

Obtention de l'autorisation postale pour l'utilisation d'un bloc publicitaire

Les empreintes de machines à affranchir peuvent être personnalisées pour intégrer à gauche du bloc d'affranchissement un visuel reprenant selon votre choix un logo, une adresse ou tout autre élément sous réserve du respect du CONTRAT MACHINE A AFFRANCHIR – ANNEXE 1 – UTILISATION DES BLOCS PUBLICITAIRES et des caractéristiques décrites dans le document [Règles relatives au visuel du bloc publicitaire](#).

La mise en place et l'utilisation de la personnalisation sont soumises à une autorisation postale. A défaut d'autorisation, le bloc publicitaire ne pourra pas être installé sur la machine (ou pour les machines permettant la création par le Client lui-même, le bloc publicitaire non validé par La Poste devra être supprimé avant toute utilisation)

Pour obtenir l'autorisation postale, deux options sont proposées :

- Option n°1: Demander la validation par l'intermédiaire de votre concessionnaire qui effectuera les démarches nécessaires auprès de LA POSTE.
- Option n°2: Demander directement la validation en contactant LA POSTE par e-mail à l'adresse indiquée : auto.blocpublicitaire@laposte.fr

Si vous choisissez l'option n°2 :

1. Indiquez à votre concessionnaire les caractéristiques de votre visuel pour obtenir un formulaire de demande de validation comportant un exemplaire du bloc publicitaire.
2. Transmettez ce formulaire, sans modification, en pièce attachée à un message destiné à auto.blocpublicitaire@laposte.fr en libellant impérativement l'objet du message sous la forme « numéro d'identification postale de la machine à affranchir + demande de validation d'un bloc publicitaire ».
3. La validation ou le refus de La Poste interviendra par retour de mail sous 5 jours à réception de la demande (délai réduit à 2 jours pour les MAi nouvelle génération – Voir liste des machines à affranchir agréées sur www.laposte.fr/entreprise/produits-et-services/machine-a-affranchir)
4. Communiquez la réponse de LA POSTE à votre concessionnaire.

Règles relatives au visuel du bloc publicitaire



LA POSTE

Pour chaque machine à affranchir, toute empreinte publicitaire doit être autorisée par La Poste et fait l'objet du paiement d'une redevance (tarif disponible sur le site www.laposte.fr/machineaffranchir). Le Client ne peut pas utiliser d'empreinte non autorisée par La Poste.

A noter : toute modification d'un bloc nécessite une nouvelle autorisation.

Dans le cas où le Client ne respecterait pas ces exigences, La Poste bloquera la machine à affranchir concernée afin que le visuel non conforme ne puisse plus être utilisé.

Le Client est seul responsable du contenu de la personnalisation de la marque d'affranchissement figurant sur ses plis. Il s'engage à ce que le visuel notamment :

- ne porte pas atteinte, de quelque manière que ce soit, aux droits de propriété intellectuelle (par exemple, les marques) ou au droit à l'image d'un tiers,
- n'ait pas un contenu mensonger ou trompeur,
- ne représente pas un flashcode (datamatrix, code 2D, QR code...) permettant d'accéder à du contenu multimédia,
- ne reproduise pas, en tout ou partie, un billet de banque ou une pièce de monnaie ayant cours légal,
- ne contienne aucun élément :
 - blessant, insultant, immoral ;
 - contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, contraire à la décence et/ou susceptible de causer un préjudice à un tiers,
 - à caractère violent ou susceptible de porter atteinte au respect et à la dignité de la personne humaine, à l'égalité entre les hommes et les femmes, à la protection des enfants et des adolescents, notamment par la fabrication, le transport et la diffusion de messages à caractère violent ou pornographique ou de nature à porter atteinte à la dignité humaine ;
 - qui encourage à la commission de crimes et délits ;
 - qui incite à la consommation de substances interdites ;
 - qui provoque ou puisse provoquer la discrimination, la haine, la violence en raison de la race, de l'ethnie ou de la nation ;
 - qui soit illégal, nuisible, menaçant, abusif, constitutif de harcèlement, diffamatoire, injurieux, vulgaire, obscène, menaçant pour la vie privée d'autrui ou de nature à heurter la sensibilité de certaines personnes ;
 - qui induise en erreur, notamment, en usurpant le nom ou la dénomination sociale d'autres personnes ;
- ne contrevienne pas à toute disposition légale ou réglementaire en vigueur, notamment aux différentes règles encadrant la publicité (publicité comparative, sur les armes, alcool, tabac ...),
- ne suggère pas un caractère officiel postal à l'illustration (ex. RF, La Poste, France, LP, N° AT...) et/ou ne reproduise pas un timbre-poste français ou étranger.
 - ne porte pas atteinte à la neutralité de La Poste,
 - ne reproduise pas le logotype de La Poste ou, d'une manière générale, des marques, emblèmes et modèles déposés par La Poste,
 - ne reproduise pas de textes religieux quelle que soit la langue (en français ou en langue étrangère),
 - n'inclut pas de message représentant une action revendicatrice, militante. L'image de La Poste étant associée au timbre-poste, le visuel ne doit ainsi pas comporter sous quelque forme que ce soit (ex : textes, photos, illustrations), de message politique explicite péjoratif et contestataire. Seuls pourraient être, le cas échéant, admis les visuels comportant le nom d'un parti politique et/ou le logo de



celui-ci, accompagné(s), s'il y a lieu, d'un texte sous réserve de sa parfaite neutralité.

- ne fasse pas référence de manière directe ou indirecte à une condamnation ou procédure pénale en cours, en France ou à l'étranger.

Les visuels représentant un monument faisant apparaître une ou plusieurs armes sont autorisés sous réserve que ledit monument soit :

- classé au patrimoine mondial de l'UNESCO,
- classé ou inscrit aux monuments historiques conformément aux dispositions de la loi du 31 décembre 1913 modifiée sur les monuments historiques, à la date de validation de la demande du Client,
- issu de l'initiative de l'autorité publique tel qu'un monument aux morts.

Les textes en langues étrangères (langues vivantes ou mortes) peuvent figurer sur les visuels, sous réserve de leur neutralité. En outre, pour les textes en langues étrangères vivantes, la validation du visuel est conditionnée à la transmission par le Client à La Poste d'une traduction en français assermentée.

La reproduction de drapeaux officiels d'Etat ou régionaux est admise si celle-ci est loyale non altérée et non péjorative, et n'emporte aucune confusion à l'égard des tiers sur la nature, les caractéristiques ou la provenance d'un produit ou d'un service.

Enfin, les visuels devront être conformes aux dispositions du code électoral.

La Poste se réserve la possibilité de refuser les visuels Client qui ne répondraient pas aux conditions précitées, qu'elle juge répréhensible ou non admissible pour une quelconque raison (par exemple, un visuel pouvant prêter à polémique pour des raisons politiques, ou d'actualités...). L'appréciation de La Poste prévaudra sur toute autre.

Le Client garantit La Poste être titulaire de tous les droits d'auteur, droits de propriété industrielle et autorisations, y compris de tiers, nécessaires à la fabrication du bloc publicitaire. La Poste se réserve le droit de demander au Client la production de tout document justificatif attestant qu'il détient bien les droits et/ou autorisations nécessaires à ladite fabrication.

Le Client garantit en particulier La Poste contre tous troubles, revendications, évictions et condamnations qui pourraient être prononcés à son encontre à la suite d'actions en concurrence déloyale ou parasitaire, en contrefaçon et plus généralement, contre toute action fondée sur la violation d'un droit de propriété, notamment de propriété intellectuelle (littéraire et artistique ou industrielle) ou d'un droit relevant de la personnalité et/ou de l'image de tiers, à l'occasion de l'utilisation du bloc pub.

En conséquence, le Client prendra à sa charge tous les frais exposés par La Poste pour sa défense, y compris les frais d'avocat, tous dommages et intérêts, dépens et frais non compris dans les dépens auxquels La Poste pourrait être condamnée par une décision de justice devenue définitive ou exécutoire, constatant la violation d'un droit d'auteur, d'une marque, ou de tout autre droit de propriété.