y compris participation unique par lot); • La satisfaction de l'espérance de gain. <p>La rédaction d'un règlement au préalable de l'opération est préconisée au regard du Code ICC et le dépôt chez un commissaire de justice particulièrement recommandé.</p>
3)	Service client	<p>L'article L.121-16 du Code de la Consommation dispose que « <i>le numéro de téléphone destiné à recueillir l'appel d'un consommateur en vue d'obtenir la bonne exécution d'un contrat conclu avec un professionnel ou le traitement d'une réclamation ne peut être surtaxé. Ce numéro est indiqué dans le contrat et la correspondance</i> ».</p> <p>Elles sont complétées par l'article L.224-38 du Code de la Consommation qui précise notamment que :</p> <p>« <i>Les dispositions du présent article sont applicables à tout fournisseur de services de communications électroniques proposant au consommateur, directement ou par l'intermédiaire d'un tiers, un service après-vente, un service d'assistance technique ou tout autre service chargé du traitement des réclamations se rapportant à l'exécution du contrat conclu avec ce fournisseur, et accessible par un service téléphonique au public au sens du 7° de l'article L. 32 précité.</i></p> <p><i>Ces services sont accessibles depuis le territoire métropolitain, les départements et régions d'outre-mer et les collectivités territoriales de Saint-Barthélemy, Saint-Martin et Saint-Pierre-et-Miquelon, par un numéro d'appel non géographique, fixe et non surtaxé.</i></p> <p><i>Aucun coût complémentaire autre que celui de la communication téléphonique ne peut être facturé pour ces services au titre de cette communication téléphonique.</i></p> <p><i>Lorsque le consommateur appelle ces services depuis les territoires énumérés au deuxième alinéa en ayant recours au service téléphonique au public du fournisseur de services de communications électroniques auprès duquel il a souscrit ce contrat, aucune somme ne peut, à quelque titre que ce soit, lui être facturée tant qu'il n'a pas été mis en relation avec un interlocuteur prenant en charge le traitement effectif de sa demande ».</i></p>

		<p>Les Services de mise en relation par aboutement d'appel à tarification majorée ne doivent en aucun cas référencer les services clients d'entreprises. Ainsi, le numéro de téléphone destiné, pour le consommateur, à l'exercice du droit de rétractation ne peut être surtaxé²¹.</p> <p>Seules les tarifications gratuites et banalisées répondent aux exigences légales. En conséquence, aucun cas un numéro surtaxé ne peut en aucun cas être utilisé pour permettre délivrer un tel service et ce en vue de la bonne exécution du contrat.</p> <p>L'Éditeur doit particulièrement veiller à ce que son/ses numéro(s) de services (08, 3BPQ, 10XY, 118XYZ) ne puisse(nt) en aucun cas être confondu(s) avec un tel numéro du service client concerné.</p>
4)	Numéros et services d'urgence	<p>Les numéros SVA ne peuvent être utilisés pour des mises en relation vers les numéros et services d'urgence.</p> <p>Les services d'aide aux personnes en situation de détresse, notamment morale ou physique sont interdits sur des Numéros SVA, hors gratuits ou banalisés.</p> <p>Numéros d'urgence : Numéros devant être acheminés gratuitement et listés dans l'annexe de la décision n°02-1179 de l'Arcep (https://www.arcep.fr/uploads/tx_gsavis/02-1179.pdf)</p> <p>Services d'urgence : on entend par services d'urgence tout appel qui atteste d'une urgence dite vitale, ou médicale ou toute action nécessitant une intervention rapide (urgences vétérinaire, dentaire, psychologie, plomberie, électrique, serrurerie... liste non-exhaustive) *</p>
5)	Numéros et services publics	<p>Les numéros SVA ne peuvent être utilisés pour des mises en relation vers les numéros des services publics.</p> <p>L'article 28 de la loi n° 2018-727 du 10 août 2018 pour un État au service d'une société de confiance précise que « <i>les administrations au sens du 1° de l'article L. 100-3 du Code des relations entre le public et l'administration, à l'exception des collectivités territoriales et de leurs établissements publics, ne peuvent recourir à un numéro téléphonique surtaxé dans leurs relations avec le public au sens du 2° du même article L. 100-3</i> ».</p>
6)	Services pouvant heurter la sensibilité des mineurs	<p>Les Services qui entrent dans la catégorie V définie dans la délibération de l'ARCOM du 20 décembre 2011.²², ou qui renverraient vers un site de même nature doivent obligatoirement se positionner sur le bloc 0895 prévu dans la décision de l'Arcep n° 2018-0881 modifiée le 24 juillet 2018 et permettant aux OBL d'offrir aux consommateurs un système de contrôle parental y compris dans le cas de la délivrance de ces Services par codes d'accès.</p> <p>Aucun support publicitaire promouvant un service SVA n'ayant pas mis en place un système de vérification préalable de l'âge de l'Utilisateur conforme ne doit utiliser de termes ou d'images à caractère pornographique ou de très grande violence pouvant nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des moins de 18 ans.</p> <p>Afin de renforcer la protection des jeunes publics le MGIT de ces services doit mentionner qu'il s'agit d'un service réservé aux adultes.</p>
7)	Numéro SVA utilisé pour solliciter des dons	

²¹ V. par exemple : CJUE, 2 mars 2017, C-568/15.

²² ARCOM, délibération du 20 décembre 2011 relative à la protection du jeune public, à la déontologie et à l'accessibilité des programmes sur les services de médias audiovisuels à la demande, Partie II – PROTECTION DE L'ENFANCE ET DE L'ADOLESCENCE.

8)	Numéro SVA utilisé pour l'achat de tickets électroniques	
----	--	--

2.12 Services règlementés

Certains Services, tels que mentionnés ci-dessous, sont soumis à des règles spécifiques que l'Éditeur doit respecter outre les règles d'ordre générale commune à tous les Services. Si un Editeur propose des Services couvrant plusieurs des services listés ci-dessous il doit respecter l'intégralité des obligations de chacune des catégories concernées.

Services de mise en relation	
Description	
	<p>Il y a 2 types de services de mise en relation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un Service de mise en relation par automate (retraduction du numéro)) permet à un appelant d'être mis en relation avec un professionnel par le biais d'une ressource en numérotation SVA. Le numéro composé n'est pas le numéro du professionnel recherché mais un numéro, souvent à tarification majorée, permettant d'obtenir directement le destinataire de l'appel (sans l'intervention d'un opérateur) • Un Service de mise en relation « accompagné » est un service dans lequel l'appelant est mis en relation avec l'appelé final à l'issue d'un échange initial avec un service (par exemple, un service de renseignements téléphoniques) <p>CAS PARTICULIER DES PORTAILS.</p> <p>Par exception, les portails d'accueil sont des Services donnant accès à un choix de services cibles. L'Éditeur du portail porte l'entière responsabilité éditoriale des Services vers lesquels il met l'appelant en relation. La typologie PR est dédiée à ces Services.</p> <p>L'Éditeur du portail ne peut fournir un tel Service qu'à condition de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - contractualiser avec chacun des Editeurs de Services vers lesquels il aiguille l'appelant ; - affecter à chacun des Services un numéro SVA propre vers lequel transitera l'appel ; - conserver la traçabilité n° appelant / n° final appelé, horodatage. <p>Faute de réunir ces conditions, le Service de portail sera considéré comme un Service de mise en relation et devra en suivre les règles.</p>
Obligations	
1)	L'Éditeur veille à éviter tout risque de confusion, dans l'esprit de l'Utilisateur, entre le numéro à tarification majorée délivrant le Service de mise en relation et le professionnel appelé. L'Utilisateur ne doit pas pouvoir supposer que le bénéfice financier de l'appel profite à l'appelé.
2)	Comme défini par la décision n°2018-0881 modifiée de l'Arcep, « <i>les numéros spéciaux à tarification majorée ne peuvent pas être affectés à une personne physique ou morale, même temporairement, pour l'appeler sans avoir recueilli, préalablement et de manière explicite, son consentement afin d'être joint par un tel numéro.</i> »

3)	Les tarifications majorées associées aux services de mise en relation par automate doivent être choisies uniquement dans les tarifications à l'acte de la grille des tarifs af2m. Les tarifications à la durée ne sont pas autorisées.
4)	En cas de mise en relation avec un tiers (extérieur à l'entreprise de l'appelé) dans le cadre d'un Service de mise en relation non automatique durant un appel facturé à la durée, Le MGIT devra rappeler que la majoration se poursuit durant toute la durée de l'appel et rappeler le montant de celle-ci. Cette obligation s'applique quelle que soit la forme que prend cette mise en relation (transfert d'appel, conférence à trois, etc.).
5)	L'Éditeur doit fournir aux Utilisateurs les informations suivantes : - Identification du Service comme « Service de mise en relation » - Présentation d'un bouton sur lequel l'utilisateur doit cliquer préalablement à l'affichage du numéro du Service de mise en relation (Il est interdit d'afficher directement le numéro du Service de mise en relation) - Identification de l'Éditeur et distinction entre l'Éditeur et l'appelé ²³
6)	En cas de recours à un Numéro SVA géré de façon dynamique, l'Éditeur s'engage sur le support ou site proposant ce numéro d'afficher sur le site, de façon lisible et proche du numéro, la durée de validité du numéro via le texte suivant : <i>« Tarif (exemple : 1,99€TTC par appel + prix d'un appel). Ce numéro valable x minutes (à préciser par l'Éditeur) n'est pas le numéro du destinataire mais le numéro d'un service permettant la mise en relation avec celui-ci. Ce service est édité par le site www.nomdusite.com. <u>En savoir plus sur ce numéro ?</u> »</i>
7)	Au cas où la mise en relation ne s'effectuerait pas (indisponibilité ou absence de l'appelé), le Service est rendu à l'appelant en lui restituant le numéro de téléphone de l'appelé dont la validité est garantie par l'Éditeur, afin que l'appelant puisse renouveler son appel sans tarification majorée
8)	En cas de mise en relation, l'Éditeur transmet à l'appelé toutes les informations concernant l'appelant et dont l'appelé pourrait avoir besoin pour rendre son Service avec la même qualité que s'il s'agissait d'un appel directement passé par l'appelant à l'appelé.
9)	Les Services de mise en relation ne sont pas autorisés à proposer une fonction d'annuaire inversé des Numéros SVA à tarification majorée.

Service de conseil	
Obligations	
1)	L'Éditeur doit indiquer à l'Utilisateur que les informations / conseils donnés, dans le cadre de son Service, le sont à titre indicatif et mentionner les noms des auteurs

²³ Mesure permettant de garantir le respect des articles L.121-1 et L121-2 du Code de la Consommation prohibant les pratiques commerciales déloyales et trompeuses, ces dernières sont notamment caractérisées « lorsqu'elle[s] crée[nt] une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial ou un autre signe distinctif d'un concurrent ».

2)	L'Éditeur s'engage à respecter la réglementation fixée par la loi ou par toute organisation professionnelle propre à l'activité de conseil proposée.
----	--

Service de paiement	
Obligations	
1)	Dès lors qu'un Editeur fournit à titre de profession habituelle des services de paiement entrant dans le champ d'application de l'article 521-3-1 du Code monétaire et financier, il devra être en conformité avec les obligations dudit Code (notamment les articles L521-1 à L526-40).
2)	Les usages de l'Utilisateur final peuvent être bloqués par son OBL, notamment et le cas échéant en respect du plafond mensuel défini à l'article L.521-3-1 du Code Monétaire et Financier.

Services d'informations boursières	
Obligations	
1)	L'Éditeur respecte les recommandations de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) notamment : <ul style="list-style-type: none"> • La recommandation qui a pour objet de permettre au public d'apprécier la portée et la fiabilité des informations auxquelles il accède par le biais d'un service²⁴ ; • La recommandation relative à la diffusion en ligne d'informations financières par les sociétés cotées qui vise à compléter la précédente recommandation²⁵.
2)	La source de l'information doit être précisée. L'AMF recommande de préciser en clair s'il s'agit d'une information extraite d'une source publique (rapport annuel...) ou s'il s'agit d'un commentaire dont l'auteur sera alors nommé désigné.

Service de vente à distance	
Obligations	
1)	La vente à distance est strictement limitée à la fourniture de contenu numérique
2)	La vente de service réalisée à partir d'un moyen de communication en ligne est soumise à la réglementation s'appliquant à la vente à distance ²⁶ .

²⁴ Recommandation n° 87-01 de l'AMF

²⁵ Recommandation n° 93-01 de l'AMF

²⁶ Articles L. 221-11 à L.221-15 du Code de la Consommation

3)	En aucun cas, le prix du Service bénéficiant de la prestation de reversement fournie par l'Opérateur ne peut constituer le paiement du service de la vente à distance.
----	--

Service de communication machine à machine	
Description	
	Le machine to machine (MtoM) désigne des solutions permettant à des machines de communiquer avec d'autres machines ou avec un serveur sans intervention humaine. Les usages du MtoM sont très nombreux par exemple : télésurveillance, monétique, sécurité, santé...
Obligations	
1)	L'Éditeur s'engage à fournir dans ses contrats une information complète sur le prix du Service distinguant les deux composantes : <ul style="list-style-type: none"> • Le montant directement facturé par le prestataire de service ; • Le montant résultant de la facturation SVA tels que les alertes effectives ou les tests de disponibilité de la ligne

Service d'édition automatisée de contenus délivrés par un automate	
Description	
	L'Éditeur met à disposition des Utilisateurs un contenu préalablement enregistré qui est délivré automatiquement par des automates.
Obligations	
1)	Le contenu délivré devra précisément répondre au Service proposé à l'Utilisateur
2)	L'Éditeur veille à la mise à disposition intégrale du contenu pour les Utilisateurs

Service d'annonces	
Obligations	
1)	L'Éditeur indique dans tous les choix possibles de rubriques et avant consultation, le nombre d'annonces y figurant

2)	L'Editeur vérifie la réalité des annonces
3)	L'Editeur assure les mises à jour nécessaires dans un délai maximum de 48 heures
4)	Les annonces de rencontre entre personnes sont interdites

Service de téléphonie / téléconférence	
Description	
	<p>Les services de Téléphonie permettent d'accéder à un destinataire dont le numéro est connu de l'appelant via une plateforme vocale.</p> <p>Les Services de téléconférence permettent à un nombre variable de participants d'écouter et/ou regarder une conférence et/ou de participer à une même conversation.</p>
Obligations	
1)	<p>L'Éditeur qui propose des offres de téléphonie, avec ou sans carte prépayée, accessibles par un Service veille à ce que les deux composantes du tarif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'appel au Service ; • Le décrétement de la valeur de la carte ; <p>Soient clairement exposées sur les publicités, la documentation (papier ou en ligne), voire, le cas échéant, sur la carte elle-même.</p>
2)	<p>L'Éditeur s'engage à ce que les contrats d'offres de téléconférence utilisant un Service mentionnent clairement que le prix se compose de deux parties :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le montant facturé directement par le vendeur de l'offre ; • Les communications téléphoniques liées au Service.
3)	La typologie Service de Téléphonie/Téléconférence (TT) ne peut être associée à aucune autre typologie.

Contenus numériques délivrés par code d'accès	
Description	
	<p>La fourniture de contenu numérique par codes d'accès concerne l'accès à des contenus/Services sur un support numérique grâce à la validation de codes d'accès obtenus en appelant un Numéro SVA. Le numéro peut être lui-même le code d'accès temporaire.</p> <p>La délivrance d'un code d'accès ne constitue pas en lui-même un Service.</p>

Obligations	
1)	<p>Un Service avec code d'accès peut être conçu, exclusivement, des manières suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soit l'Utilisateur appelle un Numéro SVA lui permettant d'obtenir un code d'accès l'identifiant de manière unique, qu'il ressaisit dans un espace prévu à cet effet sur le support numérique afin d'accéder au dit contenu. Dans ce cas, chaque appel doit obligatoirement donner lieu à la fourniture d'un code d'accès (un contenu peut nécessiter plusieurs codes d'accès pour être délivré) ; • Soit le code d'accès est le Numéro SVA lui-même (constituant une autorisation d'accès) et il n'y a pas de ressaisie ; dans ce cas, l'Éditeur impose au support ou au site proposant ce numéro d'afficher sur le site, de façon lisible et proche du numéro, la durée de validité du numéro.
2)	<p>L'Éditeur assume la responsabilité de toute information, message, graphisme, élément téléchargé et plus généralement du contenu du ou des sites internet, ou autre service numérique, auquel le code fourni donne accès.</p> <p>Il fait sien tout litige susceptible de l'opposer à un tiers en raison de ce contenu.</p>
3)	<p>L'Éditeur doit désigner le Service délivré dans l'annonce du MGIT comme suit « <i>Bonjour, service donnant accès au service XXXX de YYY</i> », où XXX est le nom commercial du Service qui pourra être reconnu par l'Appelant et YYY l'Éditeur du Service »</p>
4)	<p>L'Éditeur a l'obligation au début de la transaction de préciser à l'appelant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le nombre d'appels successifs nécessaires pour bénéficier du Service complet annoncé ; • Le montant total in-fine de la transaction ; • La durée de validité du code délivré. <p>Ces trois limites d'utilisation sont cumulatives. L'Éditeur limite la durée de validité d'un code d'accès délivré à l'appelant à 48 heures. Par ailleurs, le code d'accès doit avoir une durée de validité d'au moins 5 minutes après sa livraison</p>
5)	<p>Dans le cas des Services nécessitant de multiples appels facturés au forfait en nombre connu par l'Éditeur, ou dans le cas des appels longs facturés à la durée, dont la durée est connue par l'Éditeur, l'Éditeur veille à ce que la livraison complète du Service soit compatible avec les seuils énoncés.</p>
6)	<p>Dès lors qu'un Opérateur SVA ou son co-contractant affecte à un de ses Éditeurs un Numéro SVA permettant d'obtenir un code d'accès, il doit fournir : la description détaillée du Service accessible par ce code d'accès, l'url mentionnant ce numéro SVA et l'url où sera validé le code obtenu.</p> <p>De plus, si le Service est destiné à des acteurs enregistrés, l'Opérateur SVA ou son co-contractant fourniront à l'af2m, sur demande, un compte utilisateur permettant l'accès à ce Service numérique accessible par ce code d'accès.</p> <p>L'Opérateur SVA renseignera ces informations dans la base RSVA ou, à défaut, sur tout autre support que l'af2m pourra proposer.</p> <p>L'Opérateur SVA s'engage à fournir toutes les informations disponibles sur la plateforme technique fournissant les codes d'accès : (hébergeur, pays d'hébergement...) et des implémentations techniques réalisées pour la gestion des codes et la fourniture des Services, conformément au formulaire af2m dédié.</p>
7)	<p>Tout Service fourni par code d'accès doit être obligatoirement déclaré dans la base RSVA en typologie « contenu numérique par code d'accès (CA) ». La typologie CA est exclusivement dédiée à la fourniture de contenu numérique par code d'accès</p>

Services de renseignements téléphoniques	
Description	
	<p>Les Opérateurs de Services de Renseignements Téléphoniques (SRT) exploitent des numéros au format 118XYZ qui leurs sont attribués par l'Arcep. Ils sont Éditeurs de leur Service et en portent la responsabilité éditoriale. Leurs Services se déclinent aussi bien sur la voix que sur le web et le SMS.</p> <p>Les Services de Renseignements Téléphoniques sont définis par le CPCE, notamment aux articles R10.4, R10.5 et R10.7 s'agissant des informations présentes dans les bases des Opérateurs de Boucles Locales²⁷.</p> <p>Font notamment partie des Services entrant dans le champ des Services de renseignements téléphoniques, les services de renseignements internationaux, les services de renseignements professionnels, les services d'annuaires inversés et les services en langue étrangère.</p> <p>Par ailleurs, les Opérateurs attributaires de numéros de la forme 118XYZ ont la faculté de proposer des prestations techniques additionnelles comme l'envoi des coordonnées demandées par SMS ou par courriel ou la mise en relation téléphonique avec le correspondant dont les coordonnées ont été demandées dès lors que les coordonnées demandées sont communiquées explicitement et distinctement par oral à l'appelant avant cette mise en relation.</p>
Obligations	
1)	<p>La décision de l'Arcep N° 2018-0881 modifiée prévoit que « <i>les numéros courts de renseignements téléphoniques sont les seuls numéros utilisés pour la fourniture à titre principal du service universel de renseignements, mentionné à l'article R. 10-7 du CPCE, qui donne accès "aux noms et prénoms, aux raisons sociales ou dénominations sociales, aux adresses et aux numéros de téléphone de tous les abonnés au service téléphonique au public et des utilisateurs qui ont manifesté leur accord" ainsi qu'"à la mention de la profession des personnes qui l'ont souhaité dans les conditions prévues au quatrième alinéa de l'article R. 10-3 du CPCE" ».</i>», ce qui implique l'interdiction de fourniture de renseignement téléphonique sur tout autre numéro faisant partie du plan de numérotation autre qu'un 118 XYZ.</p>
2)	<p>L'emploi de termes faisant référence au « Service universel de renseignements » ou toute terminologie analogue est réservé aux Opérateurs de SRT qui, en particulier, acquièrent auprès des OBL les bases de données visées à l'article R.10-4 du CPCE.</p>
3)	<p>Le Service proposé via un numéro court de renseignements téléphoniques est fourni exclusivement par l'Opérateur attributaire de ce numéro.</p>
4)	<p>Les Opérateurs de SRT s'assurent que la dénomination « <i>Service de Renseignement Téléphonique</i> » ainsi que la mention tarifaire conforme à la signalétique SVA de l'af2m soient impérativement rappelées sur toutes pages incitant à l'appel vers le numéro du SRT pour obtenir un service qui ne serait pas disponible directement sur la page sur toute communication ou support de promotion.</p>
5)	<p>Les services additionnels fournis par les Opérateurs de SRT ne peuvent en aucun cas faire l'objet d'une promotion les mettant en avant comme service principal fourni par l'Opérateur de SRT.</p>

6)	Lorsqu'ils proposent d'assurer la mise en relation à la suite de la fourniture d'un numéro de téléphone, les fournisseurs de renseignements téléphoniques ont l'obligation d'informer le consommateur du tarif de cette mise en relation. Cette information doit être fournie systématiquement et préalablement à l'acceptation expresse de l'offre de mise en relation par le consommateur. ²⁸
7)	<p>En dehors des Services de Renseignement Téléphoniques (SRT) exploitant des numéros au format 118XYZ, il est rappelé que pour tout autre service :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'essentiel du service délivré ne peut pas être du renseignement téléphonique - Il est strictement interdit de fournir un numéro de téléphone de particulier - Il est strictement interdit de proposer de la mise en relation entre l'appelant et un service/personne tiers - Il est strictement interdit de proposer ou permettre un parcours client visant à l'exécution de requêtes nominatives. - Il est rappelé que le temps d'attente durant la délivrance du Service doit être raisonnable et justifié. Selon la norme ISO 18295 "Les bonnes pratiques consistent à permettre au client d'entrer en communication avec un conseiller dans le délai maximal d'une minute suivant son entrée dans la file d'attente, après le déroulement du serveur vocal interactif (SVI), ou de prévoir une option de demande de rappel du client". - Il est recommandé à tout service s'apparentant à un service de type conciergerie d'utiliser un palier tarifaire à l'acte.

Services de mise en relation entre utilisateurs inscrits (forum de discussion, chat ...)	
Obligations	
1)	L'Editeur exerce ou fait exercer par un modérateur un contrôle régulier sur le contenu des messages publics ;
2)	L'Editeur supprime dans les meilleurs délais tout message manifestement illicite dont il a eu connaissance.
3)	<p>L'Editeur prévoit une charte de participation aux forums, chats, messageries comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Les règles de comportement conformes aux Recommandations portées à la connaissance du public par tout moyen adapté au support de communication utilisé ; ○ Un avertissement diffusé à l'Utilisateur en début de communication, mentionnant qu'il pourra être exclu du Service en cas de comportement inadapté à ces règles ; ○ Une information expresse aux mineurs qu'ils ne doivent donner aucune coordonnée personnelle ; ○ Un message d'avertissement à l'entrée du Service. Ce message pourra reprendre le texte ci-après : « <i>Pour communiquer en toute sécurité, nous vous recommandons fortement de ne jamais laisser vos coordonnées personnelles. Vous ne pourrez jamais savoir avec certitude qui est votre interlocuteur. Voulez-vous continuer ?</i> »

²⁸ Article L.224-58 du code de la consommation

Service destiné aux mineurs	
Obligations	
1)	Les Éditeurs respectent la loi n°49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse
2)	<ul style="list-style-type: none"> • Les Services destinés aux mineurs (des catégories IV ou V définies dans la délibération de l'ARCOM du 20 décembre 2011²⁹) ne doivent impérativement pas comporter de rubriques, messages, promotions ou publicités tels que : contenu à caractère pornographique, érotique ou de très grande violence ; • Incitant les mineurs à consulter d'autres Services payants en ligne et/ou à faire durer la consultation de ces Services ou à multiplier les appels ou les connexions de manière excessive vers le(s) Service(s) concerné(s). Ceci constituera un caractère aggravant.
3)	Dans le cas où un dispositif de contrôle parental existe, l'Éditeur doit respecter les échelles de valeurs proposées.

PARTIE III - SANCTIONS

3.1 Typologie des manquements

Les Éditeurs ont l'obligation de prévenir les manquements et d'y remédier dans les délais requis par les Opérateurs.

Un manquement est caractérisé par le non-respect à l'une des dispositions des présentes Recommandations.

Le tableau ci-dessous fournit une liste non exhaustive des manquements.

	SERVICES	MANQUEMENTS
1)	SVA	Toute infraction à une disposition légale ou réglementaire en vigueur
2)	SVA	Toute mesure visant à empêcher la vérification de conformité du service.
3)	SVA	Tous services interdits au sens des Recommandations, que le Service soit fourni à titre gratuit ou non
4)	SVA	Absence de Service
5)	SVA	Absence ou information tarifaire erronée
6)	SVA	Après diffusion du MGIT et pendant le temps de communication, le délai de délivrance du service est anormalement long
7)	SVA	Pratique de spam, spam vocal ou appel à rebond
8)	SVA	Démarchage déloyal (agressif et/ou trompeur) renvoyant directement ou indirectement vers un Numéro SVA sur tous supports.
9)	SVA	Communication déloyale (ou engendrant une confusion avec d'autres services) renvoyant directement ou indirectement vers un Numéro SVA sur tous supports.
10)	SVA de la forme 089 ou 3BPQ (sauf 30PQ et 31PQ) ou 118 XYZ	Affichage d'un numéro de la forme 089 ou 3BPQ (sauf 30PQ et 31 PQ) ou 118 XYZ à un tarif équivalent comme identifiant d'appelant pour le démarchage téléphonique.

²⁹ ARCOM, délibération du 20 décembre 2011 relative à la protection du jeune public, à la déontologie et à l'accessibilité des programmes sur les services de médias audiovisuels à la demande, Partie II – PROTECTION DE L'ENFANCE ET DE L'ADOLESCENCE.

11)	SVA de la forme 118XYZ	Fourniture de Services autres que ceux autorisés ou indiqués dans le RSVA
12)	SVA hors MtoM et BotB	Absence, non-conformité du MGIT ou incitation à appeler un numéro majoré terminé par # de façon à empêcher le client d'écouter le MGIT.
13)	SVA hors M to M	Absence d'une information obligatoire à destination des Utilisateurs
14)	SVA	Informations obligatoires de l'annuaire RSVA absentes, inexactes, obsolètes ou incomplètes (hors anonymisation et non parution autorisées ou service gratuit).
15)	SVA	Utilisation abusive et/ou distorsion des informations délivrées dans l'annuaire RSVA permettant au titulaire de se soustraire à ses obligations.
16)	Services de Mise en Relation	Utilisation d'un numéro à tarification majorée pour joindre un service public, un service d'urgence ou le service client d'une entreprise soumis à la LME sans accord explicite de celle-ci.
17)	Services de Mise en Relation	Utilisation d'un numéro à tarification majorée sans information préalable sur la nature de service de mise en relation (non-respect de la charte graphique).
18)	SVA	Mutualisation des numéros entre plusieurs services (et/ou entre plusieurs Éditeurs)
19)	Gestion dynamique des numéros	Gestion dynamique des numéros pour des typologies de Services non autorisés ou pour plusieurs Services. La sanction s'appliquera à l'ensemble des Numéros concernés.
20)	Services pouvant heurter la sensibilité des mineurs	Fourniture d'un Service ou de codes d'accès pour accéder à ce type de contenus en dehors de la tranche 0895.
21)	SVA	Promotion d'un service SVA par message textuel à partir d'un numéro utilisé dans des conditions non conformes au plan national de numérotation établie par l'Arcep
22)	SVA	Publicité ou achat de référencement qui pourrait entretenir une ambiguïté dans l'esprit de l'Utilisateur trouvant le Service par une recherche internet
23)	SVA	Impossibilité pour l'Utilisateur de refuser le consentement de recevoir des démarchages ultérieurs de manière explicite lors de l'appel.

3.2 Signalements

Les Opérateurs et les Éditeurs ont créé un système de recueil des signalements accessibles à tous³⁰ :

- <https://www.surmafacture.fr/> ;
- <https://www.33700.fr/>

Les signalements recueillis sont diffusés quotidiennement vers les Opérateurs concernés. Chaque Opérateur SVA vérifie les informations présentes dans l'outil de signalement pour tout numéro dont les nombres de signalements dépassent un ou plusieurs seuils fixés chaque année par arrêté du ministre chargé de la consommation³¹.

Les Opérateurs SVA informent les Éditeurs ou co-contractants des signalements pertinents impactant les Numéros SVA dont ils sont titulaires.

Des signalements peuvent également être recueillis par d'autres sources (contrôle DGCCRF, autres Opérateurs, ...).

Le traitement des signalements repose successivement sur :

- Les Opérateurs SVA qui ont la responsabilité de résoudre la situation selon les clauses du contrat qui les lient avec leurs Éditeurs ou co-contractants ;
- Les processus de co-régulation de l'af2m validés par l'ensemble des acteurs.

La vérification des informations présentes dans l'outil intervient dans un délai maximal de deux jours ouvrés à compter du jour où l'Opérateur a été informé d'un signalement sur un Numéro SVA le concernant.

3.3 Nature des sanctions

L'Opérateur prévoit, dans le contrat avec l'Éditeur ou le Co-contractant auquel il affecte un Numéro SVA³² :

- La suspension de l'accès au(x) Numéro(s) SVA ayant fait l'objet d'un manquement grave constaté et non réparé dans les délais requis par l'Opérateur SVA après l'envoi d'une mise en demeure par tout moyen,
- La résiliation du contrat en cas de réitération d'un manquement selon la définition précisée au présent article ou de mise en demeure de se mettre en conformité restée sans effet passé le délai requis ainsi que toute mesure complémentaire qu'il juge nécessaire pour mettre un terme aux pratiques non conformes.

Dans l'hypothèse où l'Opérateur SVA ne procède pas aux actions mentionnées au paragraphe ci-dessus, l'Opérateur de Boucle Locale peut suspendre, après en avoir informé l'Opérateur, l'accès de ses abonnés au(x) Numéro(s) SVA concernés et en cas de réitération, à tous les numéros de l'Éditeur en cause³³.

La réitération est le fait par un même Opérateur ou Éditeur d'un manquement identique ou similaire sur un même Service ou sur un autre de ses Services qui a déjà fait l'objet d'une mise en demeure et/ou d'une sanction par le passé. L'existence même d'une situation de réitération démontre que le précédent constat de manquement et la sanction dont il a pu être assorti n'ont pas suffi à conduire l'intéressé à respecter les Recommandations.

³⁰ Article L. 224-43 et l'article D. 224-17 et suivants du Code de la Consommation

³¹ Article D. 224-21 du Code de la Consommation

³² Article L224-46 du Code de la consommation

³³ Article L224-47-1 du Code de la consommation

ANNEXE I – LISTE DES LOIS ET REGLEMENTS CITES

Texte de loi/Règlementation cité	Article des RD	Thème	Page
Décision ARCEP N° 2018-0881	1.1	Définition Numéro SVA	4
32 CPCE	1.1	Définition Opérateur	5
Décision ARCEP N°2012-0856	1.1	Définition Service SVA	5
Décision ARCEP N° 2007-0213	1.1	Définition Service SVA	5
Décision ARCEP N° 2014-1547	1.2	Schéma chaîne de valeur	6
L.121-1, 121-2 et 121-6 C.Consommation	2.2	Pratiques commerciales déloyales	8
L.121-7 C.Consommation	2.2	Pratiques déloyales interdites	10
Décision ARCEP N° 2018-0881	2.2	Pratiques déloyales interdites	10
L.121-1 à 121-4 C.Consommation	2.3	Concurrence déloyale	10
Décision de ARCEP N° 2018-0881	2.5	Tarifcation	11
L.521-3-1 du Code monétaire et financier	2.5	Tarifcation - limite facturaton	12
Décision ARCEP N° 2018-0881	2.6	RSVA	12
Décisoon ARCEP N°2012-0856	2.6	RSVA	12
L.224-43 et D.224-17 C.Consommation	2.6	RSVA	12
L.224-46 C.Consommation	2.6	RSVA	12
Décision ARCEP N° 2018-0881	2.6	obligation d'identification	14
1.1 LCEN 2004-575	2.7	Identification	16
L.121-1 C.Consommation	2.8	MGIT	16
Arrêté du 10/06/2009	2.8	MGIT	16
Règlement (UE) 2016/679 du 27 avril 2016	2.9	RGPD	19
226-1 et 226-2 Code pénal	2.9	Vie privée	19
L.34-5 CPCE	2.9	Prospection directe	19
L.223-1 à L.223-7 C.Consommation	2.9	Bloctel	19
L.221-17 C.Consommation	2.9	Interdiction numéro masqué	20
Décision ARCEP N°2018-0881	2.10	Communication et promotion	22
L.320-1 et L.322-7 Code sécurité intérieure	2.11	Loterie	22
L.121-20 C.Consommation	2.11	Loterie	22
L.121-16 C.Consommaiton	2.11	Service client non surtaxé	22
L.224-38 C.Consommation	2.11	Service client non surtaxé	22
28 de la loi n° 2018-727 du 10 août 2018	2.11	Numéro services publics	24
Délibération ARCOM du 20 décembre 2011	2.11	Services pouvant heurtés la sensibilité des mineurs	24
Décision ARCEP N°2018-0881	2.11	Services pouvant heurtés la sensibilité des mineurs	24
Décision ARCEP N°2018-0881	2.12	Services de mise en relation	25
L.521-3-1 du Code monétaire et financier	2.12	Service de paiement	27
L.521-1 à L.526-40 du Code monétaire et financier	2.12	Service de paiement	27
L.221-11 à L.221-15 C.Consommation	2.12	Vente à distance	27

Version en vigueur au 1^{er} septembre 2026

Décision ARCEP N°2018-0881	2.11	Services de renseignements téléphoniques	31
R.10.4 ; R.10.5 et R.10.7 CPCE	2.12	Services de renseignements téléphoniques	31
L.224-58 C. Consommation	2.12	Services de renseignements téléphoniques	32
la loi n°49-956 du 16 juillet 1949	2.12	Service destiné aux mineurs	33
L.224-43, D.224-17 et D.224-21 C.Consommation	3.2	Signalements	34
L.224-46 C.Consommation	3.3	Sanctions	35
L.224-47-1 C.Consommation	3.3	Sanctions	35

