



UNION POSTALE UNIVERSELLE

24^e CONGRÈS

Recommandation C 26/2008

Code de déontologie philatélique à l'usage des Pays-membres de l'Union

Le Congrès,

se référant

- à l'article 8 de la Convention postale universelle (Bucarest 2004), qui fixe le statut du timbre-poste;
- à l'article RL 115 du Règlement de la poste aux lettres, qui précise les caractéristiques des timbres-poste et des marques d'affranchissement postal;
- à la déontologie philatélique adoptée par le Congrès de Bucarest en tant que recommandation C 26/2004,

constatant

que les timbres-poste continuent d'avoir une valeur commerciale lorsqu'ils sont utilisés à des fins philatéliques,

reconnaissant

que la déontologie philatélique telle qu'adoptée par le Congrès de Bucarest a constitué une source de conseils précieux pour les autorités postales émettrices des Pays-membres de l'Union sur la question de savoir comment optimiser la qualité des timbres-poste pour les collectionneurs et les autorités postales émettrices,

réaffirme

son engagement en faveur de la production de timbres de qualité, dans le respect des règles de déontologie, et d'un marché philatélique dynamique,

recommande

à toutes les autorités postales émettrices de respecter les procédures énoncées dans la version révisée de la déontologie philatélique présentée en annexe lorsqu'elles émettent et fournissent des timbres-poste et des produits philatéliques.

(Proposition 36.Rev 1, Commission 7, 2^e séance)

Code de déontologie philatélique à l'usage des Pays-membres de l'Union

Le code de déontologie philatélique à l'usage des Pays-membres comprend les recommandations ci-après.

1. Les autorités postales émettrices créant des produits philatéliques doivent veiller à ce que l'utilisation des timbres-poste et autres moyens d'affranchissement n'entraîne pas la création de produits philatéliques qui ne résulteraient pas de l'application des procédures postales normales.

1.1 Les produits philatéliques reconnus comme entrant dans le champ de ce code sont, entre autres, les:

- timbres-poste, tels que définis à l'article 8 de la Convention postale universelle (Bucarest 2004);
- cartes et enveloppes «premier jour»;
- pochettes et albums;
- livre des timbres de l'année;
- enveloppes avec timbres-poste en relief ou entiers postaux ou pré affranchis ou pré imprimés;
- cachets pour occasions et événements spéciaux et produits y relatifs;
- timbres avec surtaxe, conformément aux dispositions de l'article RE 306 du Règlement d'exécution de la Convention de Bucarest.

1.2 Les autres moyens d'indiquer le paiement de la taxe d'affranchissement (p. ex. les marques d'affranchissement, les empreintes de machines à affranchir et autres vignettes) sont autorisés conformément aux dispositions de l'article 8 de la Convention de Bucarest, mais ne sont pas considérés comme des timbres-poste.

2. Les autorités postales émettrices ne doivent pas autoriser l'utilisation de moyens d'oblitération tels qu'estampilles, cachets ou autres marques officielles, de nature informative ou opérationnelle, qui ne résulterait pas de l'application de procédures postales normales.

2.1 Les autorités postales émettrices ne doivent pas permettre l'utilisation de ces moyens d'oblitération ou de marquage par des personnes autres que leurs propres employés.

2.2 Dans certains cas exceptionnels et à condition qu'un contrôle direct soit effectué par leurs employés, les autorités postales émettrices peuvent concéder l'utilisation de ces moyens d'oblitération ou de marquage à des personnes autres que leurs propres employés.

2.3 Lorsque les autorités postales émettrices sous-traitent une partie de leur activité d'exploitation, en particulier l'oblitération, le contrat doit spécifier que les instruments d'oblitération et de marquage seront utilisés uniquement à des fins d'exploitation et de manière strictement conforme aux procédures postales normales de l'autorité postale émettrice concernée, laquelle doit s'assurer que cette règle est strictement respectée.

3. Dans le cas de vente de produits philatéliques comportant des timbres-poste, les autorités postales émettrices doivent s'assurer que le traitement du timbre-poste lui-même ainsi que l'utilisation d'estampilles, de tampons, de cachets et d'autres moyens d'oblitération sont conformes à leurs procédures postales respectives.

4. Pour chaque émission, les autorités postales émettrices doivent s'assurer de l'impression d'une quantité suffisante de timbres-poste pour répondre à la demande potentielle des services et aux besoins philatéliques prévisibles. Lors de l'utilisation d'estampilles, de tampons et de cachets marquant des occasions spéciales ou des événements particuliers, les autorités postales émettrices doivent s'assurer de la disponibilité d'un nombre suffisant de produits philatéliques pour satisfaire la demande. Bien que les autorités postales émettrices ne puissent pas forcément faire en sorte que chaque émission de timbres soit diffusée dans tous les points de vente, elles doivent néanmoins s'assurer que leurs clients et les philatélistes sont toujours dûment informés des lieux où chaque émission de timbres peut être obtenue à des fins postales ou philatéliques.

- 4.1 Des émissions de timbres-poste représentant des régions particulières d'un pays ou d'un territoire peuvent être produites, pour autant qu'elles satisfassent aux exigences du présent code de déontologie et que les clients et les philatélistes soient toujours dûment informés de leur disponibilité à des fins postales.
- 4.2 Les autorités postales émettrices prendront soin d'émettre des timbres-poste contribuant à satisfaire les exigences du marché. Elles s'assureront que le nombre de timbres émis chaque année est limité en fonction des capacités de leur marché. Si les politiques à cet égard n'ont pas encore été fixées, les autorités postales émettrices devraient répondre à la demande du marché avec prudence afin d'éviter toute offre excédentaire. Elles ne satureront pas le marché, car cela pousserait les philatélistes et les collectionneurs à délaisser leur passe-temps.
5. En choisissant les thèmes, logos, emblèmes et autres éléments graphiques des timbres-poste qu'elles émettent, les autorités postales émettrices doivent toujours respecter les droits de propriété intellectuelle.
6. Si les autorités postales émettrices proposent à leur clientèle des timbres personnalisés, elles doivent parallèlement mettre en place un cadre juridique protégeant le statut de ces timbres conforme aux dispositions nationales en vigueur.
7. Si les autorités postales émettrices ne peuvent exercer aucun contrôle sur l'utilisation des timbres-poste ou des objets confiés au service postal à des fins postales une fois qu'ils ont été vendus, elles doivent néanmoins:
 - 7.1 s'abstenir d'appuyer ou d'approuver l'emploi de tout artifice destiné à accroître la vente de leurs timbres-poste ou de produits qui comportent des timbres-poste en laissant supposer une rareté possible des produits en question;
 - 7.2 éviter toute action pouvant être considérée comme un moyen d'approuver des produits d'origine non officielle comportant des timbres-poste ou de conférer un statut officiel à de tels produits;
 - 7.3 dans le cas où elles passent par des intermédiaires pour la commercialisation de leurs produits philatéliques, exiger de ces intermédiaires qu'ils se conforment aux mêmes procédures et pratiques que celles des autorités postales émettrices elles-mêmes et qu'ils respectent les dispositions du code de déontologie philatélique et de la législation postale nationale des autorités postales émettrices intéressées; les autorités postales émettrices ne doivent pas autoriser leurs intermédiaires à mettre en pratique ou à modifier les procédures postales normales, ni à exercer un contrôle sur les procédures dans le domaine philatélique;
 - 7.4 interdire spécifiquement aux intermédiaires de vendre ou de céder leurs timbres-poste ou produits qui comportent des timbres-poste à un tarif inférieur à leur valeur nominale; en ce qui concerne la rémunération de leurs intermédiaires, les autorités postales émettrices feront en sorte, dans la mesure du possible, que ces derniers n'aient pas besoin de vendre les timbres-poste ou les produits philatéliques comportant des timbres-poste à un prix supérieur à leur valeur nominale; les autorités postales émettrices peuvent tenir compte des variations nationales ou locales en matière de taxes sur les ventes et autres impositions éventuellement applicables, y compris lors d'expositions philatéliques internationales;
 - 7.5 conserver l'entière responsabilité de l'impression et de la diffusion des timbres-poste et des produits philatéliques y relatifs, soit directement, soit en s'assurant que leur intermédiaire respecte et remplit toutes les obligations contractuelles, afin d'éviter tout malentendu entre les partenaires;
 - 7.6 dissocier les dispositions contractuelles entre les imprimeurs à qui sont confiés la fabrication des émissions et les intermédiaires chargés de la commercialisation de celles-ci;
 - 7.7 confier l'impression des émissions uniquement à des imprimeurs garantissant la sécurité des timbres-poste qui ont adhéré au code de déontologie élaboré à leur intention et qui ont été agréés en tant qu'imprimeurs garantissant la sécurité des timbres-poste ou qui se sont engagés à le faire.
8. Les autorités postales émettrices ne doivent pas diffuser de timbres-poste ou de produits philatéliques destinés à exploiter les clients.

9. Les autorités postales émettrices reconnaîtront dans toutes leurs activités philatéliques que, si leurs timbres reflètent l'identité et la culture nationales, ils ont une valeur secondaire en plus de leur valeur nominale uniquement parce que les philatélistes choisissent de les acquérir. Les autorités postales émettrices s'engagent à respecter le présent code de conduite pour garantir la survie à long terme du marché philatélique dans chaque pays.