Pour en savoir plus :

Contactez le

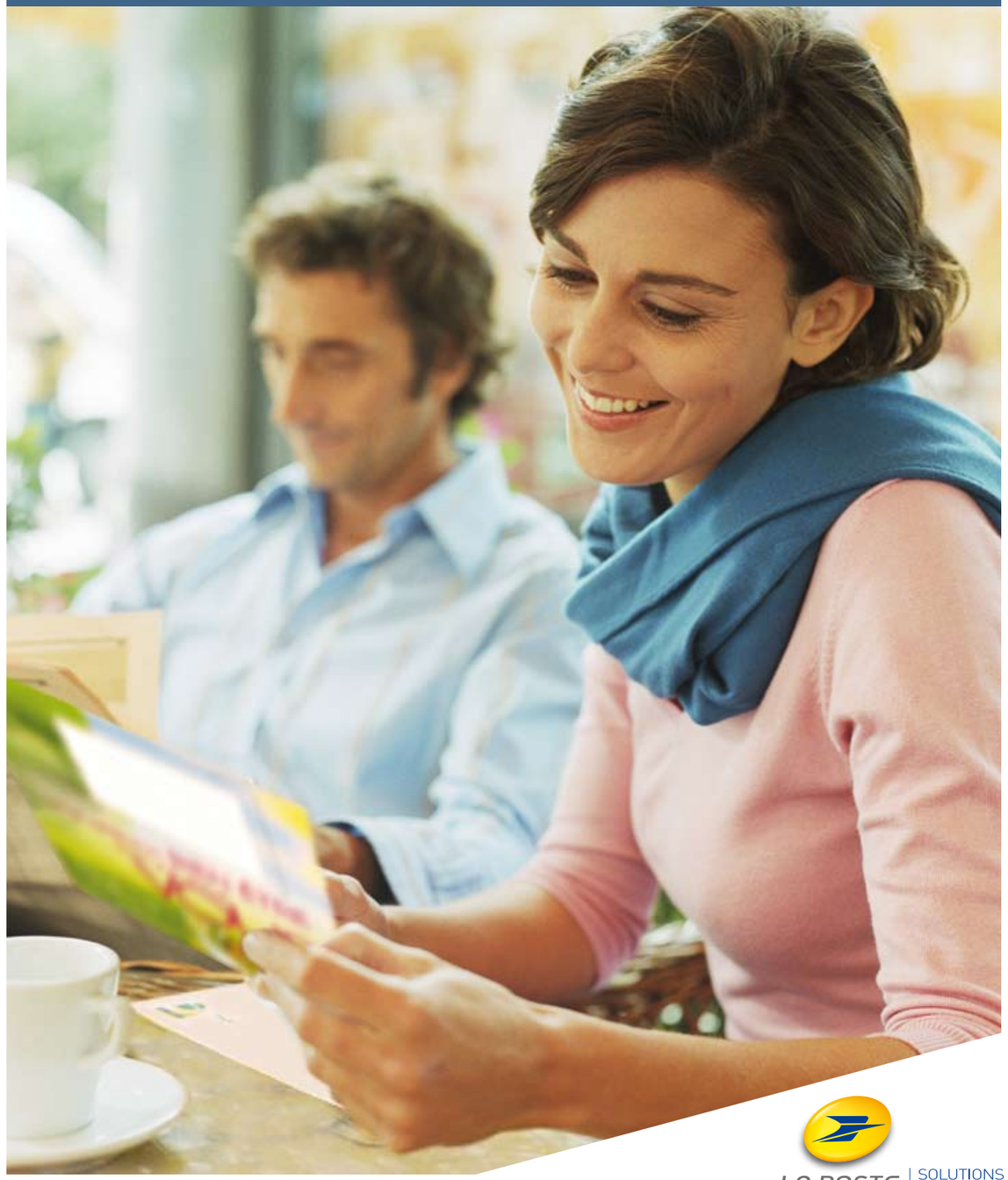
* 0,34€ TTC/min à partir d'un téléphone fixe.

La Poste - SA au capital de 3 800 000 000 € - 356 000 000 RCS Paris - Siège social : 44 BOULEVARD DE VAUGIRARD - 75757 PARIS CEDEX 15 - DC/DCRI - 02/2014

LA POSTE | SOLUTIONS BUSINESS

ACCÉDEZ AU TARIF MARKETING DIRECT !

Tout ce que vous devez savoir sur les règles
de contenu de vos messages



LA POSTE | SOLUTIONS BUSINESS

Les critères pour accéder au tarif Marketing Direct : mode d'emploi

Les produits **Destineo*** bénéficient de tarifs d'affranchissement spécifiques et se caractérisent par :

- **Les Conditions Générales de Vente** pour chaque produit, notamment en terme de seuil d'accès.
- **Les règles de présentation des plis** (cf. Guide pratique Courrier).
- **Les règles sur le contenu du message envoyé** qui font l'objet de cette plaquette

Les produits Destineo sont accessibles pour toute campagne de courriers publicitaires dont les plis sont tous issus d'un émetteur unique et sont réalisés à partir d'un même masque ou maquette avec des champs de personnalisation autorisés.

*Destineo intégral, Destineo esprit libre, Destineo pluriel, Destineo simply, Destineo utilité publique... (liste non exhaustive susceptible d'évoluer).

Recommandations lors de la création de votre mailing :

- **Etape 1**
  Respectez les principes généraux présentés dans cette plaquette.
- **Etape 2**
  Présentez le plus tôt possible votre maquette à votre interlocuteur commercial La Poste.
- **Etape 3**
  Une question ? Appelez le 36 34**

**0,34€ TTC/min à partir d'un téléphone fixe.

Sont interdits, les messages et/ou objets associés :

Contrevenant aux lois et règlements en vigueur :

- message ne respectant pas la Loi Evin, le code de la consommation, etc.,
- message à caractère pornographique,
- message incitant à la haine, à la violence et à la discrimination,
- message incitant à commettre des infractions (vol, destruction, etc.).

Dangereux ou salissants :

- échantillon chimique, produit inflammable, etc.

- Au moment du dépôt, un contrôle sera effectué par La Poste conformément aux termes du contrat en vigueur. En cas d'ambiguité du message, le tarif de gestion s'appliquera.
- S'agissant des cartes de fidélité, pour accéder au tarif Marketing Direct, le client devra fournir, au moment du dépôt, une attestation stipulant que la carte envoyée ne comporte pas d'option, activée ou non, de paiement ou de crédit.
- Si un courrier comporte une information relevant du tarif Courrier relationnel, le tarif de la gamme lettre correspondant s'applique (exemple : un envoi comportant à la fois un relevé bancaire et un document publicitaire).

Cette plaquette annule et remplace toute autre version précédente.

Marketing Direct ou pas ? Les principes généraux à connaître

OUI

Peuvent bénéficier du tarif Marketing Direct

Les envois de messages ayant un objectif de :

- vente,
- proposition commerciale,
- prospection,
- information générale : messages à caractère non lucratif, envoyés à titre gratuit, ne concourant pas à un acte de gestion, ayant un objectif purement informatif.

La personnalisation des courriers est acceptée. Les éléments suivants peuvent, à titre d'exemple, être personnalisés :

- l'identité des personnes,
- la catégorie socio-professionnelle,
- le secteur d'activité,
- l'habitat et la localisation géographique,
- le n° de téléphone,
- l'adresse e-mail,
- le n° de référence client,
- le n° de contrat,
- les événements calendaires (date de naissance, date d'anniversaire...),
- les événements client (références, sans indication du montant précis, à des commandes passées ou à des dons effectués).
- les images et photos,
- les offres destinataires (par exemple : 30% de remise ou cadeau de bienvenue),
- les arguments de vente...

Les zones de personnalisation doivent être fixes et bien identifiables sur les courriers.

NON

Ne peuvent pas bénéficier du tarif Marketing Direct

Les messages dont le contenu :

- présente un caractère personnel et confidentiel (n° de RIB, n° de carte bancaire, document s'apparentant à un relevé financier, etc.),
- présente un caractère obligatoire,
- relève de l'administration des ventes (exécution de contrats, service après-vente, recouvrement, facture, avoir, confirmation d'une prise de commande, etc.),
- modifie ou précise les droits et/ou obligations du destinataire (créant notamment une obligation de réponse ou d'exécution pour le destinataire, si celui-ci ne lit pas le message ou n'y répond pas).

4 précisions importantes :

- Toute référence à **un montant précis acquitté ou détenu** par le destinataire du message n'est pas acceptée au tarif Marketing Direct (exemple : référence à un montant d'achat, de commande passée, de don acquitté, de réserve de crédit détenue, de versement effectué, etc.).
- Tout objet envoyé au tarif Marketing Direct doit l'être **à titre gracieux**. La gratuité de l'objet doit apparaître explicitement à la lecture du message ou être précisée sur l'objet en question ou sur l'enveloppe (exemple : envoi d'un catalogue comportant un prix de vente dont la gratuité est précisée sur le film d'emballage du pli).
- Les **plis imitant les documents postaux** ou pouvant générer une confusion avec le service postal en vigueur **ne sont pas acceptés** (exemples : les mentions Accusé de Réception, Recommandé, Lettre, Prioritaire, etc.).
- L'envoi de brochures, de catalogues ou d'échantillons gratuits suite à une demande de clients ou de prospects est accepté au tarif Destineo tant que le courrier d'accompagnement revêt un caractère de vente et de prospection et qu'il ne concoure pas à un acte de gestion ou n'est pas consécutif à un engagement contractuel ou à une commande.

Ces courriers bénéficient du tarif Marketing Direct

OUI

Les exemples cités dans cette rubrique permettent d'illustrer les messages bénéficiant du tarif Marketing Direct et constituent des aides à la compréhension des principes généraux.
La liste n'est pas exhaustive.

Quelques exemples de courriers bénéficiant du tarif Marketing Direct

✔ **Les programmes de fidélisation**

→ **L'envoi de cartes de fidélité** ne comportant pas d'option, activée ou non, de paiement ou de crédit, que les cartes soient gratuites ou payantes. Le client doit fournir une attestation qui déclare que la carte ne comporte pas d'option (active ou non) de paiement ou de crédit.

→ **L'envoi de courriers comportant des codes d'accès, mots de passe ou logins communiqués dans le cadre d'opérations promotionnelles** (consultation de relevés de points fidélité ou de points cadeaux, accès à un site marchand afin d'accéder à des offres promotionnelles).

→ **L'envoi de courriers faisant état de relevés de points fidélité, de points cadeaux, de modification ou d'évolution du programme de fidélité.**

✔ **L'envoi de bons de réduction, bons d'achat, chèques fidélité, chèques cadeaux, cartes cadeaux,** à condition qu'ils ne soient pas échangeables ou négociables auprès d'un établissement financier. L'envoi de fac–similés (exemples : chèques bancaires, billets de banque, etc.), s'ils sont barrés de la mention SPECIMEN, est également accepté.

✔ **L'envoi de courriers concernant des jeux concours, loteries et tirages au sort** s'ils respectent les lois et réglements en vigueur (précision de la gratuité, de l'Huissier et de la valeur du gain dans le message) et l'envoi de billets de tombola gratuits.

✔ **L'envoi d'invitations qui présentent un caractère « public » et/ou professionnel :** invitations à un salon, une conférence, un vernissage, un congrès, un colloque, un atelier débat, etc.

✔ **L'envoi de cadeaux publicitaires et d'échantillons** lorsqu'ils sont logotypés ou lorsqu'ils comportent la mention : « Ne peut être vendu », « Offert par », « A titre gratuit », etc., ou lorsqu'ils sont accompagnés d'une information qui exprime clairement la gratuité de l'objet.

✔ **L'envoi de propositions d'abonnement ou d'adhésion, ou de propositions de renouvellement d'abonnement ou d'adhésion.**

✔ **L'envoi de questionnaires de satisfaction ou de qualification de base de données, d'enquêtes de consommation, de sondages, etc.**

✔ **L'envoi de messages de collectes de dons** pour des organismes à caractère humanitaire, culturel, politique, religieux ou laïque.

✔ **Les campagnes de médecine préventive :** messages de communication ou de prospection ayant trait à des opérations de prévention médicale (exemples : vaccin anti-grippe, dépistage cancer du sein, etc.).

✔ **L'envoi de courriers de prospection financière (Crédit - Assurance)**

✔ **L'envoi de propositions commerciales** à des clients ou prospects avec des conditions générales de ventes jointes.

✔ **L'envoi d'une information indiquant un changement d'horaire, de raison sociale ou une modification d'adresse professionnelle.**

✔ **La mise à jour de fiches produit, de grilles tarifaires génériques envoyées à titre informatif.**

✔ **L'envoi de catalogues ou de brochures commerciales** à un prospect ayant fait la demande par téléphone ou Internet.

✔ **L'envoi de courriers avec rajout de flyers ou de brochures** pour certains destinataires.

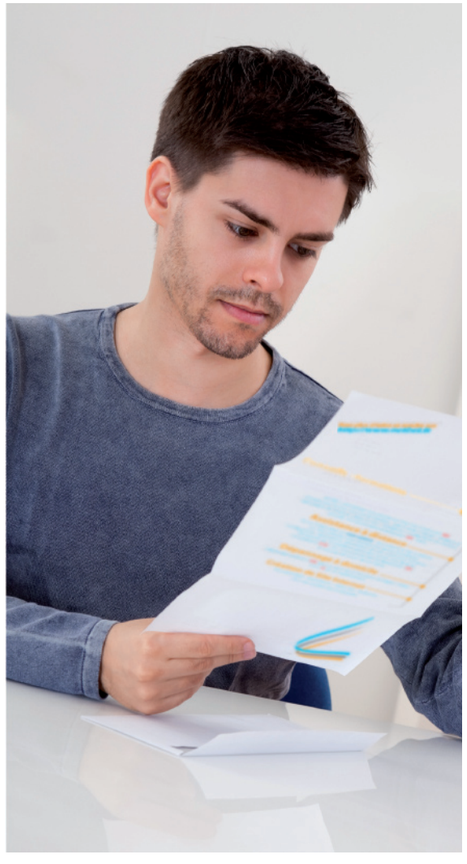
Sous réserve du respect des principes généraux.

Ces courriers ne bénéficient pas du tarif Marketing Direct

NON

Les exemples cités dans cette rubrique permettent d'illustrer les messages ne bénéficiant pas du tarif Marketing Direct et constituent des aides à la compréhension des principes généraux. La liste n'est pas exhaustive.

Quelques exemples de courriers ne bénéficiant pas du tarif Marketing Direct



✔ **Les cartes :**

→ L'envoi de cartes avec option, active ou non, de paiement ou de crédit.

→ L'envoi de cartes privatives d'acheteur, obligatoires afin d'acheter dans un point de vente.

→ L'envoi de cartes d'adhérent ou d'accès, obligatoires pour accéder à un club sportif, culturel, une association, un magasin, etc.

→ L'envoi de cartes d'adhésion à un parti politique, syndicat, etc.

→ L'envoi de cartes d'adhésion de mutuelles ou d'assurance.

✔ **Les messages comportant des codes d'accès, mots de passe ou logins :**

→ permettant l'usage de cartes de paiement,

→ donnant accès à des informations ayant un caractère personnel et confidentiel (exemples : informations liées à la santé, aux aides sociales, aux remboursements médicaux, etc.),

→ permettant de consulter des sites de gestion.

✔ **Les collectes de taxe, appels de fonds, etc.**

✔ **Les convocations, annonces à assemblée générale, assemblée départementale,** à une réunion de travail, une réunion statutaire, etc.

✔ **L'envoi de contrats, d'avenants ou de modifications de tarif entraînant une modification contractuelle.**

✔ **L'envoi de propositions commerciales à des clients avec un message modifiant les dispositions contractuelles en cours.**

✔ **L'envoi de textes réglementaires ou administratifs.**

✔ **L'envoi d'attestations d'assurance, polices d'assurance ou notes de couverture.**

✔ **L'envoi de messages relatifs à une confirmation de réserve de crédit,** suite à une proposition commerciale.

✔ **L'envoi de quittances, reçus, avis de réception, TIP, etc.**

✔ **L'envoi de chéquiers, relevés de compte bancaire, etc.**

✔ **L'envoi de chèques, bons vacances ou tickets restaurants.**

✔ **L'envoi de déclarations de ressources.**

✔ **L'envoi d'avis de passage pour relevé de compteur.**

✔ **L'envoi de factures ou rappels de facture.**

✔ **L'envoi de relevés de points retraite ou points assurance.**

✔ **L'envoi de remboursements.**

✔ **L'envoi de licences ou attestations sportives.**

✔ **L'envoi de messages avec exécution automatique** dans le cadre d'une relation contractuelle explicite ou implicite en cours.

✔ **L'envoi de messages concernant les contrôles sanitaires** obligatoires d'animaux, ou conditionnant une subvention.

✔ **Les convocations aux visites médicales, résultats médicaux.**

✔ **Les résultats d'examens, bulletins scolaires.**

✔ **L'envoi de récépissés fiscaux.**

✔ **L'envoi de messages de résiliation.**

✔ **L'envoi de contrats après une contractualisation.**

✔ **L'envoi d'objets ou de catalogues gratuits** dont les frais de port sont pris en charge par le destinataire.