

Code de conduite relatif aux services de téléphonie mobile à valeur ajoutée

Version 3
30 août 2007

1 Situation initiale et objectifs

Les services SMS et MMS à valeur ajoutée basés sur des numéros courts (Short Code ou Short ID) rencontrent un grand succès en Suisse. En outre, pour diverses raisons, ils sont moins sujets à des abus que d'autres services de télécommunication (p. ex. services vocaux à valeur ajoutée par le biais de numéros 090x). Les contrats conclus entre les opérateurs de téléphonie mobile et les fournisseurs de services mobiles (FSM) contiennent en particulier d'amples dispositions destinées à protéger les consommateurs et à prévenir les abus.

La révision de l'ordonnance sur l'indication des prix (OIP), intervenue en 2004, concernait notamment les services SMS et MMS à valeur ajoutée. Par ailleurs, l'ordonnance sur les «ressources d'adressage dans le domaine des télécommunications (ORAT)» a été modifiée le 1^{er} octobre 2005, de sorte que l'attribution et la gestion des numéros courts utilisés pour les services SMS et MMS à valeur ajoutée sont désormais du ressort de l'Etat (Office fédéral des communications, OFCOM). L'OFCOM a délégué ces tâches aux fournisseurs de services de télécommunication (FST), sous forme d'une autorisation. Ceux-ci sont tenus à respecter certaines obligations en matière de coordination et de protection des consommateurs. Aussi une coopération entre FST est-elle nécessaire pour respecter les dispositions révisées de l'ORAT, ainsi que l'autorisation accordée par l'OFCOM.

Par la suite, l'amendement de la législation en matière de télécommunications est entré en vigueur au 1^{er} avril 2007. L'article 35ff de l'ordonnance du 9 mars 2007 sur les services de télécommunication (OST) régule dans les détails les services à valeur ajoutée. Une adaptation des dispositions s'y référant est aussi simultanément entrée en vigueur concernant l'ordonnance sur l'indication des prix (OIP) ainsi qu'une interdiction des SPAM. Parallèlement à des compléments sur certains points, l'amendement de ces ordonnances a notamment pour conséquence l'extension du code de conduite aux services de téléphonie mobile à valeur ajoutée fournis par un autre canal que les SMS/MMS.

Liens vers les textes juridiques concernés:

- LTC (loi sur les télécommunications): http://www.admin.ch/ch/f/rs/c784_10.html
- OST (ordonnance sur les services de télécommunication): http://www.admin.ch/ch/f/rs/c784_101_1.html
- ORAT (ordonnance sur les ressources d'adressage dans le domaine des télécommunications): http://www.admin.ch/ch/f/rs/c784_104.html
- LCD (loi contre la concurrence déloyale): <http://www.admin.ch/ch/f/rs/c241.html>
- OIP (loi sur l'indication des prix): http://www.admin.ch/ch/f/rs/c942_211.html
- CPS (code pénal suisse): http://www.admin.ch/ch/f/rs/c311_0.html

Le présent document poursuit les objectifs suivants:

- Instaurer au minimum une réglementation entre les FST des obligations qui sont nécessaires à l'acquittement des prescriptions en matière de coordination et de protection des consommateurs. La gestion et l'attribution transparente et non discriminatoire des numéros courts font partie de ces règles.
- Assurer une compréhension commune et l'application uniforme des dispositions de l'OST et de l'OIP (état au 1^{er} avril 2007)
- S'adapter à la nouvelle législation sur les SPAM

- Servir de base pour la conclusion de réglementations contractuelles avec les fournisseurs de services mobiles (FSM).

En appliquant les dispositions du présent code de conduite, les FST s'imposent, dans certains cas, des obligations contractuelles allant au-delà des prescriptions légales.

Les FST ne doutent pas que l'application de ce code de conduite contribuera à augmenter encore la confiance de la clientèle à l'égard des services de téléphonie mobile à valeur ajoutée.

2 Définitions

Service «chat»

Le «chat» est un service permettant l'échange de messages de texte entre des clients finaux, des animateurs et des ordinateurs par une liste centrale d'utilisateurs, ne nécessitant pas la communication des numéros d'appel (MSISDN). Les clients finaux peuvent employer un pseudonyme et rester anonyme à l'égard des autres clients finaux. En règle générale, les SMS entrants (SMS MT) sont facturés au client final.

Service «club»

Un service «club» est un droit d'accès qui permet à un client final d'obtenir certains services à des conditions spéciales ou d'utiliser certains services qui sont à disposition exclusive des membres du club.

FST-CDC

Fournisseur(s) de services de télécommunication (FST) adhérant au présent code de conduite (CDC).

Client final

Tout client final d'un FST tel qu'il est défini ci-après.

FST ou fournisseur de services de télécommunication

Dans le présent code de conduite, les FST sont les fournisseurs de services de télécommunication auxquels l'Office fédéral de la communication (OFCOM) a délivré une autorisation pour la gestion et l'attribution de numéros courts pour des services SMS et MMS (art. 15c ORAT).

Mot-clé

Un mot-clé (ou *keyword* en anglais) est une suite de caractères qui, avec un numéro court SMS/MMS, identifie un service concret. A l'exception des mots-clés standards, les mots-clés sont définis – dans les limites légales et contractuelles – par le FSM auquel le numéro court correspondant a été attribué.

Numéro court (Short Code ou Short ID)

Un numéro court est un numéro de 3 à 5 chiffres qu'un FST attribue à un FSM en vue de la commercialisation, par ce dernier, d'un ou plusieurs services à valeur ajoutée basés sur les SMS ou les MMS.

Service à valeur ajoutée («Premium Service»)

Services fournis ou offerts via des services de télécommunication (en particulier SMS/MMS/WAP/Web). Lorsque ces services sont fournis via des services de télécommunication et qu'ils sont facturés par le FST-CDC en sus des services de télécommunication, les dispositions de l'ordonnance sur les services de télécommunication (OST) viennent s'ajouter à celles de l'ordonnance sur l'indication des prix (OIP). Dans le cas d'un service à valeur ajoutée sur SMS ou MMS, il s'agit d'un service payant basé sur les SMS ou MMS, facturé à un tarif supérieur au trafic SMS/MMS normal entre clients finaux. Les sonneries et les jeux sont des exemples caractéristiques de services à valeur ajoutée. Ce code de conduite n'inclut pas les services à valeur ajoutée vocaux (090x, etc.).

MMS

«MMS» signifie Multimedia Messaging Service. Un MMS est un message qui, outre un texte, peut également contenir des images et du son.

FSM ou Fournisseur de services mobiles

Le fournisseur de services mobiles (FSM) est le partenaire contractuel direct d'un FST. Il revêt la fonction de fournisseur de contenus (*content provider*) et/ou d'applications (*application provider*). Le FSM peut céder à des tiers certains droits et obligations issus du contrat conclu avec le FST, mais il répond intégralement du respect des termes du contrat envers le FST.

Le fournisseur de services mobiles est le fournisseur de services à valeur ajoutée au sens de l'article 37 de l'ordonnance sur les services de télécommunication (OST).

Service «pull»

Avec un service «pull», le client final commande au FSM la transmission unique d'un contenu par SMS/MMS ou WAP. En règle générale, la prestation est facturée au client final sur la base de chaque SMS/MMS reçu ou chaque utilisation du service WAP.

Service «push»

Avec un service «push», le client final s'abonne pour recevoir un certain nombre d'unités d'information payantes.

SMS

«SMS» signifie Short Messaging Service. Un SMS est un message alphanumérique court contenant au maximum 160 caractères.

Mot-clé standard

Les mots-clés standards sont des ordres définis uniformément par les FST-CDC et qui doivent être implémentés par les FSM dans l'intérêt des clients finaux.

3 Gestion des numéros courts (SMS/MMS)

3.1 Mesures administratives / information

- Chaque FST-CDC entretient un point de contact pour la gestion des numéros courts (y c. adresse e-mail et numéro de téléphone). Cette personne est l'interlocuteur unique (*single point*

of contact, SPOC) tant pour les FSM que pour les autres FST-CDC. Le point de contact est publié sur le site Web du FST-CDC correspondant.

- Tous les FST-CDC décrivent de manière identique sur leur site Web les processus d'attribution et de gestion de numéros courts – en particulier les règles générales (3.2) et le processus de réservation (3.3).
- L'état d'un numéro court est accessible sur le site Web du FST-CDC concerné.

3.2 Règles générales

- **Prise en compte de «l'historique»**
Le concept ci-après ne s'applique pas aux numéros courts déjà attribués par les FST au moment de l'entrée en vigueur du présent code de conduite. Les migrations nécessaires en vertu de directives régulatrices (services avec des contenus érotiques ou pornographiques; services qui commencent par «1») ont été conclues avant l'entrée en vigueur de cette version 3 du code de conduite.
- **Principe fondamental: «Premier arrivé, premier servi»**
Les demandes d'attribution de numéros courts sont traitées dans leur ordre d'arrivée. Le fournisseur le plus prompt, preuve à l'appui, à réserver un numéro court déterminé auprès d'un FST-CDC et à se le faire attribuer a donc la priorité sur les autres fournisseurs intéressés dont la demande arrive plus tard.
- **Un numéro court donné ne peut être utilisé que par un seul FSM**
Un même numéro court chez plusieurs FST-CDC ne peut pas être utilisé par plusieurs FSM. Une fois attribué, ce numéro sera bloqué chez les autres FST-CDC, pour autant qu'il ne soit pas actif pour le même FSM chez d'autres FST-CDC.
- **Etats possibles d'un numéro court**
 - «libre»
 - «réservé»
 - «nom du FSM» (= en service/actif)
 - «bloqué» (sans mention du FSM)
 - «temporairement bloqué» (en cas de «quarantaine» selon le chiffre 3.4).
- **Numéros courts disponibles**
Les numéros courts comportent 3 à 5 chiffres et proviennent des plages de numéros 2xx, 3xx, 4xx, 5xx, 7xx, 8xx et 9xx.
Sur demande, le FSM peut recevoir le numéro de son choix (s'il est disponible) provenant de l'une de ces plages. Si le FSM ne souhaite pas un numéro court particulier, il se verra attribuer un numéro court commençant par le
- **Plages de numéros courts spéciales**
Les numéros courts commençant par le chiffre 6 sont réservés aux services avec contenus érotiques ou pornographiques. Les numéros courts commençant par le chiffre 1 ne sont en principe pas attribués. Cependant, l'octroi d'un tel numéro, à titre exceptionnel, est examiné en ce qui concerne les demandes qui remplissent les conditions mentionnées dans l'autorisation

de l'OFCOM «pour la gestion et l'attribution des numéros courts utilisés pour les services SMS et MMS».

3.3 Réserve de numéros courts

- Le FSM annonce à l'un des FST-CDC le numéro qu'il souhaite se voir attribuer. Il aura de préférence vérifié au préalable sur le site Web du FST-CDC si le numéro en question est disponible.
- Tout FST-CDC qui reçoit une demande d'attribution applique la procédure suivante:
 - Contrôler si le numéro court souhaité est disponible (libre, c'est-à-dire n'est pas utilisé chez soi ou un autre FST-CDC, ni réservé, bloqué ou temporairement bloqué).
 - Consigner la date et l'heure exactes de l'entrée de la demande (dans le cas, peu probable, où deux FSM demandent pratiquement au même moment le même numéro court auprès de FST-CDC différents).
 - Dans son système, faire passer le numéro demandé de l'état «libre» à l'état «réservé» dans un délai de trois jours (le changement d'état doit au moins être visible pour les autres FST-CDC, même s'ils ne sont pas informés proactivement du changement).
- Le FSM s'adresse lui-même aux autres FST auprès desquels il souhaite réserver puis utiliser les numéros courts.
 - Le délai de réserve est de deux mois.
 - Si une réserve aboutit à la conclusion d'un contrat: les FST-CDC s'informent mutuellement par e-mail des numéros courts attribués dans un délai de deux jours ouvrables.
 - Si le délai de réserve chez un FST-CDC expire sans que le numéro ait été attribué, le FST-CDC fait repasser l'état du numéro court de «réservé» à «libre» (exception: si un autre FST-CDC l'a informé qu'il a mis ce numéro en service, l'état passe de «libre» à «bloqué»).
- Si un FSM souhaite activer un numéro court chez un seul FST-CDC, ce numéro sera bloqué chez les autres FST-CDC et la mention «bloqué» apposée en regard du lien Web des autres FST-CDC. Cette règle vaut également si le FSM souhaitait se voir attribuer le même numéro court chez tous les FST-CDC, mais n'a pu se mettre d'accord avec tous les FST-CDC et ne l'a donc pas activé chez tous les FST-CDC, ou seulement chez l'un d'eux.
- Pour toute la durée du contrat avec le FST-CDC, le fournisseur de services mobiles est le propriétaire de la Short ID au sens de l'art. 37 al. 1 OST. Ses droits et ses devoirs de propriétaire dépendent du contrat avec le FST-CDC et de l'OST.

3.4 Réattribution de numéros courts qui ne sont pas ou plus en usage

- Les numéros courts attribués ou «réservés» qui ne sont pas mis en service dans un délai de deux mois auprès d'un FST-CDC retournent aux FST-CDC et peuvent être réattribués immédiatement. De par ce retour, ils obtiennent immédiatement l'état «libre».
- Si les contrats relatifs à un certain numéro court sont résiliés avec tous les FST-CDC, le numéro court correspondant est désactivé. Le numéro court retourne aux FST-CDC et peut

être réattribué passé un délai de 3 mois. Pendant le délai de blocage («quarantaine») l'état est «temporairement bloqué».

Des «changements de propriétaire» (autre FSM, même numéro court, même service), peuvent avoir lieu sans respecter les délais de blocage.

- Les FST-CDC s'informent mutuellement par e-mail, dans un délai de deux jours ouvrables, du retour d'un numéro court ou d'un changement de propriétaire.

4 Réglementation générale relative aux services de téléphonie mobile à valeur ajoutée régis par l'OST

4.1 Mode d'identification; services à valeur ajoutée avec contenus érotiques ou pornographiques

- Les services à valeur ajoutée doivent être reconnaissables comme tels.
- Les services SMS/MMS avec contenus érotiques ou pornographiques ne peuvent être proposés que par le biais de numéros courts 6xx. Les numéros courts 6xx peuvent proposer exclusivement des services avec des contenus érotiques ou pornographiques. Dans le cas des autres services à valeur ajoutée (p. ex. par WAP ou Web), les services avec des contenus érotiques ou pornographiques doivent eux aussi appartenir à une catégorie distinctement reconnaissable pour les clients finaux. Les désignations de catégories telles que «Pages roses» ne suffisent pas à remplir cette exigence.
- Le fournisseur de services mobiles ne peut pas proposer de la pornographie tel que le prévoit l'art. 197 chiffre 3 CP («pornographie dure»).

S'il propose de la pornographie dite douce, il est responsable du respect de l'art. 197 chiffres 1 et 2 CP. Il ne peut notamment pas proposer des services à caractère érotique ou pornographique à des clients finaux de moins de 16 ans. A cette fin, il doit assurer un contrôle d'accès légalement suffisant, et en particulier procéder à un contrôle de l'âge avant de fournir le service (y compris avant les extraits («previews») gratuits qui incluent déjà des contenus érotiques ou de la pornographie douce). Ce n'est que s'il résulte du contrôle de l'âge que le client final a plus de 16 ans que le service de divertissement pour adultes peut être fourni ou que l'extrait gratuit incluant des contenus érotiques ou de la pornographie douce peut être rendu accessible.

- Pour sa part, le FST-CDC est responsable du respect de ses devoirs selon l'art. 41 OST.

4.2 Sets de blocage

Tout client final a la possibilité de faire bloquer gratuitement l'accès aux services SMS et MMS payants ou uniquement aux services SMS et MMS à caractère érotique ou pornographique. Cette possibilité inclut également le blocage de la réception des services correspondants. Il existe des sets de blocage similaires pour d'autres services à valeur ajoutée qui sont par exemple fournis via WAP par un service de télécommunication et sont facturés séparément par le FST-CDC en plus des télécommunications.

4.3 Obligation de disposer d'un siège social; informations sur les FSM

Le fournisseur de services mobiles doit exploiter ses services à valeur ajoutée depuis un siège ou une succursale situé(e) dans un Etat contractant de la convention du 16 septembre 1988 concernant la compétence judiciaire et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale (Convention de Lugano). Si le domicile ou l'adresse commerciale du fournisseur de services mobiles n'est pas en Suisse, mais dans l'un des pays contractants de la Convention, il doit disposer d'une adresse de correspondance en Suisse.

Les informations ci-dessous doivent être disponibles sur le site Web des différents FST-CDC, pour chaque FSM:

- numéros courts attribués et activés
- nom complet, domicile et siège
- adresse de correspondance en Suisse, si le domicile ou l'adresse commerciale se trouve à l'étranger (dans un autre pays de la Convention de Lugano)
- numéro et adresse e-mail de la hotline
- indication supplémentaire pour les services «push», «club» et «chat»: mots-clés standards pour la désactivation

Il incombe aux FST-CDC de centraliser et d'actualiser ces données.

5 Mots-clés pour les services SMS/MMS à valeur ajoutée

5.1 Définition des principales instructions (mots-clés standards)

Les instructions ci-dessous sont gérées de manière uniforme par tous les FST-CDC et FSM:

START <i>mot-clé</i>	Début d'un abonnement au service «push» ou «club» correspondant
STOP <i>mot-clé</i> et STOPP <i>mot-clé</i>	Résiliation de l'abonnement au service «push», «chat» ou «club» correspondant
STOP et STOPP	Résiliation de tous les services «push», «chat» ou «club» du client final à un numéro court spécifique
VIEW	Vue d'ensemble de tous les abonnements activés à un numéro court spécifique
INFO	Coordonnées du FSM (au moins le nom et le numéro de la hotline suisse [soit numéro géographique, soit 0800/0840])
HELP	Assistance pour l'utilisation du service (par ex. numéro de la hotline, adresse Web)
INDEX	En guise d'information, le client final obtient du FSM une description de l'utilisation du service ainsi qu'un renvoi indiquant où il peut se procurer une description détaillée du service et une liste de prix (p. ex. sur l'Internet ou par fax à la demande)

- Généralités
Les mots-clés doivent être reconnus indépendamment de l'emploi de la majuscule ou de la minuscule.
- «Start»
Le SMS/MMS contenant «START *mot-clé*» et le SMS de confirmation envoyé par le FSM doivent être gratuits pour le client final. Si le SMS/MMS ne contient pas de mot-clé, le service ne peut être activé.
- «Stop» ou «Stopp»
Le SMS/MMS contenant «STOP *mot-clé*» / «STOP», resp. «STOPP *mot-clé*» / «STOPP», et le SMS de confirmation envoyé par le FSM doivent être gratuits pour le client final.
- «INFO» / «HELP»
Seul le nom du FSM peut être indiqué. Il en va de même pour la hotline: c'est en principe celle du FSM qui doit être indiquée. Si le FSM n'a qu'un seul partenaire contractuel ou fournisseur, le numéro de la hotline de ce dernier peut également être indiqué. Dans les deux cas, un seul numéro de hotline peut être donné. Il doit être identique au numéro figurant sur le site Web du FST-CDC.
- Services «push», «club» et «chat»
Les mots-clés standards destinés à la désactivation des services «push», «club» et «chat» doivent être rendus accessibles au public (notamment sur l'Internet) tant par les FST-CDC que par les FSM.

5.2 Avis d'erreur en cas de mots-clés erronés

Si le client final envoie un mot-clé erroné par SMS ou MMS, le FSM doit répondre avec les informations suivantes:

- Mot-clé utilisé erroné
- Renvoi au mot-clé standard «INDEX» ou au site Web du FSM

En cas de question par SMS, le client final recevra une réponse par SMS et se verra facturer pour ce SMS de réponse au maximum le prix d'un SMS selon le tarif normal appliqué à la clientèle privée («peer-to-peer»). Ce règlement vaut aussi en cas de question par MMS.

6 Plafonnement des prix (OST) et ordonnance sur l'indication des prix (OIP)

6.1 Généralités

Le fournisseur de services mobiles est tenu de respecter le plafonnement des prix selon l'art. 39 OST.

Le FSM est tenu de respecter les dispositions en vigueur de l'ordonnance sur l'indication des prix, en particulier celles concernant les services à valeur ajoutée. Aussi convient-il de renvoyer aux deux feuilles d'information du seco datées du 4 juin 2004 ainsi qu'aux directives d'avril 2007 (<http://www.seco.admin.ch>):

- Indication des prix et publicité pour les services de télécommunication
- Indication des prix et publicité pour les services téléphoniques à valeur ajoutée
- Indication des prix – directives pour la mise en application

En particulier, la publicité ou une information concernant le service proposé ne doit pas induire le client final en erreur et doit respecter l'art.13 OIP.

Dans le cas des services WAP, il s'agit principalement de respecter l'art. 11a al. 5 OIP, où des directives supplémentaires sont à respecter selon le type de service (cf. p. ex. services «push»).

6.2 Commande de services

6.2.1 Services «pull»

Un service «pull» ne peut être fourni qu'au client final qui l'a commandé conformément à la procédure, correcte du point de vue juridique et contractuel, décrite dans la publicité.

Si le prix dépasse dix francs suisses, le service ne peut être facturé au consommateur que si celui-ci a expressément confirmé qu'il acceptait l'offre, après son premier acte de commande (art.11a al. 4 OIP)

6.2.2 Services «push»

- Le FSM peut uniquement activer le service «push» pour le client final qui l'a activé conformément à la procédure, correcte du point de vue juridique et contractuel, décrite dans la publicité. L'inscription à un service «push» ne peut se référer qu'à ce service.
- Si le FST demande une preuve de la commande, le FSM doit être en mesure de la fournir dans un délai de deux jours ouvrables.
- Avant la commande d'un service «push», le FSM doit communiquer au client final au moyen d'un SMS/MMS gratuit et dans le cas d'un WAP sur l'interface WAP correspondante:
 - Redevance de base éventuelle
 - Prix de chaque unité d'information
 - Indication d'une éventuelle redevance de téléchargement selon le plan tarifaire en vigueur pour le client final
 - Indication claire de la procédure de résiliation de l'abonnement au service
 - Le nombre maximal d'unités d'information par minute (pour les SMS/MMS, il faut respecter le plafonnement des tarifs OST)
 - Numéro de la hotline du FSM: il doit être identique au numéro indiqué sur le site Web du FST-CDC ainsi qu'au numéro indiqué sous INFO ou HELP. Il doit s'agir d'un numéro

gratuit (0800), Shared Cost (084x) ou d'un numéro géographique suisse. Il ne peut s'agir en aucun cas d'un numéro 090x ou 18xy.

- Il est souhaitable d'indiquer également une adresse e-mail.
- Après avoir reçu ces informations, le client final doit confirmer expressément la commande de ce service par un SMS, un MMS ou en cliquant sur un lien (en fonction du service choisi). Ce n'est qu'après ce processus que les taxes peuvent être prélevées (art. 11b al. 2 OIP)

6.2.3 Services «club»

Toutes les obligations décrites au chiffre 6.2.2 valent aussi pour les services «club». En outre, les règles suivantes s'appliquent aux services «club»:

Si le client final a envoyé l'instruction «START» au numéro court correspondant afin de devenir membre du club, le FSM doit envoyer un SMS/MMS gratuit contenant les informations suivantes au client final:

- Montant fixe unique ou mensuel pour l'accès au club
- Le client final doit être sommé de confirmer son affiliation au club par un SMS gratuit. Contenu essentiel, resp. exemple de formulation: «Par votre commande, vous acceptez de devenir membre du club pour le montant de CHF xx/mois. Afin de confirmer votre affiliation, envoyez «START mot-clé au numéro court xy».

Le client final doit avoir à tout moment la possibilité de quitter le club en envoyant «STOP *mot-clé*» ou «STOIP *mot-clé*».

Un service «club» a une durée maximale de 6 mois. Si le FSM souhaite prolonger le service (de nouveau de 6 mois au maximum), il doit demander au client final de confirmer son affiliation au club par l'envoi d'un SMS gratuit peu avant l'échéance des 6 mois. Pour l'essentiel, le SMS du FSM doit avoir le même contenu, respectivement le même texte, que lors de la première affiliation.

6.2.4 Services «chat»

Toutes les obligations décrites au chiffre 6.2.2 s'appliquent aussi aux services «chat». Cependant, les particularités suivantes s'appliquent aux services «chat».

Un service «chat» est activé lorsque le client final envoie un mot-clé au numéro court correspondant. Le FSM doit lui envoyer un SMS gratuit avec le même contenu que celui qui se trouve au chiffre 6.2.2 avec, en plus, l'indication claire que les frais sont dus par SMS reçu.

Les réclamations des clients finaux relatives à un contenu éventuellement interdit sont traitées de manière sérieuse par le FSM, tout en respectant les dispositions juridiquement pertinentes.

Au plus tard 1 heure après le dernier SMS envoyé par le client final, aucun autre SMS payant ne peut lui être envoyé. Le FSM doit informer le client final de la désactivation du service «chat» par l'envoi d'un SMS gratuit. Si le client final souhaite continuer le chat, il doit activer le chat par l'envoi du mot-clé au numéro court correspondant.

Le FSM doit, en prenant les mesures adéquates, empêcher que le client final soit confronté à des coûts élevés inattendus. En particulier, le FSM doit informer le client final par l'envoi d'un SMS gratuit à chaque fois qu'un certain montant (CHF 100 au maximum) est atteint auprès d'un certain numéro court, de même que lorsqu'un multiple de ce montant est atteint par session de chat. (Exemple: si ce montant est fixé à CHF 100, l'information a lieu lorsque le client atteint les montants de CHF 100, CHF 200, CHF 300 etc.). Si le client souhaite continuer à utiliser le service en question, il doit envoyer une confirmation par SMS.

En cas de «chats» par MMS ou WAP, les dispositions mentionnées ci-avant s'appliquent en substance.

7 Spamming

En principe, les dispositions de l'art. 3 let. o de la loi contre la concurrence déloyale (LCD), ainsi que des art. 82 et 83 OST s'appliquent. Le FST-CDC décide seul de l'introduction de règlements plus détaillés et plus astreignants dans ses contrats avec les fournisseurs de services mobiles.

8 Dispositions finales

8.1 Adresses de contact

Adresses de contact tant pour les FSM qu'entre les FST-CDC:

Orange:	3rdparty@orange.ch
Sunrise:	vas.partner@sunrise.net
Swisscom Mobile:	provider.support@swisscom.com

8.2 Mesures de mise en œuvre

Chaque partie doit avoir rempli les obligations qui lui incombent dans le présent code de conduite d'ici au 1^{er} janvier 2008.

Il s'agit, en particulier, de l'assignation des tâches pertinentes aux FSM: il incombe aux FST-CDC de rendre obligatoires, pour les fournisseurs de services de communication mobile, les dispositions de la version en vigueur du code de conduite qui les concerne, dans la mesure où ces devoirs ne résultent pas de toute façon directement des dispositions légales déterminantes. Cette mesure peut être appliquée de différentes manières (notamment par l'intégration du code de conduite en vigueur au contrat avec le FSM ou par la reprise des dispositions pertinentes actuelles du code de conduite dans le contrat du FST concerné). Par analogie, ces règles valent également en cas de modification du présent code de conduite.

8.3 Responsabilité

Les parties excluent leur responsabilité mutuelle dans la mesure où la loi les y autorise. Est exclue en particulier la responsabilité pour les dommages indirects dus à la négligence, les dommages subséquents et le manque à gagner.

8.4 Durée, retrait / adhésion

Le code de conduite est conclu pour une durée indéterminée. Moyennant un préavis de six mois, chaque FST-CDC est en droit de résilier son adhésion au 30 juin ou 31 décembre. La lettre de résiliation dûment signée doit être envoyée à tous les FST-CDC actuels. Le code de conduite reste inchangé entre les FST-CDC restants, lesquels examinent toutefois s'il est nécessaire de l'adapter.

Les FST qui souhaitent adhérer au code de conduite doivent faire parvenir aux FST-CDC actuels les informations ci-dessous:

- une copie de l'autorisation valable de l'OFCOM conformément à l'art. 15c de l'ORAT
- indication de la date d'adhésion souhaitée
- adresse de contact conformément au chiffre 8.1
- copie signée du code de conduite dans sa version actuelle

Chaque FST-CDC publie sur son site Web la version actuelle du code de conduite et la liste de ses adhérents actuels.

8.5 Révision

Les FST-CDC procèdent au moins une fois par an à un contrôle et, le cas échéant, à une extension du code de conduite. Pour les FST-CDC n'étant pas disposés à signer une version modifiée et/ou complétée, la dernière version signée reste valable.

Une révision intervient de toute façon en cas de modification importante du cadre juridique, de l'adhésion d'un FST au code de conduite ou de son retrait.

8.6 Règlement de litiges / for / droit applicable

En cas de litige, les parties s'efforcent de trouver un accord amiable. Si ce n'est pas possible, la règle suivante s'applique: pour des litiges découlant du présent code de conduite ou en relation avec celui-ci, les éventuelles plaintes ne peuvent être déposées qu'au siège de la défenderesse. Le code de conduite est régi exclusivement par le droit suisse.