

Politique de lutte contre le spam — GexMail

Conditions Générales d'Utilisation — version 2.0 — en vigueur depuis le 20/09/2026

La présente politique est annexée aux conditions particulières GexMail signées par le CLIENT et aux conditions générales d'utilisation acceptées par chaque Utilisateur. Elle a valeur contractuelle : son non-respect constitue un manquement au contrat, sanctionné dans les conditions de l'article 10.

Elle distingue expressément ce qui constitue une obligation — dont la violation est sanctionnable — de ce qui constitue une recommandation de délivrabilité, dont l'inobservation n'est pas fautive en elle-même.

Article 1 — Champ d'application

La présente politique s'applique à tout message émis depuis la Plateforme GexMail, quel que soit son canal : courrier électronique, SMS, ou tout autre canal de diffusion ouvert ultérieurement.

Elle s'impose :

- au CLIENT, titulaire du compte, qui en répond contractuellement y compris pour les messages émis par ses Utilisateurs ;
- à chaque Utilisateur disposant d'un accès à la Plateforme, qui l'accepte lors de sa première connexion ;
- à tout tiers auquel le CLIENT confierait la conduite de ses campagnes, dont il demeure garant.

Le fait qu'une campagne soit préparée, paramétrée ou déclenchée par un prestataire du CLIENT ne transfère à celui-ci aucune part de la responsabilité contractuelle du CLIENT.

Article 2 — Le principe de permission

GexMail est un service de communication fondé sur la permission. Le principe est simple : vous ne contactez que des personnes qui ont accepté d'être contactées par vous, sur le sujet dont vous leur parlez.

Ce principe est plus exigeant que la loi sur certains points, et le Prestataire l'assume : la réputation des serveurs d'envoi est mutualisée entre tous les CLIENTS. Une seule campagne non sollicitée dégrade la délivrabilité de tous les autres. C'est la raison pour laquelle certaines règles ci-après sont posées comme obligations contractuelles alors même que la loi les tolérerait.

Le tableau suivant récapitule l'articulation entre la loi et la présente politique. Il est donné à titre de repère et ne se substitue pas aux articles qui suivent.

Situation	Ce qu'exige la loi	Ce qu'exige GexMail
Destinataire personne physique (adresse nominative, professionnelle ou non)	Consentement préalable, libre, spécifique et éclairé (art. L. 34-5 CPCE, art. 4 et 7 RGPD)	Consentement préalable prouvable , recueilli en double opt-in (art. 3)
Adresse professionnelle générique (contact@, info@, commande@...)	Envoi possible sans consentement si l'objet est en rapport avec la profession de la personne, avec droit d'opposition	Envoi possible aux mêmes conditions, avec lien de désabonnement et identification complète (art. 3.3)
Message transactionnel	Hors champ de la prospection	Autorisé sans consentement commercial, dans les strictes limites de l'article 4
SMS	Consentement préalable pour les personnes physiques, identification de l'émetteur et moyen d'opposition	Idem, plus mention STOP obligatoire et respect des plages de l'article 6.3

Article 3 – Les adresses que vous pouvez utiliser

3.1 Obligation – le consentement préalable des personnes physiques

Pour toute adresse électronique ou tout numéro de téléphone rattaché à une **personne physique identifiée ou identifiable**, y compris une adresse professionnelle nominative du type `prenom.nom@societe.fr`, vous devez avoir obtenu le consentement préalable de la personne avant tout envoi à caractère commercial.

Ce consentement doit être :

- **préalable** — recueilli avant le premier envoi, et non à l'occasion de celui-ci ;
- **spécifique** — la personne sait à quel type de messages elle consent et de la part de qui ;
- **éclairé** — la nature des messages et leur fréquence approximative lui ont été indiquées avant qu'elle ne consente (lettre d'information, offres promotionnelles, rythme mensuel ou hebdomadaire, etc.) ;
- **libre** — il ne peut être la contrepartie de l'obtention d'un avantage, d'une remise, d'un jeu ou d'un contenu (voir article 3.5) ;
- **manifesté par un acte positif** — une case à cocher non pré-cochée, jamais une case décochable ni une mention en pied de formulaire.

3.2 Obligation — la preuve du consentement, en double opt-in

Vous devez être à tout moment en mesure d'apporter la preuve du consentement de chacun de vos destinataires. Le Prestataire peut vous la demander à l'occasion d'un signalement ; le défaut de réponse dans le délai fixé à l'article 10.2 vaut absence de preuve.

Le double opt-in est obligatoire sur GexMail. Il se déroule dans cet ordre :

- recueil du consentement sur un formulaire, en ligne ou sur support papier, décrivant clairement l'objet de l'abonnement ;
- envoi immédiat d'un message de vérification à l'adresse ou au numéro déclaré ;
- inscription effective de l'adresse **seulement après** confirmation par la personne.

Le double opt-in n'est pas exigé par la loi. Il est exigé par GexMail parce qu'il constitue le seul mode de preuve fiable du consentement et la seule protection efficace contre les adresses saisies par erreur ou par un tiers.

Pour chaque contact, vous devez conserver et pouvoir produire : la date et l'heure du consentement, la source ou le formulaire d'origine, le libellé exact de la mention acceptée et, le cas échéant, l'adresse IP de soumission.

3.3 Adresses professionnelles génériques

L'envoi à une adresse professionnelle générique — contact@, info@, commercial@, sav@ — non rattachée à une personne physique déterminée est possible sans consentement préalable, à la double condition que l'objet de la sollicitation soit en rapport avec l'activité de l'organisme destinataire et que le message comporte un moyen d'opposition immédiat et gratuit.

Cette faculté ne dispense d'aucune des obligations de contenu de l'article 5, ni de l'obligation de traiter sans délai

toute demande d'opposition.

3.4 Interdiction — les listes acquises auprès de tiers

Il est formellement interdit d'utiliser sur GexMail des adresses ou des numéros :

- achetés, loués, échangés ou obtenus à titre gratuit auprès d'un tiers, quelle que soit la qualité des garanties données par ce tiers ;
- collectés automatiquement sur des sites internet, annuaires, réseaux sociaux ou registres publics par aspiration, moissonnage ou extraction ;
- devinés, générés ou reconstitués par combinaison de noms et de domaines ;
- issus d'une base dont vous ne pouvez pas établir l'origine.

L'inscription d'une seule adresse relevant de l'un de ces cas constitue un manquement, indépendamment du volume de la campagne et indépendamment de tout dommage effectivement causé.

Le transfert d'une base entre deux entités d'un même groupe, ou son acquisition dans le cadre d'une cession de fonds de commerce, ne constitue pas une exception : le consentement recueilli au profit d'une entité ne vaut pas au profit d'une autre, sauf si la mention acceptée par la personne le prévoyait expressément.

3.5 Interdiction — le consentement acheté

Il est interdit de conditionner l'obtention d'une offre commerciale, d'une remise, d'un contenu à télécharger ou d'une participation à un jeu à l'inscription à une lettre d'information. Le consentement ainsi obtenu n'est pas libre et ne vaut pas consentement.

Il est également interdit de collecter, sur un formulaire d'inscription, des données qui ne sont pas nécessaires à la finalité annoncée.

3.6 Obligation — la fraîcheur des listes

Vous ne pouvez pas adresser une campagne à un segment qui n'a reçu aucun message depuis **plus de vingt-quatre (24) mois** sans avoir préalablement conduit une opération de réengagement auprès de ce segment.

Au-delà de ce délai, le consentement est présumé périmé : les adresses ont changé de titulaire et les personnes ne se souviennent plus de vous avoir donné leur accord. Le réengagement consiste en un message unique rappelant l'origine de l'inscription et invitant la personne à confirmer son souhait de continuer à recevoir vos communications ; les adresses n'ayant pas confirmé doivent être retirées de la liste.

Article 4 – Les messages transactionnels

Constitue un **message transactionnel**, au sens de la présente politique, le message adressé à une personne déterminée, déclenché par une action de cette personne ou par l'exécution d'un contrat la liant au CLIENT, dont l'objet exclusif est de délivrer une information attendue et individualisée.

Relèvent notamment de cette catégorie :

- la confirmation d'une commande, d'une inscription, d'un rendez-vous ou d'un paiement ;
- l'avis d'expédition et le suivi d'une livraison ;
- la facture, le relevé, l'avis d'échéance et la relance de paiement ;
- la réinitialisation d'un mot de passe, la vérification d'une adresse, l'alerte de sécurité ;
- l'information relative à la modification ou à l'interruption d'un service souscrit ;
- la réponse à une demande formulée par la personne.

Ne relèvent pas de cette catégorie, et demeurent soumis au consentement préalable de l'article 3 :

- le message de bienvenue contenant une offre, un code promotionnel ou une invitation à acheter ;
- la relance d'un panier abandonné, l'invitation à noter un produit, la recommandation de produits complémentaires ;
- le message d'anniversaire, le vœu de fin d'année et le message de réactivation d'un compte dormant ;
- le message dont l'objet transactionnel n'est qu'un prétexte, apprécié au regard de la place qu'y occupe le contenu promotionnel.

Règle de requalification. Un message transactionnel qui comporte un contenu promotionnel occupant une place substantielle est traité comme un message de prospection et requiert le consentement préalable du destinataire. Le critère n'est pas la présence d'un contenu commercial – un bandeau ou une signature restent admis – mais son caractère prépondérant.

Les messages transactionnels doivent être adressés depuis un segment, une liste ou un paramétrage distinct de celui

des campagnes de prospection, afin que le Prestataire puisse les identifier en cas de contrôle. Ils demeurent soumis aux obligations d'identification de l'article 5.1.

Article 5 – Le contenu obligatoire de vos messages

5.1 Identification de l'expéditeur

Tout message émis depuis GexMail doit permettre au destinataire d'identifier sans ambiguïté la personne pour le compte de laquelle il est envoyé. Doivent y figurer :

- la dénomination sociale ou le nom commercial de l'expéditeur, dans le champ « De » comme dans le corps du message ;
- une adresse postale valide de l'expéditeur ;
- une adresse électronique de contact, distincte de l'adresse de désabonnement, à laquelle une réponse humaine est effectivement apportée.

Il est interdit de dissimuler, de falsifier ou de rendre trompeuse l'identité de l'expéditeur, l'adresse de réponse ou l'objet du message.

5.2 Lien de désabonnement

Tout courrier électronique de prospection doit comporter un **lien de désabonnement** répondant aux caractéristiques suivantes :

- visible, lisible et rédigé dans la langue du message ;
- fonctionnel pendant au moins **soixante (60) jours** à compter de l'envoi ;
- **gratuit**, et n'exigeant du destinataire ni création de compte, ni connexion, ni saisie d'informations autres que, le cas échéant, la confirmation de son adresse ;
- ne comportant pas plus d'une confirmation.

La Plateforme refuse l'envoi d'une campagne dont le contenu ne comporte pas le lien de désabonnement. Le contournement de ce contrôle, par quelque moyen que ce soit, constitue un manquement grave au sens de l'article 10.4.

5.3 Traitement des désabonnements

Le désabonnement est traité automatiquement et immédiatement par la Plateforme : l'adresse est retirée de la liste concernée et aucun nouveau message ne lui est adressé depuis celle-ci.

Vous ne pouvez pas réinscrire une adresse désabonnée, que ce soit par import, par saisie manuelle, par duplication de liste ou par tout autre moyen, sauf à disposer d'un nouveau consentement postérieur au désabonnement, recueilli dans les conditions de l'article 3 et dont vous pouvez apporter la preuve.

La demande d'opposition reçue par un autre canal — réponse au message, courrier, appel — doit être répercutée par vos soins dans la Plateforme sans délai et au plus tard sous trois (3) jours ouvrés.

5.4 Contenus interdits

Il est interdit de diffuser depuis GexMail tout contenu :

- illicite, notamment contrefaisant, diffamatoire, injurieux, ou incitant à la haine, à la violence ou à la discrimination ;
- à caractère pornographique, ou mettant en scène des mineurs ;
- relevant de l'escroquerie, de l'hameçonnage, de la chaîne de lettres, du système pyramidal ou de la promesse de gain rapide ;
- comportant un logiciel malveillant, un script exécutable ou un lien vers de tels éléments ;
- usurpant l'identité ou les signes distinctifs d'un tiers, notamment d'un établissement bancaire, d'une administration ou d'un opérateur ;
- promouvant des produits ou services dont la commercialisation ou la publicité est réglementée ou interdite, sans que vous justifiiez des autorisations requises.

Il est également interdit d'inclure dans un message des données sensibles au sens de l'article 9 du RGPD — santé, opinions politiques, convictions religieuses, orientation sexuelle, origine —, un numéro de sécurité sociale ou un numéro de carte bancaire, y compris tronqué.

Article 6 — Règles propres au SMS

6.1 Consentement et identification

L'envoi de SMS à caractère commercial à une personne physique suppose son **consentement préalable**, recueilli et prouvé dans les conditions de l'article 3. Le numéro obtenu dans le cadre d'une vente ou d'une prestation ne vaut consentement que si la personne a été informée, au moment de la collecte, de son utilisation à des fins de prospection et mise en mesure de s'y opposer.

Tout SMS commercial doit permettre d'identifier son émetteur. Lorsque le message est envoyé depuis un expéditeur alphanumérique, la dénomination retenue doit correspondre à celle sous laquelle l'expéditeur est connu du destinataire.

6.2 Mention STOP

Tout SMS commercial doit comporter une mention d'opposition de la forme « **STOP: {{lien}}** » (le lien STOP est géré et généré par Gexmail automatiquement) ou équivalente, placée en fin de message et immédiatement lisible.

Cette mention est une **obligation contractuelle** : elle découle des chartes des opérateurs de téléphonie mobile auxquelles le Prestataire et ses sous-traitants sont tenus, et non directement de la loi, laquelle se borne à exiger un moyen d'opposition. Son absence expose le Prestataire au blocage de ses routes d'acheminement et constitue à ce titre un manquement grave.

L'opposition exprimée par un clic sur le lien est traitée automatiquement par la Plateforme. Elle vaut pour l'ensemble des campagnes SMS du CLIENT, sans distinction de liste.

Les messages **strictement transactionnels** au sens de l'article 4 sont dispensés de la mention STOP, dès lors qu'ils ne comportent aucun contenu promotionnel.

6.3 Plages d'envoi

Le Prestataire **recommande** de ne pas adresser de SMS commerciaux en dehors des plages suivantes : du lundi au vendredi, de 10h00 à 13h00 et de 14h00 à 20h00, et le samedi de 10h00 à 13h00 et de 14h00 à 18h00, hors jours fériés.

Précision sur la portée de cette règle. Les plages horaires fixées par l'article L. 223-1 du code de la consommation, dans sa rédaction issue de la loi du 30 juin 2025 et du décret n° 2026-662 du 23 juillet 2026, s'appliquent au **démarchage téléphonique vocal** et non aux SMS. La recommandation ci-dessus est donc une règle de bonne pratique, alignée sur les usages du secteur et sur les positions de la CNIL : son inobservation n'est pas en elle-même fautive, mais elle dégrade le taux d'opposition et, par voie de conséquence, la réputation des routes d'acheminement mutualisées.

Le CLIENT qui programme des envois en dehors de ces plages le fait sous sa seule responsabilité et supporte les conséquences du surcroît d'oppositions ou de signalements qui en résulterait, au sens de l'article 9.

6.4 Contenu

Il est interdit d'adresser par SMS un lien raccourci par un service tiers de raccourcissement d'URL (y compris le raccourcissement du lien STOP), un numéro surtaxé non annoncé, ou un contenu invitant le destinataire à rappeler un numéro dont le coût n'est pas indiqué.

Article 7 – Configuration technique et réputation

Lorsque le CLIENT émet depuis son propre nom de domaine, il lui appartient de publier et de maintenir à jour les enregistrements DNS d'authentification indiqués par le Prestataire – SPF, DKIM et DMARC – et de ne pas les modifier sans en informer le Prestataire.

Le CLIENT s'abstient de toute pratique destinée à contourner les filtres des fournisseurs de messagerie, notamment : dissimulation de texte, images porteuses de la totalité du message, redirections en cascade, altération du contenu selon le destinataire, ou fractionnement d'une même campagne entre plusieurs comptes afin d'échapper aux contrôles de volume.

Le fractionnement d'une même base entre plusieurs comptes GexMail, ou l'ouverture d'un compte destiné à poursuivre l'activité d'un compte suspendu, constitue un manquement grave au sens de l'article 10.4.

Le CLIENT informe le Prestataire préalablement à toute campagne portant sur un volume significativement supérieur à ses envois habituels, afin que la montée en charge puisse être accompagnée. À défaut, le Prestataire peut étaler l'envoi sans que cet étalement ouvre droit à réclamation.

Article 8 – Surveillance

Le Prestataire contrôle quotidiennement l'activité de ses serveurs et des listes qui y transitent, notamment le taux de rebonds durs, le taux de plaintes pour courrier indésirable, le taux de désabonnement et les signalements reçus des fournisseurs de messagerie et des opérateurs.

Cette surveillance porte sur des indicateurs d'acheminement et sur les métadonnées des campagnes. Elle ne comporte aucune lecture systématique du contenu des messages par un opérateur humain ; une telle lecture n'intervient qu'en cas de signalement circonstancié ou de suspicion de contenu illicite, et dans la seule mesure nécessaire à la qualification du manquement.

Les seuils de déclenchement d'une alerte sont les suivants, appréciés sur une campagne ou sur une période glissante de trente (30) jours :

Indicateur	Seuil d'alerte	Seuil de suspension
Taux de rebonds durs	2 %	5 %
Taux de plaintes (courrier indésirable)	0.10 %	0.25 %
Taux de désabonnement	1 %	3 %
Oppositions SMS (STOP)	1 %	3 %
Signalements circonstanciés reçus de tiers	1 sur 30 jours	3 non régularisés sur 30 jours

Le franchissement d'un seuil d'alerte donne lieu à une information du CLIENT et à des recommandations. Le franchissement d'un seuil de suspension autorise le Prestataire à suspendre les envois dans les conditions de l'article 10.3.

Ces seuils peuvent être adaptés par le Prestataire en fonction de l'évolution des exigences des fournisseurs de messagerie et des opérateurs. Toute modification est portée à la connaissance du CLIENT avec un préavis de **trente (30) jours**, sauf lorsqu'elle résulte d'une exigence imposée au Prestataire à effet immédiat, auquel cas l'information est donnée sans délai et motivée.

Article 9 – Responsabilité du CLIENT

Le CLIENT est **seul responsable** des destinataires qu'il contacte, de l'origine et de la licéité de ses bases, du contenu de ses messages et du respect, par ses Utilisateurs, de la présente politique.

Il garantit le Prestataire contre toute réclamation, action, plainte, mise en demeure, procédure de contrôle ou condamnation trouvant son origine dans une campagne émise depuis son compte, et supporte les conséquences pécuniaires qui en découleraient, y compris les frais de défense engagés par le Prestataire.

Il supporte également les conséquences opérationnelles de ses manquements, notamment les frais de sortie de liste noire, la remise en état de la réputation des adresses IP ou des domaines d'envoi, et le rétablissement des routes d'acheminement auprès des opérateurs.

Article 10 – Sanctions

10.1 Principe de gradation

Les mesures prises par le Prestataire sont proportionnées à la gravité du manquement, à son caractère répété et au préjudice qu'il cause ou est susceptible de causer au Prestataire et aux autres CLIENTS. Sauf manquement grave au sens de l'article 10.4, elles sont prises dans l'ordre du tableau ci-après.

Mesure	Déclencheur	Effet	Régularisation
Alerte	Franchissement d'un seuil d'alerte (art. 8) ou signalement isolé	Information du CLIENT, recommandations, aucun effet sur le service	Aucune formalité
Demande de justification	Signalement circonstancié portant sur l'origine d'une base	Le CLIENT dispose de 5 jours ouvrés pour produire la preuve du consentement	Production de la preuve
Limitation de débit	Dégradation des indicateurs d'acheminement	Étalement des envois, sans interruption	Retour des indicateurs sous les seuils
Suspension des envois	Franchissement d'un seuil de suspension, absence de réponse à une demande de justification, ou manquement non régularisé après alerte	Les envois sont bloqués ; l'accès à l'interface et aux données est maintenu	Régularisation constatée par le Prestataire
Suspension du compte	Manquement grave (art. 10.4)	Accès suspendu ; les données demeurent conservées et exportables	Selon les suites données
Résiliation	Manquement grave non régularisé, ou réitération après suspension	Fin du contrat ; sort des Crédits réglé par l'article 11.4 des conditions particulières	Sans objet

10.2 Demande de justification

Lorsqu'il est saisi d'un signalement circonstancié mettant en cause l'origine d'une base, le Prestataire en informe le CLIENT et lui demande de produire la preuve du consentement du ou des destinataires concernés. Le CLIENT dispose de cinq (5) jours ouvrés pour répondre. L'absence de réponse dans ce délai vaut absence de preuve et autorise la suspension des envois.

10.3 Suspension

La suspension est une mesure conservatoire, non une sanction définitive. Elle est notifiée au CLIENT par courriel avec l'indication du motif, des éléments l'ayant justifiée et des conditions de sa levée. Elle est levée dès la régularisation constatée.

Pendant la suspension des envois, l'accès du CLIENT à son compte, à ses listes et à ses statistiques est maintenu, de sorte qu'il puisse procéder aux corrections demandées et, le cas échéant, exporter ses données.

La consommation de Crédits est interrompue pendant la suspension. La suspension ne suspend ni ne proroge la date d'expiration du solde ; le CLIENT peut toutefois en demander la prorogation à due concurrence lorsque la suspension s'avère injustifiée.

10.4 Manquement grave

Constitue un manquement grave, autorisant la suspension immédiate du compte sans mise en demeure préalable :

- la diffusion d'un contenu illicite au sens de l'article 5.4 ;
- l'hameçonnage, l'usurpation d'identité d'un tiers ou la diffusion d'un logiciel malveillant ;
- l'utilisation avérée d'une base achetée, louée ou moissonnée au sens de l'article 3.4 ;
- le contournement délibéré du contrôle de présence du lien de désabonnement ;
- la réinscription délibérée d'adresses désabonnées ;
- le fractionnement d'une base entre plusieurs comptes, ou l'ouverture d'un compte destiné à poursuivre l'activité d'un compte suspendu.

La suspension immédiate est notifiée au CLIENT dans les meilleurs délais et au plus tard le jour ouvré suivant, avec l'indication de son motif. Le CLIENT peut présenter ses observations ; le Prestataire y répond de manière motivée.

10.5 Ce que la sanction n'emporte pas

Aucune des mesures prévues au présent article n'emporte par elle-même suppression des données du CLIENT. Celles-

ci demeurent conservées et exportables dans les conditions de l'article 15 des conditions particulières.

La déchéance des Crédits non consommés, lorsqu'elle est encourue, obéit aux conditions et aux limites de l'article 11.4 des conditions particulières. Elle constitue une clause pénale au sens de l'article 1231-5 du code civil.

Article 11 – Signalement

Toute personne estimant avoir reçu un message non sollicité émis depuis GexMail peut le signaler à l'adresse abuse@sociatex.com. Le signalement est plus utile lorsqu'il comporte les en-têtes complets du message reçu.

Le Prestataire accuse réception de tout signalement circonstancié, procède aux vérifications nécessaires et met en œuvre, le cas échéant, les mesures de l'article 10. Il informe la personne à l'origine du signalement de la suite qui y a été donnée, sans révéler d'élément couvert par le secret des affaires.

Le CLIENT désigne dans son compte une adresse de contact à laquelle lui sont adressés les alertes, les demandes de justification et les notifications de suspension. Il lui appartient de la maintenir à jour et d'en assurer la relève.

Article 12 – Modification de la présente politique

Le Prestataire peut modifier la présente politique pour tenir compte de l'évolution de la réglementation, des exigences des fournisseurs de messagerie et des opérateurs, ou des pratiques de lutte contre les abus.

Toute modification est portée à la connaissance du CLIENT par courriel et dans la Plateforme avec un préavis de trente (30) jours. Lorsque la modification restreint substantiellement les usages jusqu'alors permis, le CLIENT peut résilier sans frais dans ce délai et obtenir le remboursement de ses Crédits non consommés, dans les conditions de l'article 11.5 des conditions particulières.

La modification imposée au Prestataire à effet immédiat par un opérateur, un fournisseur de messagerie ou une autorité s'applique sans préavis ; elle est alors notifiée sans délai et motivée, et ouvre la même faculté de résiliation.