

# Règles et recommandations déontologiques

L'activité d'envoi de messages multicanaux en masse est soumise à un certain nombre de règles légales et déontologiques visant à :

- Définir les bonnes pratiques en termes de traitement automatisé des données à caractère personnel
- Garantir la protection des données personnelles des appelés.

Il est de la responsabilité du client de se tenir informé et d'appliquer l'ensemble des règles et lois en vigueur relatives aux automates d'appels.

Eloquant vous livre quelques-unes des règles à observer au travers de ces 8 recommandations.

## 1. Collecte des données à caractère personnel

Tout traitement automatisé de données à caractère personnel, notamment en vue d'effectuer de la prospection commerciale directe, est soumis au consentement préalable exprès des appelés à l'utilisation de leurs données personnelles.

Le client doit s'assurer que les coordonnées téléphoniques renseignées dans ses fichiers de données ont été collectées avec l'accord des personnes concernées avant de les exploiter au moyen d'un automate d'appels.

## 2. Protection des données à caractère personnel

Les personnes appelées peuvent réclamer le droit :

- D'accéder, de façon simple et explicite, aux informations à caractère personnel qui les concernent
- De demander la mise à jour de leurs données personnelles
- De demander à ne plus figurer dans les listes de diffusion de messages en masse.

Le client doit offrir la possibilité aux appelés de consulter, modifier ou faire effacer définitivement leurs données personnelles figurant dans les fichiers de données du client.

## 3. Identification de l'émetteur des messages

L'émetteur des messages doit être facilement identifiable par les appelés. Dans le cas d'envoi de messages vocaux, cette identification se fait via le numéro appelant. Dans le cas d'envoi de messages SMS, cette identification se fait dans le corps de texte des messages (nom de la société et / ou moyen de contact de la société inscrits en fin de message).

Dans le cas d'envoi de messages vocaux, Eloquant met à disposition du client le numéro de téléphone appelant. Il revient au client de gérer les informations diffusées lors de l'appel via ce numéro. Ces informations doivent permettre aux

appelés de connaître l'identité de l'émetteur des messages (ex. Société X) afin de pouvoir demander à ne plus être appelés par le service.  
Dans le cas d'envoi de SMS, il revient au client de mentionner dans le corps de texte des SMS les informations permettant aux appelés de connaître l'émetteur des messages pour pouvoir se désabonner du service.

#### **4. Contenu des messages**

Le client s'engage à ne pas diffuser de messages :

- A caractère violent, pornographique ou susceptibles de porter atteinte au respect de la dignité humaine, de l'égalité entre les hommes et les femmes et de la protection des mineurs
- Encourageant le crime, les délits et la consommation de substances interdites
- Incitant à la discrimination, à la haine ou au racisme.

Il revient au client de respecter ces règles et d'assumer la pleine responsabilité du contenu de ses messages.

#### **5. Protection de la jeunesse**

Le client s'engage à ne pas diffuser tout particulièrement auprès de la jeunesse de messages :

- Incitant au banditisme, au mensonge, au vol, à la paresse, à la lâcheté, à la haine, à la débauche, à la démoralisation
- Encourageant le crime, les délits et les préjugés ethniques
- De nature à inciter la jeunesse à appeler d'autres services télématiques payants pour l'appelant.

Il revient au client d'être particulièrement vigilant sur le contenu des messages qu'il diffuse auprès de la jeunesse et d'en assumer la pleine responsabilité.

#### **6. Publicité**

Les publicités doivent pouvoir être clairement identifiées comme telles. De même, les conditions tarifaires auxquelles sont soumises la participation des appelés aux offres, concours et jeux promotionnels doivent être clairement précisées dans le message.

Le client doit préciser le coût éventuel de connexion / utilisation / participation lié aux services proposés dans le contenu des messages diffusés auprès des appelés.

#### **7. Déclaration à la CNIL**

Le client a l'obligation légale de déclarer ses fichiers de données à caractère personnel auprès de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés. Il est par ailleurs seul responsable de l'utilisation qu'il fait de ses fichiers de données à caractère personnel.

Deux cas de figure sont possibles pour déclarer des fichiers de données à caractère personnel auprès de la CNIL :

- Les fichiers contiennent les données à caractère personnel de clients finaux et prospects ayant, directement ou indirectement, accepté de recevoir des messages de la part du client d'Eloquent (fichiers « opt-in »). Le client suit alors la procédure de « déclaration simplifiée » pour accord de conformité de ses listes à la norme n° 48 prévue par la CNIL. La CNIL lui envoie, sous 48h environ, un récépissé attestant de la déclaration de ses listes. En échange, le client

s'engage à respecter les règles et recommandations déontologiques établies par la CNIL et applicables à la nature de ses fichiers.

- Les fichiers contiennent les données à caractère personnel de personnes physiques autres que les clients finaux et prospects du client d'Eloquent (ex. listes de contacts internes aux sociétés, listes de contacts internes aux administrations, ...). Le client doit alors suivre la procédure de « déclaration normale » décrite sur le site web de la CNIL ( <http://www.cnil.fr/index.php?id=1923> ). Il y a alors instruction de la CNIL pour accord / refus d'exploitation des fichiers par le client.

Dans les 2 cas, le client doit attendre de recevoir le récépissé (cas n°1) ou l'accord après instruction (accord n°2) de la CNIL pour exploiter ses fichiers.

## 8. Horaires de diffusion

La diffusion des campagnes de messages en masse doit se concentrer sur des horaires « ouverts » :

- Pas d'envoi de messages après 21h00 et avant 8h00
- Pas d'envoi de messages le dimanche

Le client doit, en règle générale, respecter les horaires « ouverts ». Les situations d'urgence (ex. alerte météorologique, rappel de produit défectueux, potentiellement dangereux) sont appréciées au cas par cas par le client qui prend alors ses responsabilités.

## Liens utiles

Eloquent liste ci-dessous les principaux liens de documentation en ligne. Cette liste, non exhaustive, est susceptible d'évoluer en fonction d'éventuels textes de lois et recommandations déontologiques futurs.

### Textes officiels :

- ▶ Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique  
[www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=ECO0200175L](http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=ECO0200175L)
- ▶ CPCE, Partie Réglementaire – Décrets en Conseil d'Etat & Décrets simples  
[www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnCode?code=CPOSTESR.rcv](http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnCode?code=CPOSTESR.rcv)
- ▶ CPCE, Partie Réglementaire – Décrets simples  
[www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnCode?code=CPOSTESD.rcv](http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnCode?code=CPOSTESD.rcv)
- ▶ Recommandations déontologiques du CST  
[www.telecom.gouv.fr/fonds\\_documentaire/cst/deontologie.pdf](http://www.telecom.gouv.fr/fonds_documentaire/cst/deontologie.pdf)
- ▶ Loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés  
[www.cnil.fr/index.php?id=301](http://www.cnil.fr/index.php?id=301)

### Autres ressources en ligne :

- ▶ Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes  
<http://www.arcep.fr/>
- ▶ Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Emploi  
[www.telecom.gouv.fr](http://www.telecom.gouv.fr)
- ▶ Commission Nationale des l'Informatique et des Libertés  
[www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)