

Quand dire « OUI, c'est de la Médiaposte avec adresse^{MC} ! »

Date d'entrée en vigueur : le 1^{er} mars 1999

Une brochure d'interprétation des modifications apportées à la définition de la Médiaposte avec adresse



Table des matières

<i>Résumé</i>	2
<i>Introduction</i>	3
<i>Section I : Quand dire « Oui, c'est de la Médiaposte avec adresse^{MC} ! »</i>	5
1.1 S'agit-il d'un article expédié ou non à des fins promotionnelles?	5
1.2 Un message uniforme	6
1.3 Les adresses de retour acceptables	10
1.4 La personnalisation	11
1.5 Les rapports présentant des résultats financiers	12
1.6 Les catalogues	13
1.7 La sollicitation de dons ou de contributions	14
1.8 Les bulletins	15
<i>Section II : Quels articles ne sont pas admissibles à la Médiaposte avec adresse^{MC} ?</i>	17
2.1 L'exécution d'une commande	17
2.2 Les envois mixtes	20
2.3 Les relevés d'opérations et les factures	21
2.4 Les imprimés non promotionnels identiques	21
2.5 Les études de marché et les sondages d'opinion	22
2.6 Les avis de rappel	23
2.7 Les avis de renouvellement	23
<i>Tableau récapitulatif – Médiaposte avec adresse</i>	24

Résumé

Depuis le 1^{er} mars 1999, la définition de la Médiaposte avec adresse est la suivante :

Articles transmissibles par la poste, portant un message uniforme, et destinés :

- ❖ à promouvoir la vente ou l'utilisation de produits ou de services,
- ❖ à présenter des résultats financiers, principalement à des fins promotionnelles,
- ❖ à solliciter des dons ou des contributions.

La Médiaposte avec adresse devient ainsi un produit purement publicitaire et promotionnel. Par conséquent, les envois contenant des articles non promotionnels ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

Avant le 1^{er} mars 1999 :

Le texte de tous les articles constituant un envoi de la Médiaposte avec adresse devait être identique et seul le bloc-adresse pouvait être personnalisé.

À compter du 1^{er} mars 1999 :

Le texte des articles constituant un envoi de la Médiaposte avec adresse pourra ne plus être identique. Les annonceurs pourront ainsi personnaliser leurs messages promotionnels, adaptant le contenu du message de leurs articles au profil des destinataires.

Afin d'être admissible au service de la Médiaposte avec adresse, un article doit satisfaire aux critères suivants :

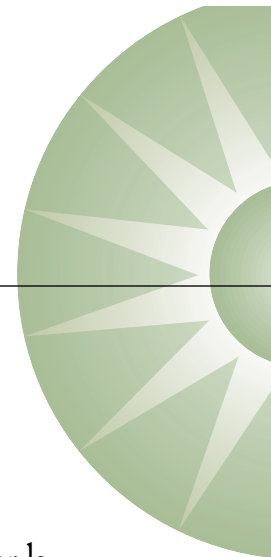
1. Le but visé doit être d'ordre promotionnel.

L'envoi doit avoir pour objet d'inciter le destinataire à faire l'achat d'un produit ou d'un service ou à verser un don ou une contribution.

2. Le thème propre à tous les articles d'un même envoi doit être uniforme.

Les articles constituant un envoi doivent avoir en commun une même fin et un même but.

Introduction



Voici pourquoi vous devriez lire cette brochure.

Le 1^{er} mars 1999, Postes Canada a modifié la définition de la Médiaposte avec adresse.

Cette brochure, c'est un guide utile, de consultation rapide, où vous trouverez des réponses à vos questions au sujet de la Médiaposte avec adresse. À mesure que vous prendrez connaissance de l'information qui y est présentée, vous serez à même de constater comment Postes Canada a su adapter la définition de la Médiaposte avec adresse aux besoins en constante évolution des entreprises de marketing direct.

Si vous ne saisissez pas la nature de certains des changements, n'hésitez pas à communiquer avec votre représentant commercial.

Quelle est la nouvelle définition de la Médiaposte avec adresse?

Depuis le 1^{er} mars 1999, la nouvelle définition de la Médiaposte avec adresse est la suivante :

Articles transmissibles par la poste, portant un message uniforme, et destinés :

- ❖ à promouvoir la vente ou l'utilisation de produits ou de services,
- ❖ à présenter des résultats financiers, principalement à des fins promotionnelles,
- ❖ à solliciter des dons ou des contributions.

Pourquoi a-t-on décidé de modifier la définition de la Médiaposte avec adresse?

Nos clients nous ont indiqué qu'il y avait chevauchement entre certains de nos produits. Aussi, bon nombre d'entre eux voulaient être en mesure de personnaliser leurs messages publicitaires.

Voilà pourquoi, en réaction aux besoins exprimés par ses clients, Postes Canada a décidé :

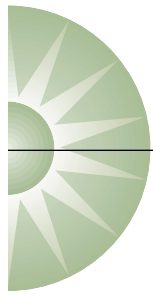
1. de redéfinir la Médiaposte avec adresse en transformant ce service en un outil strictement d'ordre publicitaire et promotionnel,
2. d'autoriser dorénavant les clients à personnaliser leurs messages publicitaires.

Ces changements à la définition de la Médiaposte avec adresse permettent de bien démarquer la Médiaposte avec adresse de la Poste-lettres et de la Poste-publications.

- ❖ **La Poste-lettres**, c'est notre service de communication haut de gamme. Vous pouvez l'utiliser pour expédier tous vos envois pourvu qu'ils satisfont aux critères de ce service.
- ❖ **La Médiaposte avec adresse** vous permet d'expédier exclusivement des articles portant des messages promotionnels de nature uniforme.
- ❖ **La Poste-publications**, c'est essentiellement le service de distribution des périodiques (magazines et bulletins) et des journaux qui satisfont aux critères d'admissibilité établis.

En outre, la possibilité de personnaliser vos envois de la Médiaposte avec adresse vous permettra de faire parvenir à vos clients, actuels et éventuels, des articles publicitaires parfaitement adaptés à leurs besoins.

Enfin, l'expérience le montre : plus un envoi publicitaire est pertinent ou personnalisé, meilleur est le taux de réponse. Vos ventes seront meilleures et vous tirerez un meilleur rendement des sommes investies dans chacun de vos programmes de promotion.



Quel impact la nouvelle définition aura-t-elle sur les activités de votre entreprise?

Si, comme la vaste majorité des clients de la Médiaposte avec adresse, vous y avez recours pour expédier des articles promotionnels, alors la nouvelle définition qui est entrée en vigueur le 1^{er} mars 1999 n'aura aucun impact sur vos activités. Vous pourrez, comme dans le passé, continuer à expédier vos articles en misant sur la Médiaposte avec adresse sauf que, dorénavant, vous pourrez tirer profit d'un avantage additionnel : la personnalisation de vos envois de la Médiaposte avec adresse.

Si vous êtes un client de la Médiaposte avec adresse qui l'utilise pour expédier des articles non promotionnels identiques – p. ex., des formules d'impôt, des avis aux électeurs, des reçus, des documents concernant des études de marché ou des sondages d'opinion, ou encore des bulletins, journaux ou magazines non promotionnels, vous ne pourrez plus emprunter ce service à cette fin. Pour savoir lequel des autres services de Postes Canada conviendrait le mieux à vos besoins, veuillez communiquer avec votre représentant commercial.

Quels avantages vous procure la Médiaposte avec adresse?

La Médiaposte avec adresse constitue un excellent outil de marketing direct pour communiquer votre message à vos clients. Le recours à la Médiaposte avec adresse peut contribuer de nombreuses façons à vos activités de marketing :

- ❖ **Ciblage de vos clients** – Grâce à la Médiaposte avec adresse, vous pourrez choisir chacun des clients à porter dans un groupe cible, à la lumière des critères que vous aurez établis, et engager un dialogue avec chacun d'entre eux. Vous pourrez faire porter vos efforts sur vos meilleurs clients actuels et éventuels. Vous n'êtes pas sans savoir qu'il en coûte plus cher de recruter de nouveaux clients que de conserver ceux que vous avez déjà.

- ❖ **Incitation** – Vous pourrez susciter une réaction chez vos clients en leur adressant une proposition bien adaptée à leurs besoins et en leur proposant un moyen facile d'y donner suite. La Médiaposte avec adresse ne s'en tient pas à susciter l'intérêt du client, elle vous permet de conclure des ventes.
- ❖ **Évaluation** – Vous pourrez évaluer avec précision le succès de votre campagne publicitaire, à savoir le taux de réponse et les ventes, et établir le taux de rendement de chacun de vos programmes. Il suffit d'inclure dans vos articles une carte-réponse d'affaires, une invitation, un bon de commande ou encore, d'inscrire votre numéro sans frais dans votre proposition.
- ❖ **Économies** – Puisque vous pourrez évaluer les retombées de vos campagnes, vous pourrez consacrer vos ressources financières aux programmes qui présentent les meilleurs taux de rendement.
- ❖ **Personnalisation** – Vous pourrez montrer à vos clients que vous connaissez bien leurs goûts et leurs préférences et rendre vos communications encore plus pertinentes à leurs yeux et, ainsi, accroître vos taux de réponse et de rendement.

La structure de la brochure

À la section I, vous trouverez toute l'information utile concernant la définition de la Médiaposte avec adresse, de même que des exemples de divers articles qui sont admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

À la section II, vous trouverez une description des articles qui ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse. On vous expliquera pourquoi.

Cette brochure constitue une interprétation de la définition de la Médiaposte avec adresse. Pour obtenir de plus amples renseignements sur la Médiaposte avec adresse, veuillez consulter le *Guide des postes du Canada* ou communiquer avec un représentant commercial de Postes Canada.

Section I

Quand dire « Oui, c'est de la Médiaposte avec adresse^{MC}! »

Un article de la Médiaposte avec adresse, c'est un article expédié à des fins promotionnelles, porteur d'un message (personnalisé ou non) uniforme. Voici la définition de ces expressions, de même que des exemples de divers articles admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

1.1 S'agit-il d'un article expédié ou non à des fins promotionnelles?

À la lecture de la nouvelle définition de la Médiaposte avec adresse, vous avez constaté que, dorénavant, un envoi ne doit être composé que d'articles expédiés à des fins promotionnelles. Afin d'établir si c'est le cas, vous devez pouvoir faire la différence entre un article promotionnel et un article non promotionnel.

Rappel – Si, comme la vaste majorité des clients de la Médiaposte avec adresse, vous y avez recours pour expédier des articles promotionnels, alors la nouvelle définition n'aura aucun impact sur vos activités. Par contre, vous pourrez tirer profit de certains des nouveaux avantages que vous procure la nouvelle définition.

S'agit-il d'un article expédié à des fins promotionnelles?

Afin d'établir s'il s'agit ou non d'un article promotionnel, vous devez vous poser la question suivante : « À quelles fins cet article est-il expédié? ». *Si votre but est d'inciter le destinataire à faire l'achat d'un produit ou d'un service, ou à solliciter une contribution ou un appui au profit d'une cause, alors il s'agit d'un article promotionnel et il est admissible au service de la Médiaposte avec adresse.*

Voici quelques exemples d'articles promotionnels admissibles au service de la Médiaposte avec adresse :

- ❖ des documents d'information d'un club de disques compacts en vue d'inciter les gens à adhérer au club ou à faire l'achat de nouveaux disques compacts;
- ❖ des documents expédiés par des organismes de bienfaisance dans le but de solliciter des dons;
- ❖ une brochure faisant la promotion d'une conférence qui se tiendra prochainement et proposant un escompte à tous ceux qui s'y inscriront avant une date donnée;
- ❖ une invitation d'un fournisseur de services téléphoniques interurbains à essayer ses services;
- ❖ le rapport annuel d'une entreprise;
- ❖ l'expédition par un parti politique, avant la tenue d'une élection, de profils de ses candidats;
- ❖ un calendrier faisant la promotion des services ou des produits d'une entreprise locale;
- ❖ un échantillon d'une nouvelle crème pour la peau et un coupon-rabais que le destinataire pourra utiliser au moment de son prochain achat.

S'agit-il d'un article expédié à des fins non promotionnelles?

Si le but est de communiquer de l'information et que l'article ne vise pas à inciter le destinataire à faire l'achat d'un produit ou d'un service, ou à solliciter une contribution ou un appui au profit d'une cause, il s'agit d'un article non promotionnel non admissible au service de la Médiaposte avec adresse.

Voici des exemples d'articles qui, en vertu de la nouvelle définition entrée en vigueur le 1^{er} mars dernier, ne sont dorénavant plus admissibles au service de la Médiaposte avec adresse :

- ❖ les manuels de référence;
- ❖ la mise à jour d'un manuel destiné à des professionnels;
- ❖ les avis de changement de prix;
- ❖ les avis aux électeurs dans le cadre d'élections fédérales, provinciales ou municipales;
- ❖ les formules d'impôt;
- ❖ les annonces transmises à des fins non promotionnelles, par exemple une lettre annonçant la nomination de nouveaux membres à un conseil d'administration.

Voici des exemples d'articles qui n'ont jamais été admissibles au service de la Médiaposte avec adresse :

- ❖ les factures;
- ❖ les relevés d'opérations (accompagnés ou non de documents promotionnels), par exemple la liste de tous les articles achetés ou de tous les vols effectués par une personne au cours d'une période donnée;
- ❖ un produit ou un service expédié par une entreprise dans le but d'exécuter une commande passée par un client;
- ❖ les procurations.

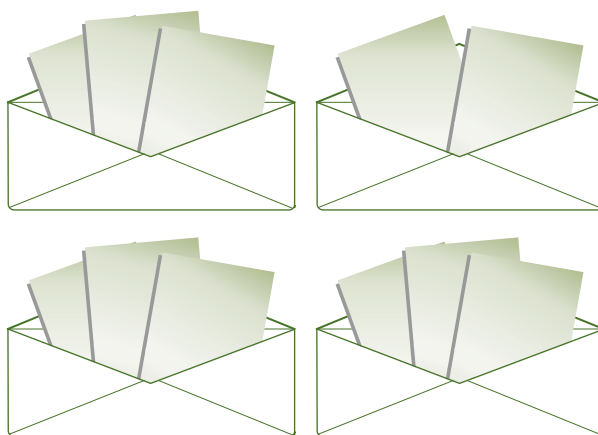
Pour en savoir davantage sur les envois non admissibles au service de la Médiaposte avec adresse, consultez la section II.

1.2 Un message uniforme

Il n'est plus exigé que le *texte* de tous les articles composant un envoi de la Médiaposte avec adresse soit identique. Cependant, le *thème* des messages doit être uniforme. En d'autres termes, tous les articles doivent avoir la même fin, viser le même but. La possibilité de recourir à des messages uniformes – plutôt qu'identiques – vous permet de mieux adapter à vos clients les messages de vos articles de la Médiaposte avec adresse.

Comment savoir si le message des articles est uniforme?

Afin d'établir si les articles d'un envoi de la Médiaposte avec adresse portent un message uniforme, posez-vous la question suivante : *Est-ce que chacun des articles déposés dans l'enveloppe ont en commun un même thème ou un même but?*



Voici quelques exemples qui montrent bien comment vous pouvez tirer profit de la nouvelle définition, tout en vous assurant que les articles de vos envois de la Médiaposte avec adresse portent un message uniforme.

Exemple d'un message uniforme :

N°1

Un même annonceur ou propriétaire fait la promotion ou propose l'achat d'un même produit ou service à un client :

Alain Raymond,
propriétaire d'Auto Plus,
annonce le lancement
de trois nouveaux
modèles offerts
l'automne prochain.



Des lettres publicitaires identiques sont expédiées à tous les clients.

Qu'advierait-il si les représentants du concessionnaire Auto Plus voulaient expédier une version personnalisée de cette même lettre à leurs clients propres?

Chacune des lettres serait signée par le représentant du client et, dans la mesure du possible, les lettres seraient personnalisées en tenant compte des achats effectués dans le passé par le client.

Le représentant n° 1 d'Auto Plus poste 500 lettres personnalisées portant sa signature et annonçant l'arrivée des nouveaux modèles.

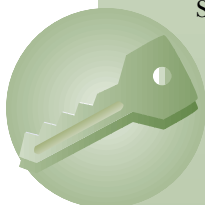
La représentante n° 2 d'Auto Plus poste 550 lettres personnalisées portant sa signature et annonçant l'arrivée des nouveaux modèles.

Le représentant n° 3 d'Auto Plus poste 450 lettres personnalisées portant sa signature et annonçant l'arrivée des nouveaux modèles.

Tout est parfait, il n'y a pas de problème. Il s'agit toujours d'un envoi constitué d'articles promotionnels portant un message uniforme, les trois lettres faisant la promotion des produits et services du concessionnaire Auto Plus. Les lettres ont été personnalisées à la lumière du profil des clients individuels des représentants et des achats effectués par ces clients dans le passé.

Rappel – Avant le 1^{er} mars 1999, ces articles n'auraient pas été admissibles au service de la Médiaposte avec adresse. Si chacun des représentants avait signé ses propres lettres, alors tous les articles de l'envoi n'auraient pas été identiques et, par conséquent, l'envoi n'aurait pas été admissible au service de la Médiaposte avec adresse.

Comme dorénavant le message des articles d'un envoi de la Médiaposte avec adresse doit être uniforme – et non identique –, voilà une excellente occasion de regrouper en un envoi de la Médiaposte avec adresse des articles qui, auparavant, auraient dû être expédiés séparément, comme c'est le cas des lettres personnalisées des représentants d'Auto Plus.



Exemple d'un message uniforme :

N°2 *Un même annonceur ou propriétaire fait la promotion de plusieurs produits ou services à un client :*



L'école de plongée *À l'eau* veut accroître de 15 % les inscriptions à ses cours et, à cette fin, elle expédiera un envoi d'articles promotionnels. Les étudiants qui ont franchi le niveau 1 recevront de l'information concernant le cours de niveau 2 et les voyages propres à ce cours.

Les étudiants qui ont réussi le niveau 2 recevront de l'information concernant le cours de niveau avancé et les voyages pertinents.

Les personnes qui se sont arrêtées au stand de l'école de plongée *À l'eau* lors d'une exposition nautique recevront une lettre d'information décrivant les cours et les services de l'école.

Le client n° 1 reçoit une lettre présentant le cours de niveau 2 et les voyages propres à ce cours.

Le client n° 2 reçoit une lettre présentant le cours de niveau avancé et les voyages pertinents.

Le client n° 3 reçoit une lettre d'information de l'école de plongée *À l'eau* présentant les cours proposés.

Dans cet exemple, le message uniforme, c'est la promotion de l'école de plongée *À l'eau*. Afin de susciter un meilleur taux de réponse, l'annonceur a varié l'offre faite au client en se fondant tantôt sur l'expérience du client, tantôt sur l'intérêt manifesté par les clients.

N°3 *Un même annonceur ou propriétaire fait la promotion de plusieurs produits ou services à un client :*

La boutique *Sports Atout* utilise plusieurs listes d'expédition. Par exemple, elle a fait l'acquisition de celles de l'école de plongée *À l'eau* et du club de tennis et de golf *Les balles*. La boutique expédiera des lettres personnalisées aux personnes figurant sur ces listes pour les informer de la tenue de leur super solde annuel d'entrepôt.

Le client n° 1 reçoit un article faisant la promotion du solde d'entrepôt et présentant de l'information concernant l'équipement de plongée.

Le client n° 2 reçoit un article faisant la promotion du solde d'entrepôt et présentant de l'information sur l'équipement de tennis.

Le client n° 3 reçoit un article faisant la promotion du solde d'entrepôt et présentant de l'information sur l'équipement de baseball.

Le client n° 4 reçoit un article faisant la promotion du solde d'entrepôt et présentant de l'information sur l'équipement de golf.

Dans cet exemple, le message uniforme est la promotion du solde d'entrepôt. Vous aurez remarqué que l'annonceur a personnalisé les articles afin d'accroître la probabilité que les clients se présentent au solde d'entrepôt.

Exemple d'un message uniforme :

N° 4

Un groupe d'annonceurs peut faire la promotion de plusieurs produits ou services, à partir d'un même thème, dans la mesure où chacune des enveloppes renferment des documents ou messages publicitaires provenant d'au moins deux des membres du groupe d'annonceurs :

Chaque automne, plusieurs concessionnaires de la région métropolitaine de Montréal commanditent un « rodéo automobile » où les clients peuvent faire l'essai d'automobiles, admirer les nouveaux modèles et en apprendre davantage sur la technologie de demain.

Ces concessionnaires automobiles expédient une invitation dans laquelle ils invitent, collectivement, tous leurs clients et tous ceux qui ont participé au rodéo les années précédentes.

L'invitation :

- ❖ arbore le logo de tous les commanditaires,
- ❖ porte des messages des divers commanditaires priant les destinataires de s'arrêter à leur stand pendant le rodéo.

Dans cet exemple, plusieurs concessionnaires automobiles (un groupe d'annonceurs) font conjointement la promotion de leurs produits respectifs et utilisent, à cette fin, un thème commun – le rodéo automobile.

Pour inciter encore davantage les gens à assister au rodéo...

Les annonceurs peuvent ajouter à leur envoi des dépliants adaptés aux achats effectués dans le passé par leurs clients. Par exemple, les propriétaires d'une voiture sport pourraient recevoir une invitation et un document décrivant toutes les activités spéciales commanditées par les concessionnaires de voitures sport. Il pourrait en être de même pour les clients propriétaires d'un véhicule tout terrain : une invitation assortie d'une description de toutes les activités commanditées par les concessionnaires de véhicules tout terrain.



1.3 Les adresses de retour acceptables

Oui, la définition de la Médiaposte avec adresse a été modifiée ... mais non les règles concernant les adresses de retour acceptables. Comme vous pouvez dorénavant personnaliser les articles de vos envois de la Médiaposte avec adresse, peut-être vous interrogez-vous quant à l'adresse de retour à inscrire sur l'enveloppe.

Les adresses de retour inscrites sur les articles composant un envoi de la Médiaposte avec adresse peuvent varier, pourvu que l'adresse municipale (ou l'équivalent) soit la même *ou* que le nom de la personne ou de l'entreprise figurant dans l'adresse de retour soit le même. Consultez les exemples présentés ci-dessous pour en savoir davantage.

Exemple n° 1 – Les agents de RÉÉR des diverses succursales de la Banque Vista comptent expédier à leurs clients du matériel faisant la promotion des RÉÉR, matériel qui portera leur signature. Dans ce cas, l'adresse de retour inscrite sur les enveloppes portera la même raison sociale, mais l'adresse de retour différera selon la succursale en cause. Par exemple :

BANQUE VISTA
121, rue Principale
MONTREAL QC CODE POSTAL

BANQUE VISTA
246, rue ELGIN
OTTAWA ON CODE POSTAL

BANQUE VISTA
732, rue Dubois
CHICOUTIMI QC CODE POSTAL

Exemple n° 2 – Les médecins du Centre d'ophtalmologie de Magog entendent expédier des documents d'information portant sur la chirurgie au laser des yeux. Chaque médecin signera ses documents promotionnels. Dans ce cas, l'adresse de retour inscrite sur chacune des enveloppes sera la même, seul le nom du docteur variera.

DR J. LARRIVIÈRE
CENTRE D'OPHTALMOLOGIE DE MAGOG
53, RUE LEDUC
MAGOG QC CODE POSTAL
DR T. GAUDREAU

CENTRE D'OPHTALMOLOGIE DE MAGOG
53, RUE LEDUC
MAGOG QC CODE POSTAL
DR R. PHANEUF

CENTRE D'OPHTALMOLOGIE DE MAGOG
53, RUE LEDUC
MAGOG QC CODE POSTAL

Rappel

❖ Le contenu de tous les articles composant l'envoi doit être uniforme, avoir la même fin ou viser le même but.

❖ Les enveloppes doivent être de longueur et de largeur identiques; cependant, l'épaisseur, le poids et la couleur de l'extérieur de l'enveloppe peuvent varier.

❖ Il faut consulter le *Guide des postes du Canada*, où sont présentées en détail les exigences propres à la Médiaposte avec adresse.



1.4 La personnalisation

En plus d'avoir la possibilité de créer des messages uniformes, vous pouvez aussi les personnaliser.

La Médiaposte avec adresse vous permet de bien cibler votre envoi afin qu'il rejoigne les clients les plus susceptibles de donner suite à votre proposition. Et en ciblant vos clients les plus prometteurs, vous n'aurez pas sans cesse à en recruter de nouveaux. N'oubliez pas qu'il en coûte plus cher de recruter de nouveaux clients que de conserver ceux que vous avez déjà.

Une fois que vous aurez bien ciblé vos clients, vous pourrez personnaliser vos articles de la Médiaposte avec adresse, adaptant le contenu et la forme du message aux goûts, au profil des achats et aux besoins du destinataire. En personnalisant votre message, vous vous démarquerez de vos concurrents. À mesure que vous apprendrez à mieux connaître les besoins de vos clients, vous pourrez adapter votre message à leurs besoins propres et, ainsi, accroître la probabilité de susciter chez eux une réponse positive.

Quels avantages procure la personnalisation des messages portés dans vos articles de la Médiaposte avec adresse?

En *personnalisant* le message, vous vous assurez d'éveiller l'attention et de susciter l'intérêt de vos clients.

La *personnalisation* vous permet :

- ❖ d'aborder vos clients de façon individuelle,
- ❖ de montrer à vos clients que vous connaissez bien leurs goûts et préférences,
- ❖ de rendre vos communications plus pertinentes aux yeux de vos clients,
- ❖ d'adapter votre proposition aux besoins particuliers de chacun de vos clients.

Lequel de ces deux messages captera l'attention de votre client?

Madame Larose,

L'hiver* frappe à notre porte et la nouvelle huile légère facilite les démarrages peu importe l'intensité du froid. Nous vous proposons l'HUILE SYNTHÉTIQUE 5/30 que vous préférez pour votre Trenton 200 et, en prime, comme toujours, vous aurez droit à une vérification en 15 points. Compte tenu du sel répandu sur les routes dans la région de Montréal, vous pourriez opter, comme vous l'avez fait l'an dernier, pour l'application d'un enduit protecteur.

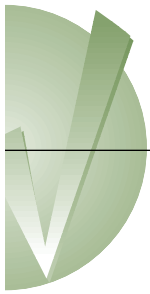
Vous avez parcouru plus de 100 000 milles depuis la dernière vidange de l'huile de la boîte de vitesses de votre véhicule. Sachez que nous offrons un rabais de 15 % à cet égard jusqu'à la fin de décembre. Nous attendons impatiemment votre visite dans les prochaines semaines et, comme toujours, vous aurez droit à un café Cinq étoiles et à votre propre exemplaire de La Presse.

Madame Larose,

L'hiver frappe à notre porte. Encore une fois, nous proposons à nos meilleurs clients une mise au point spéciale en prévision de la saison froide. Si vous faites faire cette mise au point d'ici le 31 décembre, vous aurez droit à une réduction de 15 %.

C'est avec impatience que nous attendons votre visite.

*Les mots soulignés, ce sont les éléments que vous pourriez personnaliser à la lumière des goûts et des préférences de vos clients.



Passons maintenant aux deux autres éléments de la définition de la Médiaposte avec adresse – les rapports présentant des résultats financiers et les sollicitations.

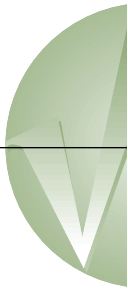
1.5 Les rapports présentant des résultats financiers

Les articles suivants sont admissibles au service de la Médiaposte avec adresse :

- ❖ les rapports présentant des résultats financiers dont le but premier est d'ordre promotionnel, par exemple les rapports annuels, semestriels et trimestriels de fonds communs de placement et d'entreprises, les prospectus, ainsi que les rapports portant sur des fonds réservés distribués par les compagnies d'assurance.

Par exemple...

<i>Description de l'article</i>	<i>À des fins promotionnelles</i>	<i>Message uniforme</i>	<i>Admissible au service de la Médiaposte avec adresse</i>
Un courtier en valeurs mobilières insère un rapport annuel dans son article promotionnel afin de susciter l'achat d'actions d'une entreprise.			Oui
Une entreprise expédie son rapport annuel à ses actionnaires avant la tenue de l'assemblée générale.			Oui
Au rapport annuel est annexée une procuration.			Non



Les procurations ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse, car elles n'ont pas pour but de promouvoir un produit ou un service. Si une organisation doit poster au même moment son rapport annuel et une procuration, elle dispose de trois options :

Option 1 – Une enveloppe renfermant les deux documents – le rapport annuel, posté au tarif de la Médiaposte avec adresse, et la procuration, postée au tarif de la Poste-lettres.



(Normes de service de la Médiaposte avec adresse)

L'affranchissement correspond à la somme :
du tarif de la Médiaposte avec adresse (rapport annuel)
+ le tarif de la Poste-lettres (procuracion)

Valeur totale de l'affranchissement

Option 2 – Une enveloppe renfermant le rapport annuel et la procuration, les deux étant postés au tarif de la Poste-lettres.



= tarif de la Poste-lettres

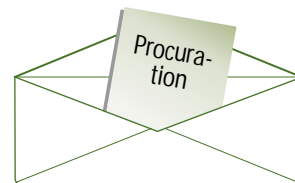
(Normes de service de la Poste-lettres)

Option 3 – Le rapport annuel et la procuration sont postés séparément aux tarifs applicables.



= tarif de la Médiaposte avec adresse

(Normes de service de la Médiaposte avec adresse)

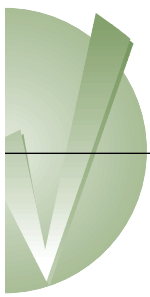


= tarif de la Poste-lettres

(Normes de service de la Poste-lettres)

1.6 Les catalogues

Tous les catalogues – qu'ils soient distribués gratuitement ou vendus – ayant pour but de faire la promotion de produits ou de services sont admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.



1.7 La sollicitation de dons ou de contributions

Les articles ayant pour but de solliciter des dons ou des contributions sont admissibles au service de la Médiaposte avec adresse, car ils sont expédiés dans l'intention d'inciter le destinataire à faire un don ou à verser une contribution.

Par exemple...

Comment établir que le message a pour objet de solliciter des dons ou des contributions?

Vous devez établir le but visé par l'envoi. Si votre but est de demander, de solliciter, de requérir ou de réclamer des dons ou des contributions, alors il s'agit d'un article admissible au service de la Médiaposte avec adresse.

<i>Description de l'article</i>	<i>À des fins promotionnelles</i>	<i>Message uniforme</i>	<i>Admissible au service de la Médiaposte avec adresse</i>
<p>Une invitation à une activité de collecte de fonds. Justification – Le but de l'article est de solliciter un don ou une contribution.</p>	✓	✓	Oui
<p>Une organisation vous invite à faire un don. Justification – Le but de l'article est de solliciter un don ou une contribution.</p>	✓	✓	Oui
<p>Une organisation de bienfaisance vous expédie un reçu d'impôt accompagné d'information additionnelle vous incitant à appuyer l'organisation. Justification – Le but premier de l'envoi est de faire parvenir un reçu d'impôt. L'ajout d'un document publicitaire ne change en rien le but de l'envoi et il n'est donc pas admissible au service de la Médiaposte avec adresse.</p>			Non
<p>Un émetteur de carte de crédit vous expédie un relevé de transactions ou une facture et y joint un avis sollicitant un don pour une organisation de bienfaisance. Justification – Le but premier de l'envoi est d'informer le client de ses achats effectués avec sa carte de crédit et du montant qu'il doit. L'ajout d'un document publicitaire ou d'une sollicitation de dons ne change en rien le but de l'envoi, et il n'est donc pas admissible au service de la Médiaposte avec adresse.</p>			Non



1.8 Les bulletins

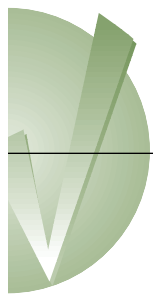
Les bulletins promotionnels sont admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

Quels bulletins ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse?

- ❖ Les bulletins dont l'expédition découle de l'exécution d'un abonnement payé. Le destinataire reçoit un produit ou un service qu'il a déjà payé.
- ❖ Les bulletins non promotionnels, ceux qui sont produits dans le but de communiquer des nouvelles, de présenter des articles d'opinion et des articles de fond (que ces bulletins portent ou non des annonces publicitaires).

Par exemple...

<i>Description de l'article</i>	<i>Promotionnel (admissible au service de la Médiaposte avec adresse)</i>	<i>Non-promotionnel</i>
Un courtier en immobilier expédie chaque mois un bulletin à ses clients, bulletin faisant le point sur le marché immobilier et dressant la liste des propriétés vendues ou inscrites. On trouve, à la dernière page du bulletin, la liste des noms et des numéros de téléphone des membres de l'équipe du courtier à l'intention des lecteurs qui souhaiteraient obtenir davantage d'information.		
Quelque 2 000 membres d'une association régionale de pharmaciens reçoivent, trois fois l'an, le bulletin de leur association. Le bulletin présente de l'information sur de nouveaux médicaments et des résumés d'articles publiés dans des revues médicales. Justification – L'objet du bulletin est de communiquer aux membres de l'information sur des sujets d'intérêt.		
Un courtier en placements expédie un bulletin présentant des articles d'intérêt concernant les services proposés par son cabinet. À la fin de chacun des articles, on trouve la mention : « Pour obtenir davantage de renseignements, veuillez composer, sans frais, le 1 800 555-1212 ».		
Afin de promouvoir l'un de ses programmes de financement d'activités écologiques, un ministère gouvernemental expédie des bulletins décrivant les projets menés dans le passé dans le cadre de ce programme, expliquant comment présenter une demande de financement, et faisant valoir les raisons pour lesquelles il s'agit d'un programme important.		



<i>Description de l'article</i>	<i>Promotionnel (admissible au service de la Médiaposte avec adresse)</i>	<i>Non- promotionnel</i>
<p>Le bulletin des anciens d'une université présente des articles décrivant des projets courants et futurs, des nouvelles générales d'intérêt pour les anciens, le profil d'anciens qui ont réussi et, dans chaque numéro, un article de fond sur l'un des départements de l'université.</p> <p>Justification – Le but du bulletin est de communiquer de l'information et de présenter des articles d'opinion.</p>		
<p>Le bulletin des anciens d'une université fait valoir l'importance pour les anciens de verser des contributions, explique à quelles fins est utilisé le produit des activités de collecte de fonds, décrit les nombreuses façons que les anciens peuvent emprunter pour verser des contributions à l'université et demande aux lecteurs de continuer à soutenir financièrement l'université. Le bulletin a avant tout pour but de sensibiliser davantage les anciens à l'importance du programme de collecte de fonds et à les inciter à verser des dons.</p>		
<p>Le bulletin d'un député provincial a pour objet d'informer ses commettants sur les activités auxquelles il a participé en leur nom, de les inciter à lui communiquer leurs problèmes ou préoccupations ou encore des demandes de renseignements concernant les services gouvernementaux.</p>		
<p>Un client s'abonne, moyennant des frais, à un bulletin financier présentant des conseils concernant le marché boursier.</p> <p>Justification – Il s'agit d'un abonnement payé.</p>		

Mais si ...

Voici une question que nous ont posé de nombreux groupes : « Notre bulletin est considéré comme étant un bulletin non promotionnel. Si on y ajoutait des annonces sollicitant des dons ou des contributions, serait-il alors considéré comme un bulletin promotionnel? »

La réponse : Non. Si le but premier d'un bulletin est de communiquer de l'information, le fait d'y porter

une annonce sollicitant des dons ne modifiera en rien sa raison d'être.

Rappel – La définition de la Poste-publications a également été modifiée dans le but de rendre admissible à ce service des bulletins qui ne l'étaient pas auparavant. Il pourrait donc s'avérer avantageux que vous examiniez la possibilité d'expédier votre bulletin en ayant recours au service de la Poste-publications.



Section II

Quels articles ne sont pas admissibles à la Médiaposte avec adresse^{MC} ?

Dans les pages précédentes, vous avez pris connaissance des critères d'admissibilité au service de la Médiaposte avec adresse, de même que des éléments de la nouvelle définition de la Médiaposte avec adresse. Voici maintenant les raisons pour lesquelles certains articles ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

2.1 L'exécution d'une commande

Une fois que le client a acheté, loué, demandé, etc. le produit ou le service que vous lui avez proposé, prend alors fin la relation « publicitaire ». Les articles qui sont expédiés à des clients dans le but d'exécuter une commande de produits ou de services ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

L'exception – Les catalogues promotionnels, payés ou gratuits, constituent la seule exception à la règle de l'exécution d'une commande.




Voici un exemple comparant l'expédition d'un article de la Médiaposte avec adresse à l'exécution d'une commande.

La compagnie *Fourni Plus* s'apprête à lancer une campagne de publicité. Dans son premier article publicitaire, on trouvera l'information suivante :

- ❖ un document de nature promotionnelle présentant la compagnie,
- ❖ un petit catalogue où sont décrits les articles en solde,
- ❖ une carte-réponse d'affaires (CRA) présentant de l'information additionnelle au sujet d'autres produits vendus par *Fourni Plus*,
- ❖ une CRA proposant au destinataire de commander, moyennant des frais de 3 \$, le catalogue régulier de *Fourni Plus* où sont présentés tous les produits qu'il peut se procurer auprès de l'entreprise.

Lorsque les clients commenceront à donner suite à l'article promotionnel, *Fourni Plus* leur expédiera un certain nombre d'articles, certains afin d'exécuter des commandes, d'autres – de nature promotionnelle – qui seront admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.



<i>Quels articles Fourni Plus peut-elle expédier au moyen du service de la Médiaposte avec adresse?</i>	<i>Commande (inadmissible au service de la Médiaposte avec adresse)</i>	<i>Admissible au service de la Médiaposte avec adresse</i>
<p>1. Est-ce que certains des articles que les clients achètent, louent, etc. à partir du catalogue des articles en solde peuvent être expédiés au moyen du service de la Médiaposte avec adresse? Justification – Non. Les articles sont expédiés afin d'exécuter une commande. La relation « publicitaire » entre le client et <i>Fourni Plus</i> a pris fin lorsque le client a commandé un produit annoncé dans le catalogue.</p>		
<p>2. Est-ce que le catalogue régulier de <i>Fourni Plus</i>, qui se vend 3 \$, peut être expédié au moyen du service de la Médiaposte avec adresse? Justification – Oui. Les catalogues promotionnels, vendus ou gratuits, constituent la seule exception à la règle de l'exécution des commandes. Ce catalogue fait la promotion des produits et des services de <i>Fourni Plus</i>.</p>		
<p>3. Est-ce qu'une trousse promotionnelle de <i>Fourni Plus</i> commandée par un client peut être expédiée au moyen du service de la Médiaposte avec adresse? Justification – Oui. <i>Fourni Plus</i> poursuit sa relation « publicitaire » avec son client. Il ne s'agit pas de l'exécution d'une commande.</p>		

Que faut-il retenir de ces exemples?

- ❖ Que l'expédition de catalogues, vendus ou gratuits, à des clients ne constitue pas l'exécution d'une commande.
- ❖ Lorsque *Fourni Plus* expédie une trousse promotionnelle en réponse à une demande d'un client, la compagnie ne fait que poursuivre sa relation « publicitaire » avec lui, elle n'exécute pas une commande de produits ou de services.




Bref :

- ❖ lorsqu'un client demande de l'information additionnelle en réaction à une annonce antérieure, il ne s'agit pas de l'exécution d'une commande,
- ❖ lorsqu'un client achète, loue, demande, etc. un produit en réaction à une annonce concernant ce produit, il s'agit alors de l'exécution d'une commande et l'envoi n'est pas admissible au service de la Médiaposte avec adresse.

À la page suivante, vous trouverez d'autres exemples de situations où l'on fait la différence entre un article promotionnel et l'exécution d'une commande.



Exemples d'exécution d'une commande :

<i>Description de l'article</i>	<i>Exécution d'une commande (inadmissible au service de la Médiaposte avec adresse)</i>	<i>Admissible au service de la Médiaposte avec adresse</i>
<p>Johanne a adhéré à un club de disques compacts (CD) et a acheté trois disques. Les CD peuvent-ils être expédiés en tant qu'articles de la Médiaposte avec adresse?</p> <p>Justification – Non. Johanne a acheté les disques compacts et ils lui sont expédiés pour exécuter la commande qu'elle a passée.</p>		
<p>Jean communique avec une compagnie aérienne afin d'adhérer à leur club des grands voyageurs. La compagnie aérienne fait parvenir à Jean une « trousse de bienvenue » : un cahier d'information présentant les modalités du programme, de l'information sur les avantages consentis aux membres, des certificats de surclassement et une carte de membre. Est-ce que cet envoi est admissible au service de la Médiaposte avec adresse?</p> <p>Justification – Non. Jean a mis un terme à la relation « publicitaire » en demandant à adhérer au club.</p>		
<p>Chantal, par l'entremise d'un numéro sans frais, demande qu'on lui fasse parvenir une trousse touristique faisant la promotion de l'Île-du-Prince-Édouard en tant que destination vacances. Est-ce que cette trousse peut lui être expédiée en tant qu'article de la Médiaposte avec adresse?</p> <p>Justification – Oui. Chantal n'a pas fait l'achat du produit ultime dont on fait la promotion – des vacances à l'Île-du-Prince-Édouard. Elle reçoit tout simplement un document publicitaire.</p>		
<p>Andrée-Anne remplit une CRA demandant à un fournisseur de services Internet de lui faire parvenir un logiciel lui consentant 20 heures gratuites d'accès à Internet. Ce logiciel peut-il lui être expédié en tant qu'article de la Médiaposte sans adresse?</p> <p>Justification – Oui. Il s'agit d'un échantillon.</p>		
<p>Joanne s'est abonnée à un service Internet et l'entreprise lui a expédié un logiciel. L'entreprise peut-elle lui expédier le logiciel en empruntant le service de la Médiaposte sans adresse?</p> <p>Justification – Non. Joanne a acheté le produit et, de ce fait, a mis fin à la relation « publicitaire ».</p>		



2.2 Les envois mixtes

Les envois mixtes de Médiaposte avec adresse n'ont jamais été autorisés et ils ne le sont pas davantage dorénavant.

Qu'est-ce qu'un envoi mixte?

Il y a *envoi mixte* lorsque plusieurs articles distincts et différents sont regroupés pour satisfaire aux exigences minimales de dépôt – 1 000 articles – ou aux exigences de densité ouvrant droit à un rabais.

Par exemple...

Une agence de publicité directe ramasse les articles de trois entreprises et les regroupe en un envoi pour respecter l'exigence minimale de dépôt de 1 000 articles.

<i>Le Groupe de démolition Bouchard</i>	<i>Les Produits Gagnon</i>	<i>L'Animalthèque</i>
<ul style="list-style-type: none">❖ Envoi de 350 articles❖ L'entreprise utilise une enveloppe arborant ses couleurs et sa propre adresse de retour.❖ L'article invite les gens à assister à un nouveau cours de formation de pilotes de courses de carambolage.	<ul style="list-style-type: none">❖ Envoi de 350 articles❖ L'entreprise utilise une enveloppe arborant ses couleurs et sa propre adresse de retour.❖ L'article décrit un nouveau livre de recettes de barres granola à faible teneur en gras confectionnées exclusivement de produits naturels.	<ul style="list-style-type: none">❖ Envoi de 350 articles❖ L'entreprise utilise une enveloppe arborant ses couleurs et sa propre adresse de retour.❖ L'article décrit un nouveau service de soins animaliers à domicile à l'intention des propriétaires dont les animaux ont besoin de soins vétérinaires.

Pourquoi s'agit-il d'un envoi mixte?

Les articles de chacune des entreprises sont distincts et différents de ceux des deux autres entreprises; ils n'ont aucun élément en commun. Par exemple, l'adresse de retour n'est pas la même et il n'y a aucune mention des autres entreprises dans les articles de chacune des entreprises. Par conséquent, ces articles ne satisfont pas aux critères du message uniforme.



2.3 Les relevés d'opérations et les factures

Les relevés d'opérations et les factures ne sont ni des documents publicitaires ni des documents promotionnels. On y trouve plutôt des renseignements concernant des opérations financières ou autres effectuées par un client, ou encore le relevé des achats d'un client.

Les relevés d'opérations, par exemple les relevés de programme, les factures et les états de compte ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

Mais si...

Une compagnie aérienne expédie chaque mois un relevé d'opérations à ses membres dans une enveloppe qui peut aussi renfermer des documents promotionnels concernant des hôtels, des services de location d'automobiles, de même que de l'information concernant des vols permettant aux clients d'accumuler des points additionnels.

La réponse...

Cet article n'est pas admissible au service de la Médiaposte avec adresse, car :

- ❖ le but premier visé est de communiquer au client un relevé mensuel de ses opérations;
- ❖ l'ajout d'articles promotionnels ou de documents en vue de solliciter des dons dans une enveloppe contenant un relevé d'opérations ou une facture ne rend pas l'article admissible au service de la Médiaposte avec adresse.

2.4 Les imprimés non promotionnels identiques

Comme dorénavant tous les articles doivent être d'ordre promotionnel – c'est-à-dire qu'ils doivent inciter le destinataire à faire l'achat d'un produit ou d'un service ou solliciter une contribution ou un appui au profit d'une cause, les imprimés non promotionnels identiques ne sont plus admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

Voici quelques exemples d'imprimés non promotionnels identiques qui, en raison des modifications apportées à la définition, ne sont plus admissibles au service de la Médiaposte avec adresse :

- ❖ les manuels de référence;
- ❖ les mises à jour de manuels destinés à des professionnels;
- ❖ les avis de changement de prix;
- ❖ les formules d'impôt;
- ❖ les annonces non promotionnelles, par exemple une lettre annonçant la nomination de nouveaux membres à un conseil d'administration.



2.5 Les études de marché et les sondages d'opinion

Comme les articles transmis par la poste dans le but de procéder à une étude de marché ou à un sondage d'opinion n'ont pas pour objet d'inciter le destinataire à faire l'achat d'un produit ou d'un service, ils ne sont pas, de ce fait, admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

Par exemple...

<i>Est-ce que cet article est admissible au service de la Médiaposte avec adresse?</i>	<i>Oui</i>	<i>Non</i>
<p>Une banque fait la promotion d'une carte de crédit. Dans le cadre de cette promotion, on demande aux clients de répondre aux questions figurant sur la demande d'adhésion.</p> <p>Justification – Il s'agit d'un article admissible au service de la Médiaposte avec adresse car il concerne le service faisant l'objet de la promotion.</p>		
<p>Pierre reçoit un questionnaire de sondage visant à établir la satisfaction des employés.</p> <p>Justification – Cet article n'est pas admissible au service de la Médiaposte avec adresse car son but premier est de compiler de l'information concernant le taux de satisfaction des employés. Un sondage d'opinion n'a pas pour but de promouvoir un produit ou un service.</p>		
<p>Vous recevez un document publicitaire faisant la promotion des services d'une agence de voyages. On vous demande de prendre connaissance d'une liste de pays et de cocher la case en regard de ceux dont vous aimeriez recevoir une brochure.</p> <p>Justification – Il s'agit d'un document promotionnel. L'agence de voyages fait la promotion de ses services.</p>		
<p>Un cabinet de marketing expédie 5 000 lettres en vue de recruter des membres pour des groupes de recherche. Dans le cadre de cette promotion, le cabinet pose aux membres pressentis des questions en vue de compiler des données démographiques et géographiques. Si le destinataire accepte de se joindre à l'un des groupes et de répondre aux questions, il pourra participer au tirage de nombreux prix.</p> <p>Justification – Les articles visant à promouvoir le recrutement de membres pour des groupes de recherche sont admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.</p>		
<p>Le même cabinet de marketing a constitué ses groupes de recherche et est maintenant prêt à expédier aux membres des questionnaires de sondage.</p> <p>Justification – Cet envoi n'est pas admissible au service de la Médiaposte avec adresse car il a pour objet de recueillir de l'information et non de faire la promotion d'un produit ou d'un service.</p>		

Mais si ...

Un annonceur, dans un article promotionnel, pose des questions. S'agit-il d'un envoi admissible au service de la Médiaposte avec adresse?

La réponse...

Oui. Les articles transmis dans le but d'inciter le destinataire à faire l'achat d'un produit ou d'un service, ou de solliciter une contribution ou un appui au profit d'une cause, et qui portent des questions directement liées au message publicitaire sont admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.



2.6 Les avis de rappel

Les avis de rappel ont pour objet de communiquer de l'information et non d'inciter le destinataire à faire l'acquisition d'un produit ou d'un service. Par conséquent, ils ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

Par exemple...

Un fabricant de jouets expédie un avis de rappel aux détaillants leur indiquant qu'un jouet donné doit être retiré du marché car il présente des risques possibles pour la santé.

Justification – Les avis de rappel ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse. Cet avis communique de l'information aux consommateurs concernant un jouet défectueux; il n'est pas d'ordre promotionnel.

2.7 Les avis de renouvellement

Les avis de renouvellement ne sont pas admissibles au service de la Médiaposte avec adresse. À cet égard, la règle qui s'appliquait avant le 1^{er} mars 1999 s'applique toujours.

Exception – Les envois de la Poste-publications constituent la seule exception à cette règle. Les avis de renouvellement de la Poste-publications sont admissibles au service de la Médiaposte avec adresse.

Et maintenant...

Conservez cette brochure et consultez-la pour obtenir des réponses à vos questions ou à celles de vos collègues au sujet de la Médiaposte avec adresse. À la page suivante, vous trouverez, à titre indicatif, un tableau récapitulatif des changements apportés le 1^{er} mars 1999. Vous y trouverez aussi des renseignements généraux concernant les articles qui, en vertu de la nouvelle définition, sont admissibles ou non au service de la Médiaposte avec adresse. Consultez ce tableau afin de déterminer quand dire « **Oui, c'est de la Médiaposte avec adresse** ».

Si certaines de vos questions au sujet de la Médiaposte avec adresse sont demeurées sans réponse, veuillez communiquer avec votre représentant commercial. Vous pouvez aussi visiter notre site Web : <http://www.postescanada.ca>. C'est avec plaisir que nous répondrons à vos questions.

Si vous avez besoin d'un complément d'information concernant les spécifications de la Médiaposte avec adresse ou les exigences d'adressage, veuillez consulter le *Guide des postes du Canada*.



Tableau récapitulatif – Médiaposte avec adresse

Définition de la Médiaposte avec adresse (depuis le 1^{er} mars 1999)

Articles transmissibles par la poste, portant un message uniforme, et destinés :

- ❖ à promouvoir la vente ou l'utilisation de produits ou de services,
- ❖ à présenter des résultats financiers, principalement à des fins promotionnelles,
- ❖ à solliciter des dons ou des contributions.

*Articles admissibles**

- ❖ Les articles faisant la promotion d'un produit ou d'un service
- ❖ Les bulletins promotionnels : à l'exception des abonnements vendus
- ❖ Les articles ayant pour but de solliciter des dons ou des contributions
- ❖ Les catalogues promotionnels
- ❖ Les rapports annuels
- ❖ Les avis de renouvellement de la Poste-publications

*Articles inadmissibles**

- ❖ L'exécution d'une commande de produits ou de service : à l'exception des catalogues faisant la promotion d'un produit ou d'un service
- ❖ L'exécution d'une demande de carte, p. ex., cartes de crédit, d'adhésion, etc.
- ❖ Le remplacement ou renouvellement de cartes, p. ex., cartes de crédit, d'adhésion, etc.
- ❖ Les avis expédiés aux électeurs
- ❖ Les avis de changement de prix
- ❖ Les reçus
- ❖ Les relevés d'opérations
- ❖ Les procurations
- ❖ Les factures
- ❖ Les envois mixtes
- ❖ La mise à jour de manuels destinés à des professionnels
- ❖ Les avis de rappel
- ❖ Les avis de renouvellement : à l'exception des avis de renouvellement de la Poste-publications
- ❖ Les études de marché et les sondages d'opinion
- ❖ Les cartes d'identité émises par les gouvernements
- ❖ Les cartes de renseignements médicaux
- ❖ Les formules d'impôt

*Il ne s'agit pas de listes exhaustives.

Acheminement des messages

Du courrier ordinaire au courrier électronique, Postes Canada vous propose toute une gamme de produits et services pour vous aider à acheminer votre message. Que votre destinataire se trouve dans la même ville que vous, à l'autre bout du pays ou à l'étranger, notre vaste réseau de distribution vous permet de le joindre de la façon la plus fiable et la plus pratique.

- Poste-lettres^{MC}
- *Priorité*^{MC}
- Xpresspost^{MC}
- *Priorité*^{MC} Mondial
- Xpresspost É-U.^{MC}

Publicité par la poste

Postes Canada vous propose un vaste choix de services qui vous permettront de piquer droit sur vos marchés cibles ou d'atteindre tous les foyers de votre province ou même du Canada, sans gaspillage et sans recouplement.

- Médiaposte sans adresse^{MC}
- Médiaposte avec adresse^{MC}
- Promocarte^{MC}
- Marketing direct en ligne
- Médiaposte acquisition^{MC}

Services de distribution

La gamme des services de livraison de colis de Postes Canada vous procure une solution avisée pour chacun de vos besoins d'expédition. Il vous suffit de choisir le service et les options qui conviennent le mieux à vos besoins et à votre budget.

- *Priorité*^{MC}
- Xpresspost^{MC}
- Colis accélérés^{MC}
- Colis standard^{MC}
- *Priorité*^{MC} Mondial
- Colis du régime international^{MC}
- Xpresspost É-U.^{MC}
- Xpresspost - International^{MC}
- Colis accélérés É.-U.^{MC}
- Petit paquet^{MC}

