

La Poste met le turbo dans la lutte contre les autocollants antipub

tdg.ch/suisse/poste-met-turbo-lutte-autocollants-antipub/story/10235100



La Poste propose d'utiliser son autocollant propub pour recouvrir le précédent.

A chaque mois son initiative. En juin dernier, notre confrère alémanique *Blick* révélait que les 15'000 facteurs du pays avaient été invités par la direction à aborder les clients croisés au cours de leurs tournées afin de les convaincre de [retirer les autocollants antipub des boîtes aux lettres](#).

Pourquoi s'arrêter en si bon chemin? Ce mois-ci, **La Poste** fait donc un pas de plus: dans un courrier parvenu cette dernière semaine à plusieurs dizaines de milliers de clients privés des agglomérations lausannoise, bernoise et lucernoise, elle promet la distribution mensuelle d'échantillons gratuits de divers produits, mais à la condition expresse qu'ils acceptent d'enlever de leurs boîtes aux lettres toute inscription interdisant la publicité.

Cliquez [ici](#) pour lire la lettre



C'est l'impact qui fait la différence.

LA POSTE+

Poste CH SA
PostMail
Marketing direct
Wankdorffallee 4
3030 Berne
Téléphone 0848 888 888
serviceclientele@poste.ch
www.poste.ch

PM12, Wankdorffallee 4, 3030 Berne

SB_389622

Tel: [redacted]



Ces échantillons vous sont destinés



Une percée clinique dans la prévention des caries!
Neutralise les acides de sucre dans la plaque dentaire – la cause principale des caries.

26 juin 2015

Profitez dès à présent d'échantillons gratuits fort attrayants!

Monsieur,

Vous préféreriez pouvoir essayer un produit plutôt que de recevoir de simples informations à son sujet? Votre souhait est désormais exaucé. La Poste, ainsi que plusieurs fabricants renommés de biens de consommation, aimeraient en savoir plus sur l'acceptation et l'impact d'échantillons dans les boîtes aux lettres. C'est pourquoi nous avons décidé de distribuer régulièrement aux habitants d'une zone donnée des échantillons spécialement sélectionnés.

Et vous en faites partie! De juillet à décembre 2015, nous distribuerons **chaque mois des échantillons fort attrayants** dans votre zone résidentielle. Vous pourrez ensuite tester ces derniers chez vous, en toute tranquillité. Alors ne manquez pas d'essayer les produits ci-contre, qui seront distribués dans les trois mois à venir. Et nous vous réservons encore bien d'autres échantillons de produits de haute qualité, que vous recevrez d'ici la fin de l'année.

Veillez noter que les échantillons sont considérés comme des envois publicitaires. Cela signifie que nous pourrions les distribuer uniquement dans les boîtes aux lettres qui **ne portent pas la mention «Non merci, pas de publicité»**.

Si vous souhaitez à l'avenir profiter d'échantillons et autres envois publicitaires, il suffit de retirer toute mention de votre boîte aux lettres ou de retourner l'écriteau correspondant. Vous pouvez également utiliser l'autocollant «Publicité OK!» ci-joint pour simplement recouvrir l'autocollant existant. Si plus tard, vous remettez la mention «Non merci, pas de publicité» sur votre boîte aux lettres, nous respecterons bien entendu votre volonté.

Découvrez la publicité autrement – avec d'authentiques échantillons de produits fort attrayants, directement dans votre boîte aux lettres!

Avec nos meilleures salutations

Poste CH SA
PostMail

Reto Zenger
Responsable Gestion des produits PromoPost

Andreas Urben
Responsable de projet PromoPost

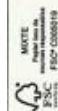


Nahrin Gourmet-Mix avec oignon, ail, persil et épices. Particulièrement indiqué pour des sauces dip, beurre aux herbes, salades et sauces.



Ovomaltine flakes –
Croquons la vie
à pleines dents!
Avec recette affinée!

Même avec l'Ovomaltine
la plus chocolatée,
tu n'y arriveras pas
mieux.
Mais plus longtemps.



2015-129 (PM) 06.2015

«Vous préféreriez pouvoir essayer un produit plutôt que de recevoir de simples informations à son sujet? Votre souhait est désormais exaucé, écrit le géant jaune. La Poste, ainsi que plusieurs fabricants renommés de biens de consommation, aimeraient en savoir plus sur l'acceptation et l'impact d'échantillons dans les boîtes aux lettres. C'est pourquoi nous avons décidé de distribuer régulièrement aux habitants d'une zone donnée des échantillons spécialement sélectionnés.»

Echantillons gratuits

L'arrosage des trois régions du pays choisies par La Poste aura lieu de juillet à décembre 2015, et les privés qui accepteront de jouer le jeu recevront chaque mois du dentifrice Elmex, des épices Nahrin Gourmet-Mix, de l'Ovomaltine, des céréales, un mélange pour bircher et j'en passe. Une manne inespérée dont ils ne pourront toutefois bénéficier qu'à la condition que la mention «Pas de publicité, merci» ait disparu de leurs boîtes aux lettres. Mieux: à son envoi, La Poste a joint un autocollant «Publicité OK!» qu'elle nous invite malicieusement à utiliser pour recouvrir le précédent, qui affirme le contraire.

Après le recours aux talents de persuasion des facteurs, le nouveau stratagème concocté par La Poste fait bondir Mathieu Fleury, secrétaire général de la Fédération romande des consommateurs (FRC),

qui est précisément à l'origine des autocollants antipub.

«Far West économique»

«Ce Far West économique organisé par une institution de service public est inadmissible. De surcroît, le procédé est ridicule et enfantin, et j'ose espérer que le consommateur suisse est suffisamment mature pour ne pas tomber dans le piège, dit-il. Quoi qu'il en soit, la FRC a décidé d'offrir gratuitement son autocollant antipub pendant toute la durée de cette opération grotesque.»

Patron de la communication du géant jaune, Oliver Flüeler ne se démonte pas. «Ceux qui vitupèrent oublient que La Poste doit satisfaire deux types de clients: les privés comme vous et moi, et ceux qui produisent des biens de consommation et qui ont ainsi besoin de la publicité pour les vendre, précise-t-il. Ces derniers doivent pouvoir accéder aux boîtes aux lettres pour vanter leurs produits, et La Poste, de son côté, a l'interdiction de glisser la moindre pub dans une boîte portant la mention «Pas de publicité, merci». Je prétends donc que notre démarche, qui respecte la volonté des consommateurs, sert l'économie du pays.»

A l'appui de ses arguments, Oliver Flüeler révèle qu'une campagne de «sampling» (le nom donné à la distribution d'échantillons) analogue a été entreprise en 2014 à Bâle-Ville et dans la région de Winterthur, et que les résultats ont été concluants.

Capital entamé

«Les échantillons de produits ont été très bien accueillis par les destinataires, dit-il. Désormais, à l'occasion du test en cours dans les agglomérations lausannoise, bernoise et lucernoise, nous voulons mesurer, avec les fabricants, l'impact de notre projet PromoPost Sampling sur le chiffre d'affaires des produits.»

Le conseiller national Yannick Buttet (PDC/VS), qui avait déjà violemment réagi à l'intervention du géant jaune auprès de ses facteurs, est définitivement ulcéré. «Le stade de la malhonnêteté est dépassé. Celui qui a un autocollant sur sa boîte aux lettres ne veut pas de pub, point barre, martèle-t-il. La Poste, qui tente d'entrer par la fenêtre puisqu'elle n'y parvient pas par la porte, bénéficie encore d'un capital de confiance et de crédibilité auprès de la population. Mais cette fois, il est sérieusement entamé.» (TDG)

(Créé: 03.07.2015, 22h04)