



Guide concernant l'obligation d'annoncer et la délimitation du marché postal

1 Objet et but

Le présent guide vise à soutenir les entreprises en cas de questions touchant à la délimitation du marché postal dans le cadre de l'obligation d'annoncer et du reporting annuel destiné à la PostCom. Toutefois, il ne remplace pas les dispositions de la loi et de l'ordonnance sur la poste, ni leurs commentaires.

Des informations additionnelles sont également disponibles sur le site Internet de la PostCom (www.postcom.admin.ch). En cas de questions, vous pouvez contacter le secrétariat de la commission à l'adresse suivante : info@postcom.admin.ch.

Vous trouverez les liens vers les différents textes de la législation postale sous <https://www.postcom.admin.ch/fr/documentation/legislation>.

2 Principes de la délimitation du marché

La législation postale définit le marché postal comme *la fourniture à titre professionnel de services postaux*. Les services postaux se réfèrent d'une part au traitement de certains envois, les *envois postaux*, et, d'autre part, à certains processus, les *processus postaux*.

2.1 Envois postaux

Un **envoi postal** est un envoi *portant une adresse* et revêtant la *forme définitive sous laquelle il doit être acheminé par le prestataire de services postaux*, notamment les *lettres, les colis, les journaux et les périodiques* (art. 2, let. b, de la loi du 17 décembre 2010 sur la poste, LPO, RS 783.0).

Un envoi est considéré comme **adressé** lorsque le mandat de transport contient des informations spécifiques sur le destinataire, à savoir son nom et son adresse géographique. L'adresse ne doit pas nécessairement figurer sur l'envoi : elle peut également apparaître sur des documents de transport séparés avec des indications précises (sous forme physique ou électronique). Les *journaux et périodiques en abonnement* qui sont envoyés à des destinataires prédéterminés (abonnés, membres) sont considérés comme adressés. Les envois destinés à tous les ménages d'une région géographique, sans distinction, ne sont en revanche pas considérés comme adressés.

Un envoi revêtant **la forme définitive sous laquelle il doit être acheminé par le prestataire de services postaux** reste inchangé durant tout le processus d'acheminement, de la réception/collecte à la distribution finale. Cela signifie que son volume, son format et son poids restent inchangés durant le traitement et que l'envoi est acheminé sans recours à des infrastructures particulières (p. ex. transports sous température activement contrôlée, mesures de sécurité permanentes). Ainsi, les envois étant par exemple transportés dans des véhicules frigorifiques ne sont pas considérés comme des envois postaux. Le critère de la forme définitive ne signifie cependant pas que les colis doivent être contenus dans des emballages rigides et fermés (p. ex. des boîtes en carton ou en plastique). Par exemple, certains prestataires acceptent également des colis sous forme de sacs en tissu ou de paniers ouverts. En outre, certains envois encombrants ne sont pas emballés du tout.

Une **lettre** est un envoi postal d'un poids maximal de 2 kg et de 2 cm d'épaisseur au plus (art. 2, let. c, LPO). Le contenu de la lettre (documents ou marchandises) n'est pas un critère déterminant. Les lettres des services express et coursier doivent figurer dans la catégorie « Services express et coursier » du reporting annuel destiné à la PostCom (art. 59 de l'ordonnance du 29 août 2012 sur la poste, OPO, RS 783.01).

Un **colis** est un envoi postal qui, sous sa forme définitive, pèse plus de 2 kg et/ou mesure plus de 2 cm d'épaisseur et d'un poids maximal de 30 kg (art. 2, let. d, LPO). Les envois lourds (plus de 30 kg) et particulièrement volumineux ne relèvent pas du marché postal. Lorsque la délimitation avec d'autres prestations non postales du secteur des transports s'avère difficile, la PostCom tient également compte du format des envois dans son évaluation. Les envois particulièrement volumineux devant être traités par au moins deux personnes et/ou nécessitent des moyens techniques auxiliaires ne sont pas acceptés par les prestataires de services postaux et ne sont donc en principe pas considérés comme des envois postaux. Les prestataires déterminent eux-mêmes les dimensions maximales pour les envois postaux. Toutefois, les envois adressés d'une longueur allant jusqu'à 200 cm et d'un pourtour ($2 \times \text{hauteur} + 2 \times \text{largeur} + \text{côté le plus long}$) allant jusqu'à 300 cm sont considérés comme des envois postaux¹, pour autant qu'ils ne pèsent pas plus de 30 kg.

Font exception à la définition et ne sont pas considérés comme des colis, les envois acheminés simultanément et à la même adresse avec d'autres envois, qui en raison de leurs dimensions ou du poids, ne constituent pas un envoi postal. En cas d'incertitudes, la PostCom décide au cas par cas quels envois sont soumis à la législation postale.

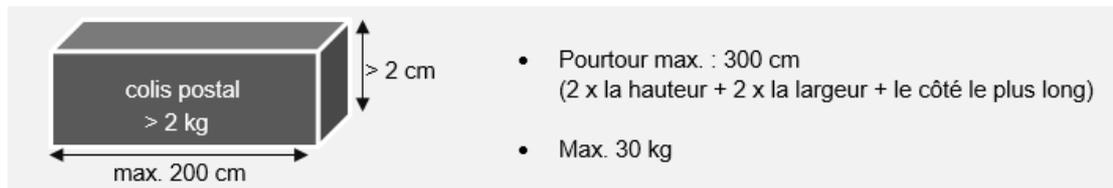
Les colis des services express et coursier doivent figurer dans la catégorie « Services express et coursier » du reporting annuel destiné à la PostCom (art. 59 OPO).

Les **journaux et périodiques** sont des publications éditées à intervalles réguliers sur papier et distribuées à un grand nombre de lecteurs (abonnés, membres, etc. ; art. 2, let. c, LPO). Le reporting annuel destiné à la PostCom distingue les journaux et périodiques en distribution matinale de ceux en distribution ordinaire. Par distribution ordinaire, on entend la distribution d'envois postaux pendant la tournée régulière de distribution. Les journaux et périodiques en distribution matinale sont en principe distribués tôt le matin (p. ex. avant 6 h 30).

¹ Les limites supérieures des différents formats sont systématiquement définies dans le trafic postal international. La convention postale universelle établit que le côté le plus long d'un colis ne peut pas dépasser 2 m et que son pourtour doit mesurer au maximum 3 m (art. 17-204 du Règlement de la Convention, Volume III, Règlement concernant les colis postaux Section III Taxes, surtaxes et exonération des taxes postales).

Exemples de délimitation du marché pour les colis postaux :

1. Colis postaux définis par le poids et le format



2. Les envois légers transportés et livrés simultanément avec des unités d'un poids supérieur à 30 kg ne sont pas considérés comme des colis postaux.



3. Les envois de petite taille transportés et livrés simultanément avec des unités particulièrement volumineuses (p. ex. côté le plus long supérieur à 200 cm et/ou pourtour supérieur à 300 cm) ne sont pas considérés comme des colis postaux.



4. Si toutes les unités d'un ordre de transport ne sont pas livrées au client final simultanément, l'évaluation est effectuée au moment de la livraison des pièces ou de la transmission de celles-ci à un sous-traitant. Les envois individuels ou multi-colis répondant aux critères postaux (poids et format) sont considérés comme des envois postaux.



2.2 Processus postaux

Les *processus postaux* inscrits dans la loi sont la *réception*, la *collecte*, le *tri*, le *transport* et la *distribution* des envois postaux (art. 2, let. a, LPO). Le marché postal n'inclut pas d'autres activités telles que l'emballage, le stockage ou le dédouanement. Durant le traitement des envois postaux, les processus postaux ne doivent pas forcément être tous opérés de manière cumulative. Dans certains cas, par exemple, l'envoi peut être retiré chez l'expéditeur ; dans d'autres cas, l'expéditeur le remet au prestataire dans un point d'accès. Pour les trajets directs, qui sont fréquents dans le cadre de services coursiers, l'étape du tri n'a pas lieu. En revanche, les étapes du transport et de la distribution sont indispensables pour le traitement postal d'envois. L'analyse des processus doit également tenir compte du fait qu'un même envoi peut être traité par plusieurs entreprises (prestataire, sous-traitants).

En principe, les critères suivants **ne permettent pas de délimiter le marché postal** :

- le **contenu** de l'envoi (à l'exception notamment des marchandises dangereuses et des contenus interdits) ;
- l'**organisation** ou l'**activité principale** d'un prestataire (forme juridique, taille, activité auxiliaire, etc.) ;
- les **moyens techniques** utilisés pour le traitement d'un envoi (processus automatisés, type de transport, plateforme numérique, etc.) ;
- les **délais d'acheminement et horaires de distribution** (distribution matinale, distribution le soir, service express, service coursier, distribution en cinq jours, etc.) ;
- le **segment de clientèle** (clients privés, clients commerciaux, etc.) ;
- les **prix** (niveau des prix, liste de prix ou prix spécifiques aux clients).

3 Principes relatifs à l'obligation d'annoncer sur le marché postal

Seuls les **prestataires** de services postaux *qui proposent en leur nom propre et à titre professionnel des services postaux* (art. 4, al. 1, LPO) sont soumis à l'obligation d'annoncer en vertu de la loi sur la poste. Ces entreprises assument la responsabilité générale du processus postal vis-à-vis de l'expéditeur². Cela signifie qu'en principe, le prestataire entretient une relation commerciale avec l'expéditeur, qui détermine le contenu de l'envoi. Par contre, le fait que le prestataire fournisse les services lui-même ou qu'il les confie à des sous-traitants n'est pas déterminant.

En principe, les **consolidateurs**, qui collectent les envois auprès de clients mais les transmettent pour la plupart à des entreprises tierces pour traitement, sont soumis à l'obligation d'annoncer. C'est notamment le cas lorsque le consolidateur conclut un contrat de transport avec l'expéditeur et fait appel à un sous-traitant pour honorer ce contrat. La même chose est valable si le consolidateur, en tant qu'intermédiaire, gère l'activité au nom de l'expéditeur mais à son propre compte³. En revanche, le service d'intermédiation n'est pas soumis à l'obligation d'annoncer si le contrat de transport est conclu directement entre l'expéditeur et le prestataire gérant le processus postal.

En ce qui concerne les **envois à l'importation**, seule l'entreprise qui est chargée du traitement de l'envoi sur le territoire suisse et responsable de la prestation est soumise à l'obligation d'annoncer. Le traitement d'envois en dehors de la Suisse n'est pas contrôlé par la PostCom.

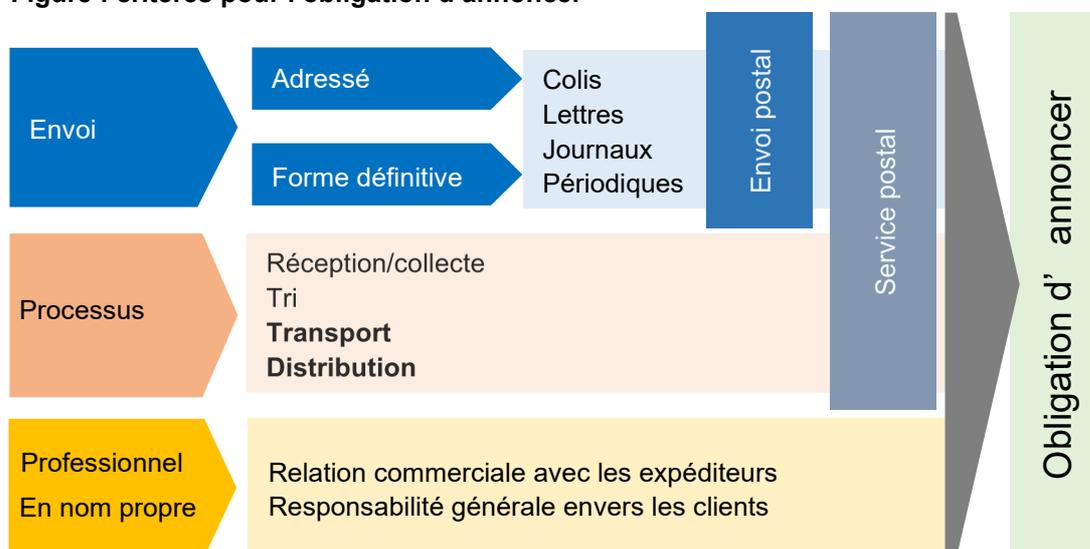
Par ailleurs, les activités suivantes en particulier ne sont pas soumises à l'obligation d'annoncer :

- Le transport de ses propres **documents et marchandises** (services internes). Dans ce cas, l'expéditeur et l'entité responsable des services logistiques constituent une seule et même unité.
- Les services postaux fournis sur mandat d'un prestataire enregistré auprès de la PostCom. Les **sous-traitants** ne sont pas soumis à l'obligation d'annoncer. Toutefois, s'ils réalisent plus de la moitié de leur chiffre d'affaires annuel en fournissant des services postaux, ils doivent convenir par écrit avec le prestataire enregistré auprès de la PostCom qu'ils respectent les conditions de travail usuelles dans la branche en tant que sous-traitants (art. 5, al. 3, OPO).

² Cf. rapport explicatif du 29 août 2012 sur l'ordonnance de la poste, p. 4

³ FF 2009 4680

Figure : critères pour l'obligation d'annoncer



4 Annonce & enregistrement des prestataires

Les prestataires qui fournissent des services postaux à titre professionnel et en leur nom propre sont tenus de s'annoncer auprès de la PostCom au plus tard deux mois après le début de leur activité postale (art. 3 et art. 8 OPO). On entend par *annonce* soit la communication écrite correspondante à la PostCom, soit le début du processus d'enregistrement de l'entreprise.

Portail permettant aux prestataires de s'enregistrer :

<https://www.postcom.admin.ch/fr/marches-postaux/obligation-de-sannoncer/enregistrement/>

L'*enregistrement* du prestataire est terminé une fois que l'ensemble des informations et documents nécessaires selon les art. 4 ou 8 OPO ont été transmis à la PostCom.

Sont soumis à l'**annonce simplifiée** les prestataires qui réalisent un chiffre d'affaires annuel de moins de 500 000 francs en fournissant des services postaux en leur nom propre (art. 8 OPO). Les prestataires réalisant un chiffre d'affaires annuel d'au moins 500 000 francs en fournissant de tels services sont soumis à l'**annonce ordinaire** (art. 3 OPO).

5 Chiffre d'affaires postal déterminant

La partie du chiffre d'affaires à prendre en compte pour l'obligation d'annoncer est *celle réalisée en fournissant des services postaux en nom propre*. Le chiffre d'affaires lié aux services postaux correspond donc à la somme de tous les montants facturés aux clients pour des prestations postales, sans la TVA. Il en va de même pour les envois à l'exportation. En ce qui concerne les envois à l'importation, le chiffre d'affaires correspond à la somme des montants obtenus de l'étranger pour les prestations postales fournies en Suisse (prix de transfert). En revanche, les chiffres d'affaires réalisés par un prestataire en tant que sous-traitant ne doivent pas être pris en compte.