
FAITES DE LA PUBLICITÉ LÀ OÙ SONT VOS CLIENTS. PUBLIPOSTE – UNE PUBLICITÉ EFFICACE

Offres et prix 2019

LA POSTE 

TABLE DES MATIÈRES

6	Un réseau dense de points de vente
8	Reflet de la population
10	Sondage auprès de la clientèle
14	Remises au guichet
16	Affiches
18	Présentoirs
20	CanalPoste
22	Présentoirs CanalPoste
24	Surfaces de promotion
27	Rabais & Cie
28	Conseil et vente
28	Spécifications techniques / production
28	Livraison de la marchandise





Votre publicité – dans environ 1000 filiales

Utilisez nos filiales comme canal publicitaire polyvalent

Cette documentation tarifaire vous donne un aperçu des possibilités de communication publicitaire dans nos filiales. Présentez votre entreprise à toute la Suisse et faites une publicité adaptée à vos besoins.

Un réseau dense de points de vente

Environ 1000 fois en Suisse

Avec environ 1000 filiales réparties dans toute la Suisse, la Poste dispose d'un réseau de distribution parmi les plus denses du monde. Il y a naturellement de petites et de grandes filiales. Les plus petites filiales du pays desservent chaque jour en moyenne 150 clients et clientes, tandis que ce chiffre est de 1200 pour les grandes filiales.

Ce réseau unique offre non seulement la possibilité de s'adresser à pratiquement toute la Suisse, mais aussi des variantes pour faire de la publicité au niveau local ou régional. Sur la carte, on voit par exemple bien les agglomérations urbaines, tout comme la couverture des régions à dominance rurale.

Groupes de filiales

● Groupe 1 (types A à D)

Très grands points de vente au centre des grandes villes.

En moyenne **1200 clients** par jour.

▲ Groupe 2 (types E à H)

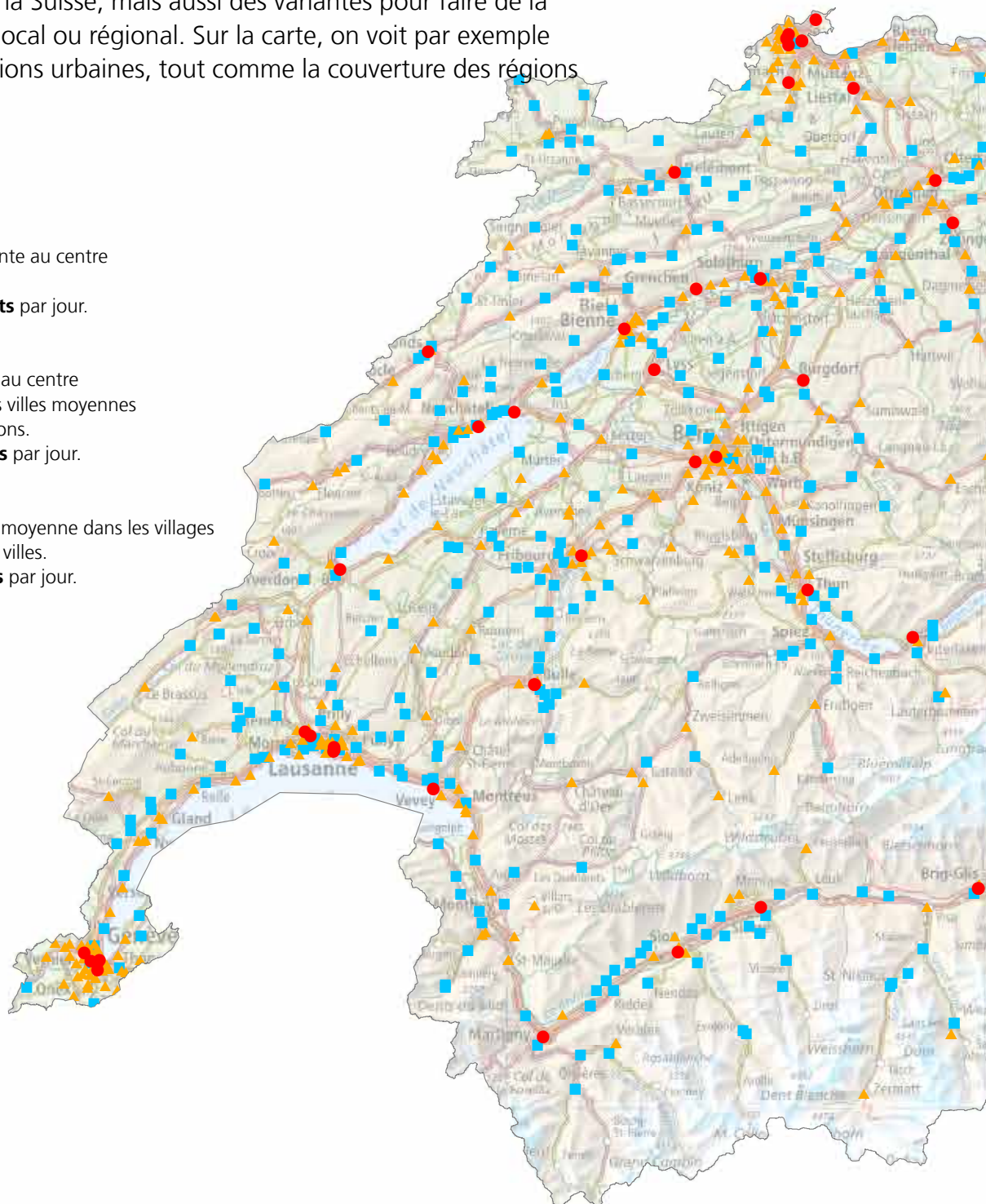
Grands points de vente au centre des grandes villes et des villes moyennes et dans les agglomérations.

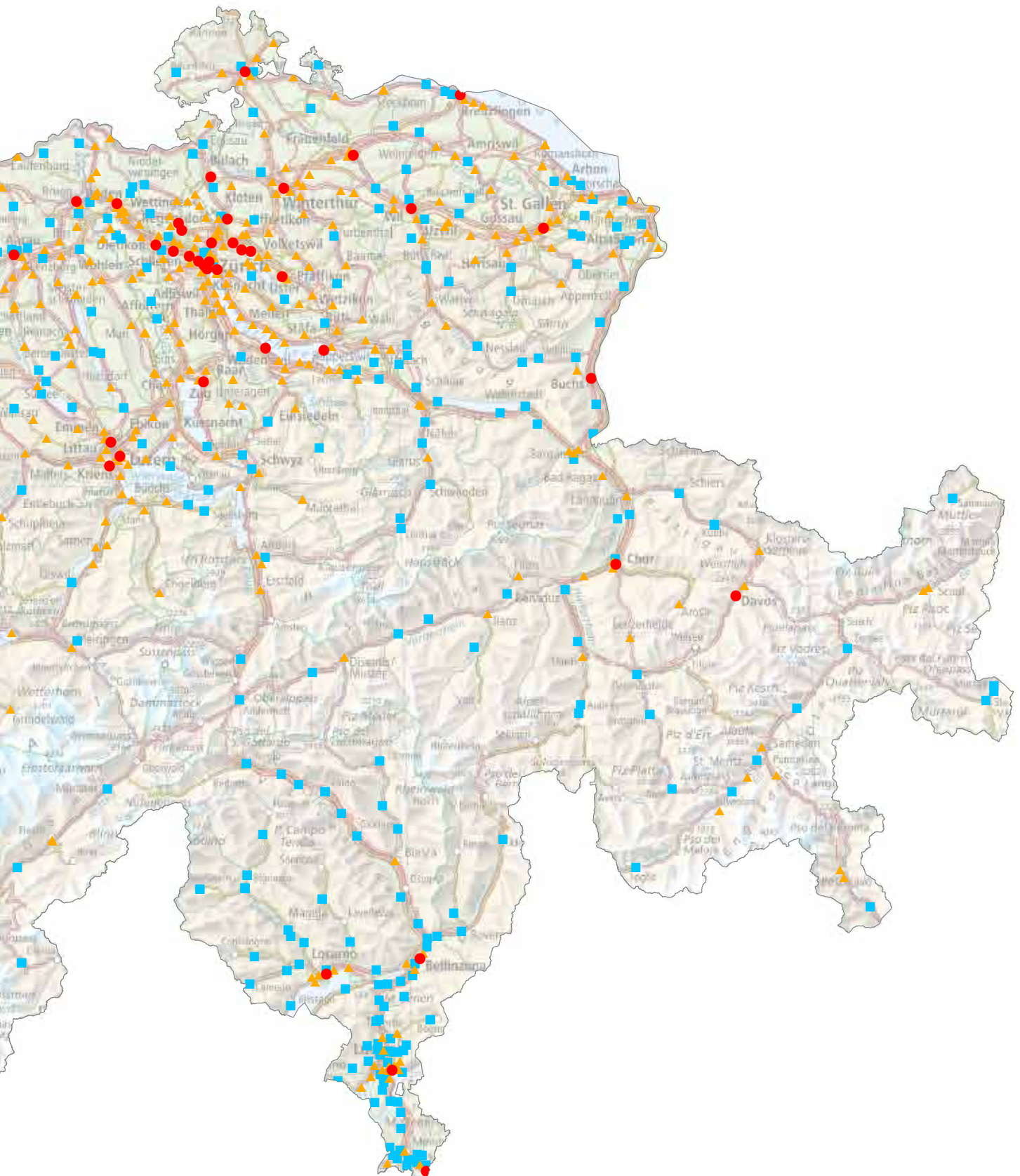
En moyenne **400 clients** par jour.

■ Groupe 3 (types I à N)

Points de vente de taille moyenne dans les villages et dans les quartiers des villes.

En moyenne **150 clients** par jour.



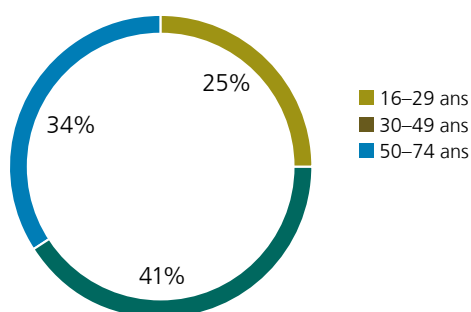


Reflet de la population

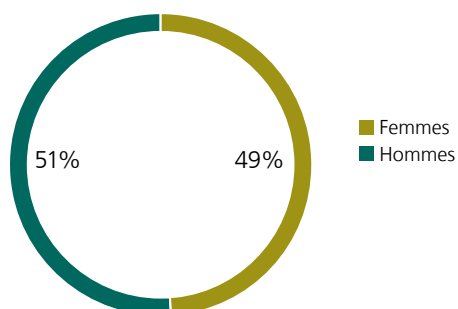
Des chiffres et des faits convaincants

Si vous souhaitez vous adresser à Monsieur et Madame Suisse, tels que nous pourrions les appeler, PubliPoste est exactement ce qu'il vous faut. Les clients des filiales sont un reflet de la population suisse, et ce aussi bien en ce qui concerne leur âge que leur occupation professionnelle, leur statut social ou la grandeur des ménages. Cet état de fait parle clairement en faveur de la publicité dans les filiales, dans la mesure où votre message sera vu par la quasi-totalité de la population suisse, sans oublier les groupes cibles plus jeunes.

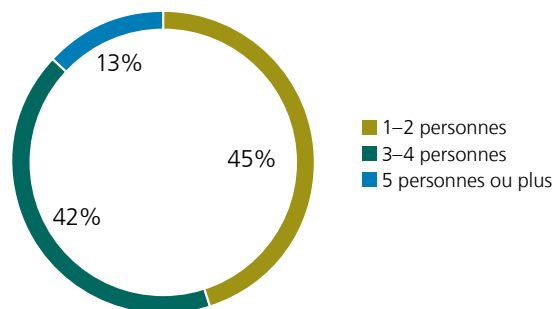
Répartition selon l'âge



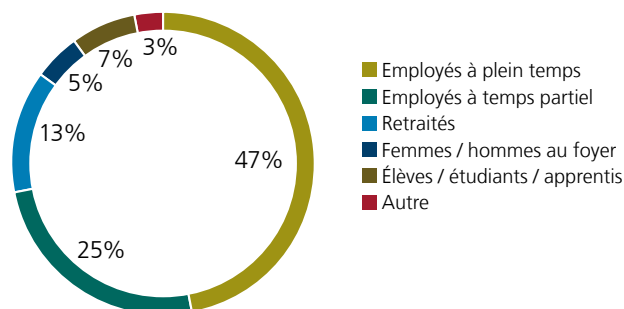
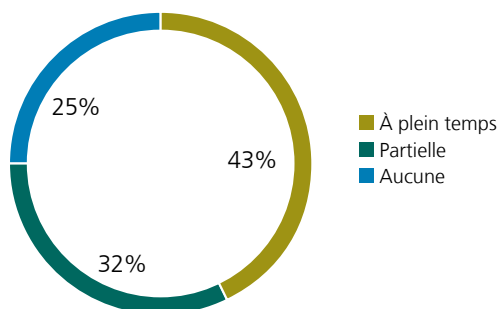
Répartition selon le sexe



Répartition selon la grandeur des ménages



Répartition selon l'activité professionnelle

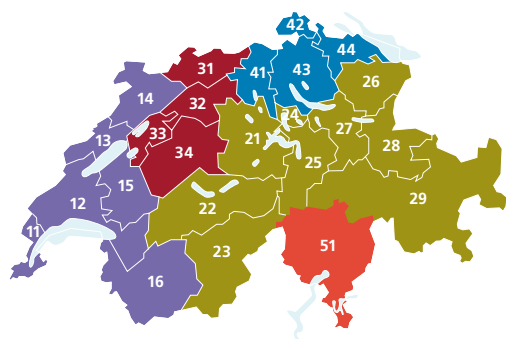


Source

Source: eBus GfK 2018 (n = 1100 pondéré), filtre: pas de collaborateurs de Poste CH SA

Les filiales offrent l'avantage incontestable de pouvoir régionaliser votre publicité selon des critères précis. Une campagne destinée à la Suisse romande exclusivement? Une campagne ciblée sur le Mittelland uniquement? Des filiales sélectionnées dans une région spécifique? À vous de choisir.

Régions économiques



Régions

- 1 Suisse romande
- 2 Alpes et Préalpes
- 3 Mittelland occidental
- 4 Mittelland oriental
- 5 Suisse italienne

Filiales par région linguistique pour campagnes nationales / selon les régions linguistiques

Région linguistique	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Total
Suisse romande	20	138	160	318
Suisse alémanique	52	404	200	656
Suisse italienne	4	27	72	103
Total	76	569	432	1077

Filiales par région économique REMP pour les campagnes régionales

Région économique	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Total
-------------------	----------	----------	----------	-------

1 Suisse romande

11 Genève	5	41	13	59
12 Vaud	6	46	49	101
13 Neuchâtel	3	14	17	34
14 Jura	1	9	31	41
15 Fribourg (fr.)	2	17	23	42
16 Bas-Valais	3	10	26	39
33 Seeland bernois (fr.)	–	1	–	1
34 Mittelland bernois (fr.)	–	–	1	1
Total	20	138	160	318

2 Alpes et Préalpes

21 Lucerne, OW, NW	3	35	14	52
22 Oberland bernois	2	16	16	34
23 Haut-Valais	1	6	12	19
24 Zoug	1	8	–	9
25 Uri, Schwyz	–	8	5	13
26 Saint-Gall, AI, AR	2	30	16	48
27 Glaris, Obersee	1	13	12	26
28 Unterland des Grisons	2	11	13	26
29 Oberland des Grisons (all.)	1	11	12	24
15 Fribourg (all.)	–	1	–	1
Total	13	139	100	252

3 Mittelland occidental

31 Bâle	7	33	9	49
32 Soleure	4	25	22	51
33 Seeland bernois (all.)	2	13	9	24
34 Mittelland bernois (all.)	3	47	18	68
Total	16	118	58	192

4 Mittelland oriental

41 Argovie	3	40	13	56
42 Schaffhouse	1	7	2	10
43 Zurich	17	86	18	121
44 Thurgovie	2	14	9	25
Total	23	147	42	212

5 Suisse italienne

51 Tessin	4	26	70	100
29 Oberland des Grisons (it.)	–	1	2	3
Total	4	27	73	103

État: novembre 2018; les offres et les décomptes sont toujours établis à l'aide de la liste actualisée des filiales.

Une fréquentation élevée de nos filiales

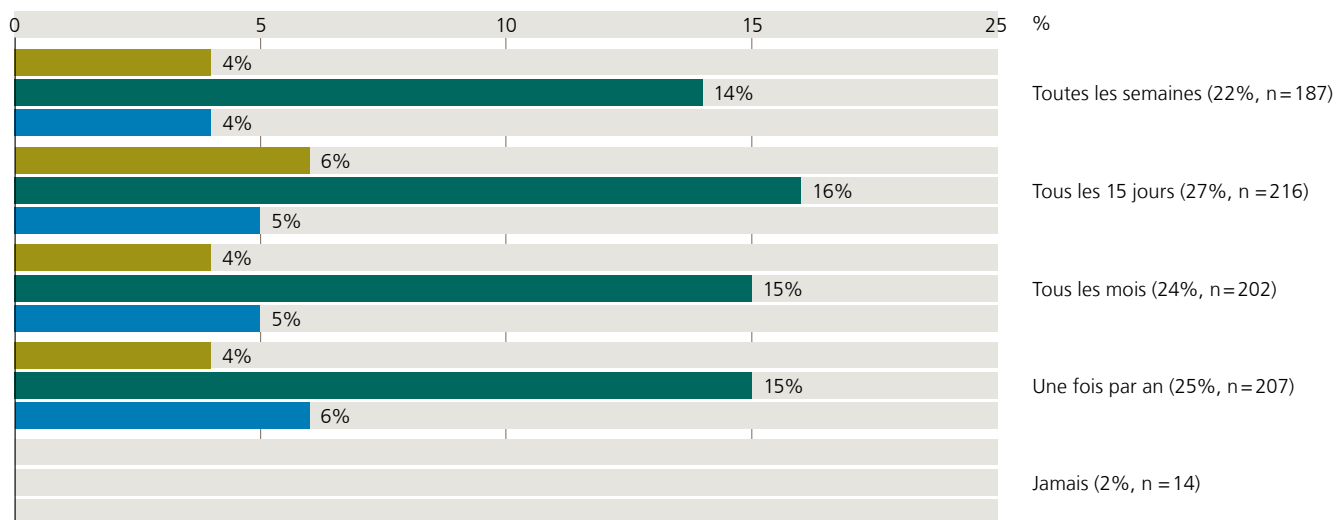
Un grand potentiel de clientes et de clients intéressés

Le potentiel publicitaire dans les filiales est immense, comme le prouve le nombre de visiteurs qui les fréquentent toutes les semaines ou toutes les deux semaines. Les opérations publicitaires menées sur place profitent énormément du nombre constant de clients intéressés et attentifs. Or le succès des actions publicitaires dépend fortement du nombre de personnes qu'elles atteignent. C'est la raison pour laquelle la fréquentation durable des filiales offre un potentiel sans égal, qu'il ne faut pas manquer d'exploiter.



Fréquentation des filiales

«À quelle fréquence allez-vous à la poste?»



Nombre de visiteurs par jour: 450 469 (base de 10/2017 à 09/2018)

- Filiales I à L
- Filiales E à H
- Filiales A à D

Source

Source: eBus GfK 2018 (n = 1100 pondéré), filtre: pas de collaborateurs de Poste CH SA

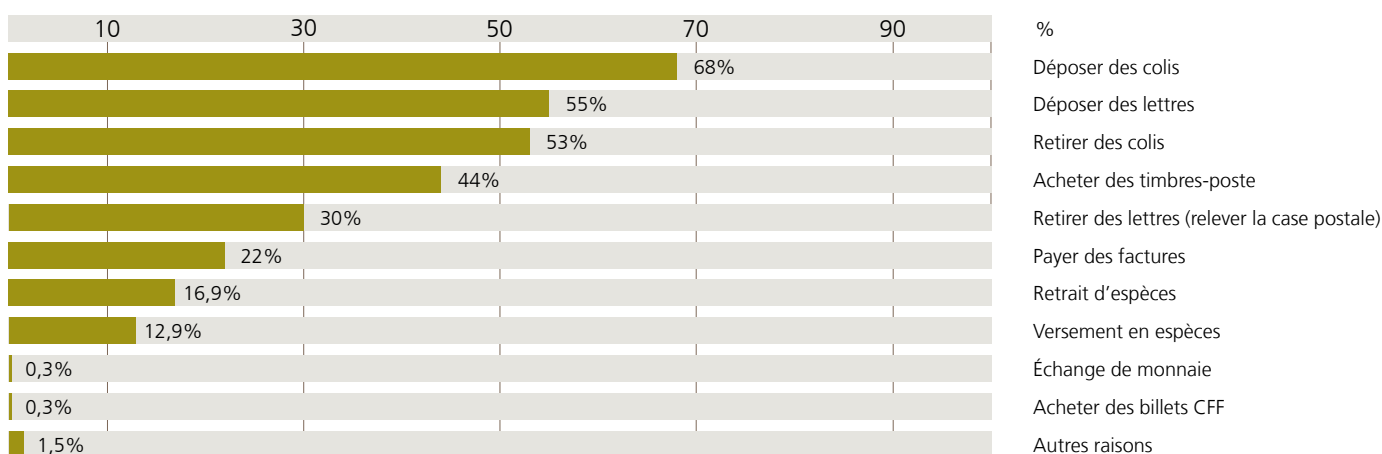
Le service au guichet ne se remplace pas

Pour des lettres, colis et versements, on s'y rend en personne.

Même en ces temps où règnent l'e-mail, les timbres-poste SMS, l'e-banking et les services d'expédition de colis tels que DHL et UPS, les principales motivations des clients à fréquenter les filiales demeurent inchangées: les colis, les lettres et les versements sont toujours parmi les cinq raisons principales qui incitent les clients à se rendre dans une filiale.

Les chiffres parlent en faveur de la publicité dans les filiales

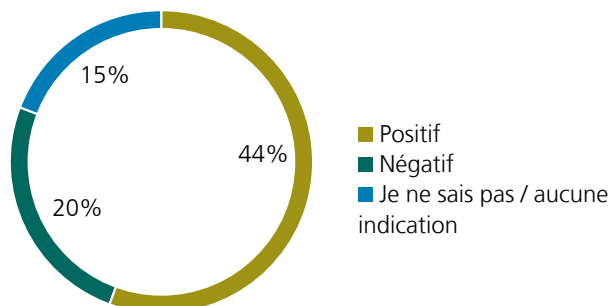
«Quelles sont les raisons de se rendre dans une filiale?»



Source

Source: eBus GfK 2018 (n = 1100 pondéré), filtre: pas de collaborateurs de Poste CH SA

«Quel jugement portez-vous sur la publicité diffusée devant et dans les filiales?»



Source
2016: Telebus; GfK Switzerland AG (n = 1107),
filtre: pas de collaborateurs de Poste CH SA

Résolument ciblé et utilitaire

Dans une enquête, 70% des personnes interrogées ont confirmé qu'une opération publicitaire réalisée avec PubliPoste accroît le succès de l'entreprise. Les remises au guichet ont notamment un grand impact, tant sur l'augmentation de la notoriété que sur l'acquisition de nouveaux clients.

Il n'est cependant pas toujours facile de juger exactement du succès d'une opération. Pour pallier ce problème, il existe par exemple des offres spéciales avec code d'accès, qui permettent d'instaurer une traçabilité précise et, partant, d'évaluer le succès de l'opération publicitaire.

La publicité diffusée dans les filiales permet également de cibler très précisément le public recherché. Elle atteint aussi les personnes qui sont souvent en déplacement, qui ne se trouvent pas toute la journée à la maison ou au bureau, et qui ne se rendent que rarement dans les lieux publics tels que les gares ou les centres commerciaux. L'équipe PubliPoste peut vous conseiller à ce sujet.

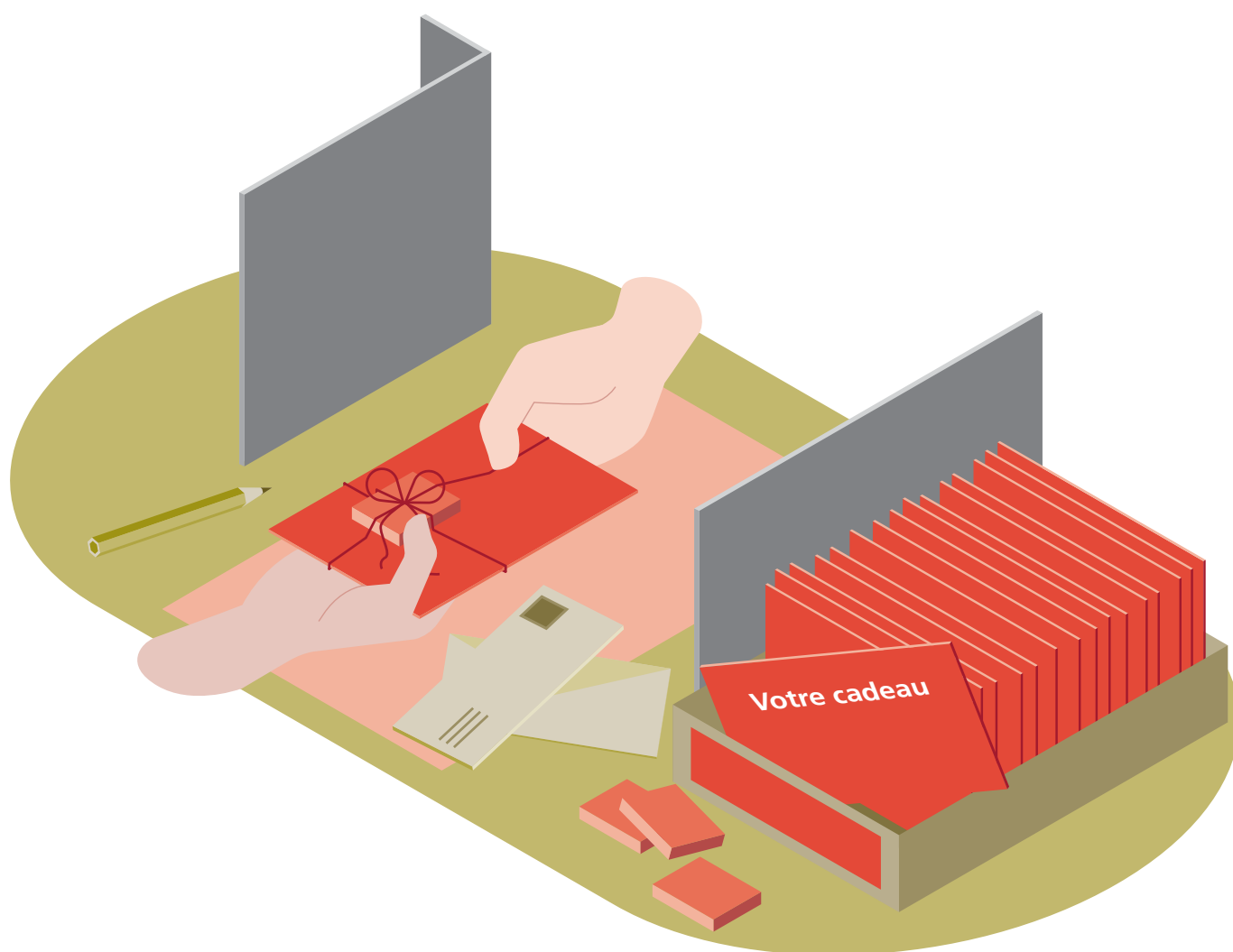


Remises au guichet

La proximité avec la clientèle par excellence

La distribution d'échantillons au guichet est une mesure publicitaire extrêmement efficace et porteuse de succès. Qu'il s'agisse de give-aways surprenants, d'échantillons de boissons désaltérants, de catalogues ou autres – la remise s'effectue en fonction des groupes cibles, personnellement et avec amabilité. L'attention personnalisée au guichet fait toute la différence. Le groupe cible est défini avec précision avant la promotion et affiné suivant les facteurs d'âge, de sexe, etc.

Dans de nombreuses filiales, l'employé(e) du guichet connaît ses clients au moins de vue – ce qui garantit une attention maximale.



Réservation et conditions pour les remises au guichet

- Les prix comprennent l'expédition, le contrôle qualité et un feed-back standard.
- Vous sélectionnez les filiales des groupes 1 à 3 de votre choix.
- Prix en CHF et par pièce, hors TVA
- 10% de supplément lors de la remise de deux échantillons en même temps (p. ex. flyer et bonbons, etc.)
- Conditions: voir page 27

Prix des remises au guichet (en moyenne 200 pièces par filiale)

Quantité à partir de	Prix à l'unité en CHF jusqu'à 250 g	Prix à l'unité en CHF de 251 à 500 g ¹⁾
10 000 pièces (quantité minimale)	79	1.03
20 000 pièces	–.74	–.96
50 000 pièces	–.69	–.89
100 000 pièces	–.59	–.76
150 000 pièces	–.54	–.70
200 000 pièces	–.47	–.61
300 000 pièces	–.39	–.50
400 000 pièces	–.34	–.44
500 000 pièces	–.29	–.37
1 million de pièces ++	–.24	–.31

¹⁾ Remises au guichet à partir de 501 g par pièce et/ou pièce plus volumineuse que la moyenne: prix sur demande

Regardez le nombre d'envois gratuits dans l'encadré ci-dessous.

À partir de 100 000 exemplaires, optez pour un contrat annuel et profitez d'une distribution en plusieurs envois.

10 000 à 100 000 exemplaires: 1 envoi inclus
100 001 à 300 000 exemplaires: 2 envois inclus
300 001 à 1 million d'exemplaires: 3 envois inclus

Tout envoi supplémentaire est facturé en fonction des dépenses engagées.

Affiches

À la poste, votre message est vu et lu



Dans les filiales, les affiches ont un impact particulièrement efficace. En effet, tandis que pratiquement personne ne s'arrête pour regarder une affiche disposée sur la voie publique et encore moins pour en lire le texte, dans les filiales, c'est la règle générale. Les clients et les clientes y ont souvent quelques minutes pour regarder votre affiche en toute quiétude. Presque nulle part ailleurs, vous ne pourrez réserver autant d'attention portée à votre message.

Réservation et conditions pour les affiches nationales

- Couverture minimale: un canton ou une région économique (voir page 9)
Pour les affiches F4: une région linguistique
- Formats des affiches: A4=210 × 297 mm, A3=297 × 420 mm, F4=895 × 1 280 mm (format portrait), y compris bord non visible pour tous les formats, 5 mm par page
- Les prix incluent l'envoi des affiches aux filiales concernées.
- Promotions de moins de CHF 5000.–: CHF 500.– de frais supplémentaires pour charges administratives
- Prix en CHF et par filiale, hors TVA
- Conditions: voir page 27
- Durée de location minimale de deux semaines consécutives (début toujours le lundi)

Prix pour les affiches nationales

	Groupe 1		Groupe 2		Groupe 3	
	Prix de base 2 semaines par filiale	Par semaine supplé- mentaire	Prix de base 2 semaines par filiale	Par semaine supplé- mentaire	Prix de base 2 semaines par filiale	Par semaine supplé- mentaire
Affiches pour points de vente						
Affiches A3*	42.–	21.–	34.–	17.–	24.–	12.–
Affiches F4	80.–	40.–	65.–	32.50	–	–
Affiches pour présentoirs						
Affiches pour présentoirs A4	42.–	21.–	34.–	17.–	–	–
Affiches pour présentoirs A3 en largeur**	47.–	23.50	38.–	19.–	–	–

* Les affiches A3 doivent être livrées pliées au format A4 (supplément de CHF 10.– par filiale dans le cas d'affiches livrées non pliées).

** Les affiches A3 pour distributeurs de tickets doivent être livrées coupées en 2 affiches A4 (supplément de CHF 10.– par filiale dans le cas d'affiches livrées non coupées).

Réservation et conditions pour la remise d'affiches locales

- Réservations directement dans la filiale
- Durée de location minimale de deux semaines consécutives (début toujours le lundi)
- Paiement en espèces, par Postcard ou sur facture (numéro de référence de facturation nécessaire)
- Livraison du matériel publicitaire en quantité suffisante à la filiale au plus tard le vendredi soir avant le début de la promotion
- Seules les affiches en format portrait sont autorisées.

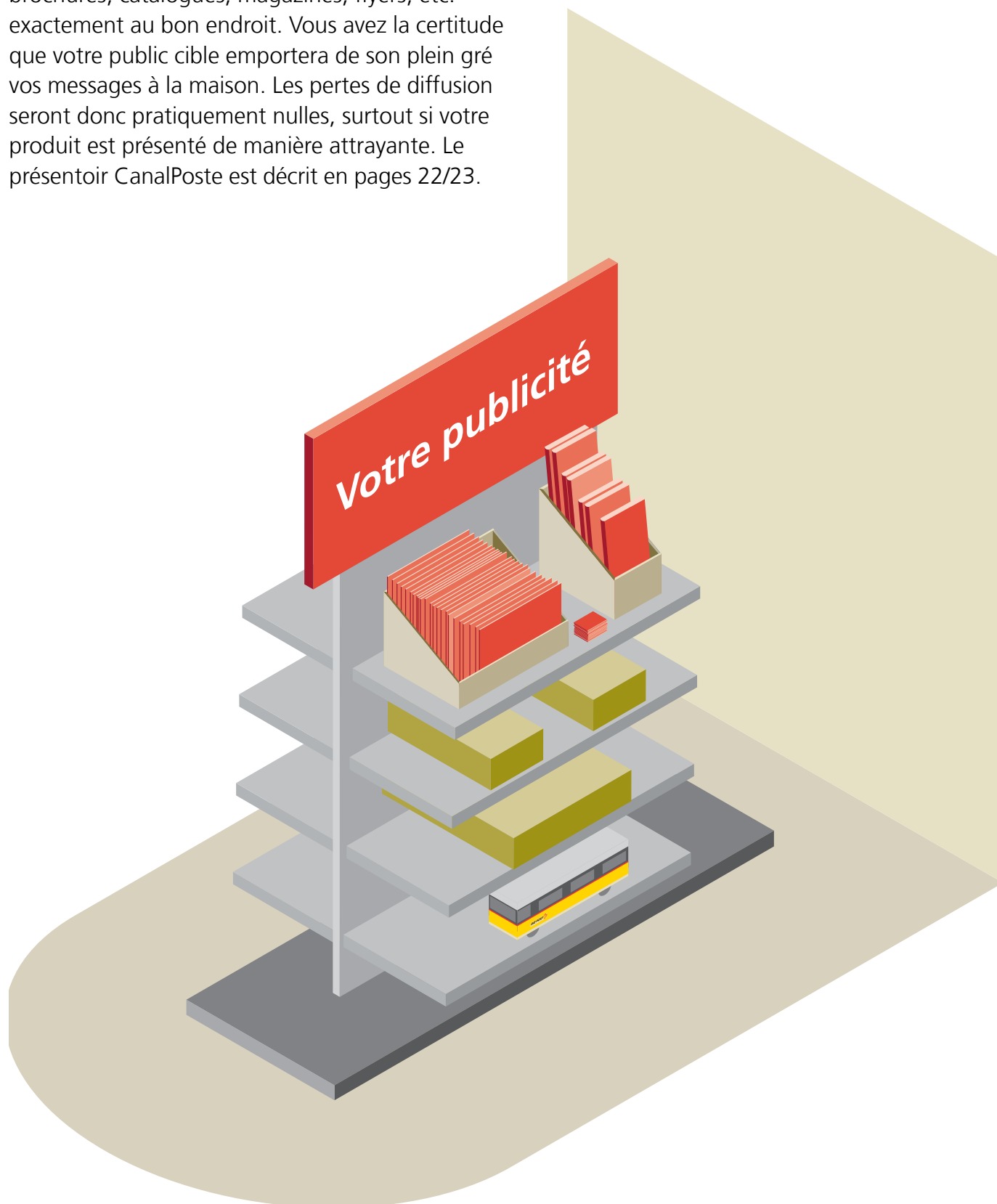
Prix des affiches locales

	Groupe 1 Type A – D	Groupe 2 Type E – H	Groupe 3 Type I – M
	Prix de base 2 semaines	Prix de base 2 semaines	Prix de base 2 semaines
Affiche A4	50.–	40.–	30.–
Affiche A3	60.–	50.–	40.–

Présentoirs

Pour la présentation optimisée de vos promotions

Les présentoirs occupent des emplacements stratégiques pour fournir au public intéressé des brochures, catalogues, magazines, flyers, etc. exactement au bon endroit. Vous avez la certitude que votre public cible emportera de son plein gré vos messages à la maison. Les pertes de diffusion seront donc pratiquement nulles, surtout si votre produit est présenté de manière attrayante. Le présentoir CanalPoste est décrit en pages 22/23.



Réservation et conditions pour les présentoirs nationaux

- Couverture minimale: un canton ou une région économique
- Format du présentoir: max. A4=210×297 mm (format portrait)
- Les prix comprennent le contrôle qualité quotidien par les filiales.
- Promotions de moins de CHF 5000.–: CHF 500.– de frais supplémentaires pour charges administratives
- Prix en CHF et par filiale, hors TVA
- Durée de location minimale de deux semaines consécutives (début toujours le lundi)

Prix des présentoirs nationaux

Prix selon le support publicitaire	Groupe 1		Groupe 2		Groupe 3	
	Prix de base 2 semaines par filiale	Par semaine supplémentaire	Prix de base 2 semaines par filiale	Par semaine supplémentaire	Prix de base 2 semaines par filiale	Par semaine supplémentaire
Supports publicitaires jusqu'à 250 g	50.–	25.–	35.–	17.50	20.–	10.–
Supports publicitaires de 251 à 500 g ¹	60.–	30.–	40.–	20.–	25.–	12.50

¹⁾ Supports publicitaires à partir de 501 g par pièce et/ou pièce plus volumineuse que la moyenne: prix sur demande

Tarifs pour les affiches pour présentoirs: voir page 17. Conditions: voir page 27.

Réservation et conditions pour les présentoirs locaux

- Réservations directement dans la filiale
- Durée de location minimale de deux semaines consécutives (début toujours le lundi)
- Paiement en espèces, par Postcard ou sur facture (numéro de référence de facturation nécessaire)
- Livraison du matériel publicitaire en quantité suffisante à la filiale où la réservation a été faite au plus tard le vendredi soir avant le début de la promotion

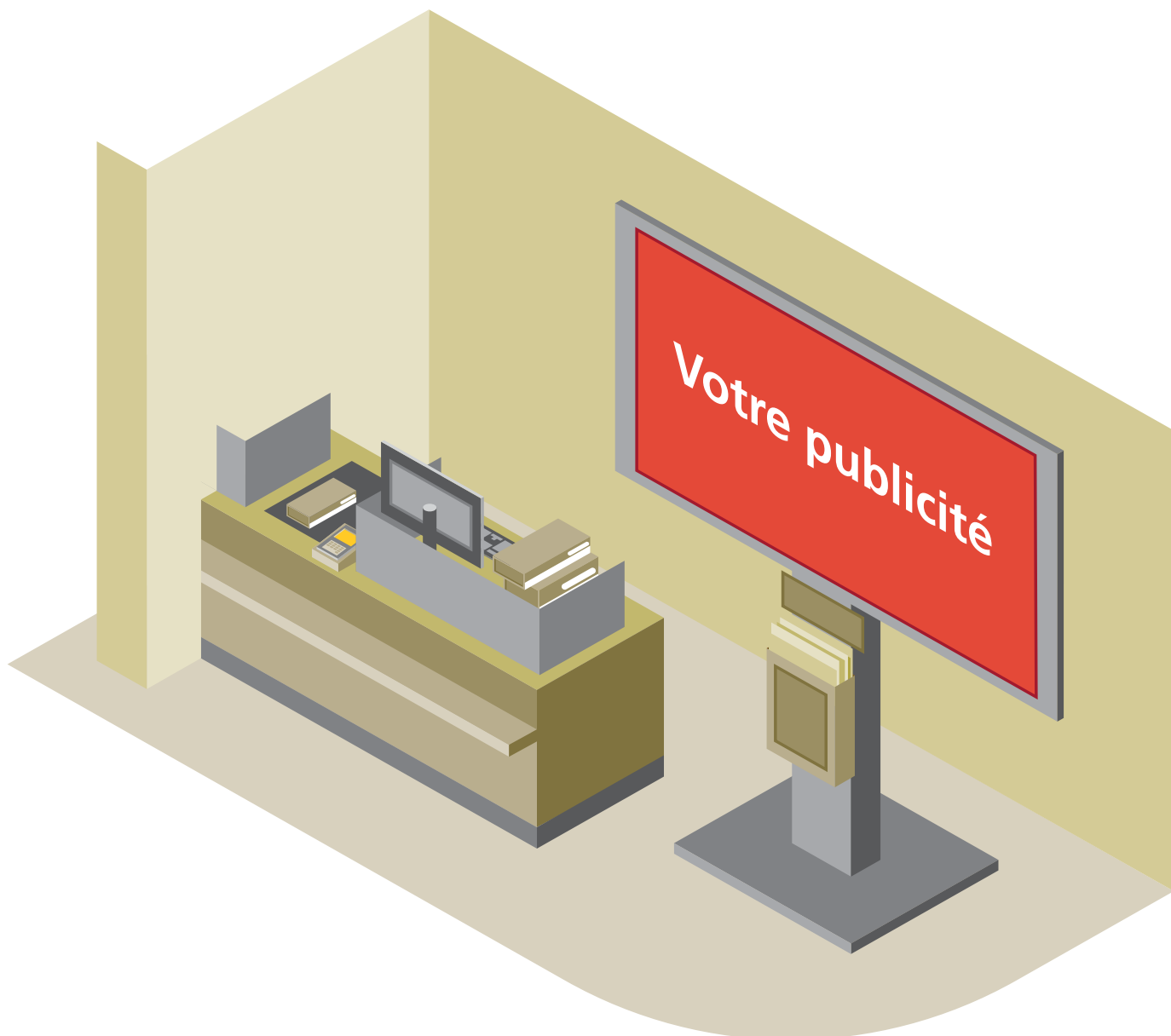
Prix des présentoirs locaux

Présentoir (format maximal A4 portrait)	Groupe 1 Type A – D	Groupe 2 Type E – H	Groupe 3 Type I – M
	Prix de base 2 semaines	Prix de base 2 semaines	Prix de base 2 semaines
	100.–	80.–	60.–

CanalPoste

Vos spots sur le réseau d'adscreens le plus dense de Suisse

Les spots diffusés sur écrans numériques jouissent d'une popularité croissante. Non sans raison, puisque les images animées suscitent des émotions et génèrent une attention accrue. CanalPoste possède non seulement le réseau d'adscreens le plus dense de Suisse, mais aussi – grâce à l'expérience de PubliPoste – le meilleur.



En outre, les spots sont diffusés sur des écrans plats de 43" pratiquement sans bordure de la toute nouvelle génération. Dans quelque 260 filiales, plus de 380 écrans offrent, grâce au nouvel angle d'incidence, une image encore plus piquée depuis tous les points de vue de la filiale.

Le rayon d'action de CanalPoste

La diffusion d'un spot sur CanalPoste pendant 3 semaines permet d'atteindre 22% des personnes* âgées de 15 à 74 ans.

* Base: 5,1 millions de personnes

Prix des spots CanalPoste (par seconde)

Réservation	Prix de base 2 semaines par filiale	Par semaine supplémentaire
Réseaux nationaux, régionaux et urbains	6.40	3.20
Réseaux individuels dès 1 filiale ⁵⁾	25.60	12.80

Exemple de calcul

Spot de 20 secondes dans six filiales pendant deux semaines

Prix pour 20 secondes: $20 \times \text{CHF } 25.60 = \text{CHF } 512.-$
 Total pour une filiale = **CHF 512.-**
 Total pour six filiales à CHF 512.- = **CHF 3072.-**

Réservation et conditions spots CanalPoste

- Durée minimale de deux semaines
- Durée minimale du spot: 10 secondes
- Possibilité de choisir individuellement le début de l'opération
- Prix en CHF par seconde et par filiale, hors TVA
- Conditions: voir page 27

Vous trouverez les données techniques concernant la production en page 28.

- Envoyez vos spots jusqu'à 5 Mo à publiposte@poste.ch.
- Pour les spots de plus de 5 Mo, veuillez nous appeler au 058 386 60 00.

¹⁾ Les filiales plurilingues ne sont comptabilisées qu'une seule fois.

²⁾ Villes de Bâle, Berne, Lucerne, Winterthour, Zurich

³⁾ Villes de Genève, Lausanne

⁴⁾ Villes de Bellinzone, Chiasso, Locarno, Lugano

⁵⁾ Aucune combinaison avec présentoir CanalPoste possible

Réseaux CanalPoste

Nombre de filiales

Réseau national

Suisse¹⁾ 265

Réseaux par langue nationale

Suisse alémanique 192

Suisse romande 53

Suisse italienne 22

Réseaux régionaux

Genève 16

Vaud 23

Jura 11

Berne 27

Mittelland 25

Bâle 24

Zurich 63

Suisse centrale 25

Suisse orientale 25

Tessin (Sottoceneri 11 resp. Sopraceneri 11) 22

Réseaux urbains

Genève ville 16

Lausanne ville 13

Berne ville 11

Bâle ville 11

Zurich ville 20

Winterthour ville 5

Lucerne ville 9

Swiss Cities allemand²⁾ 56

Swiss Cities français³⁾ 29

Swiss Cities italien⁴⁾ 10

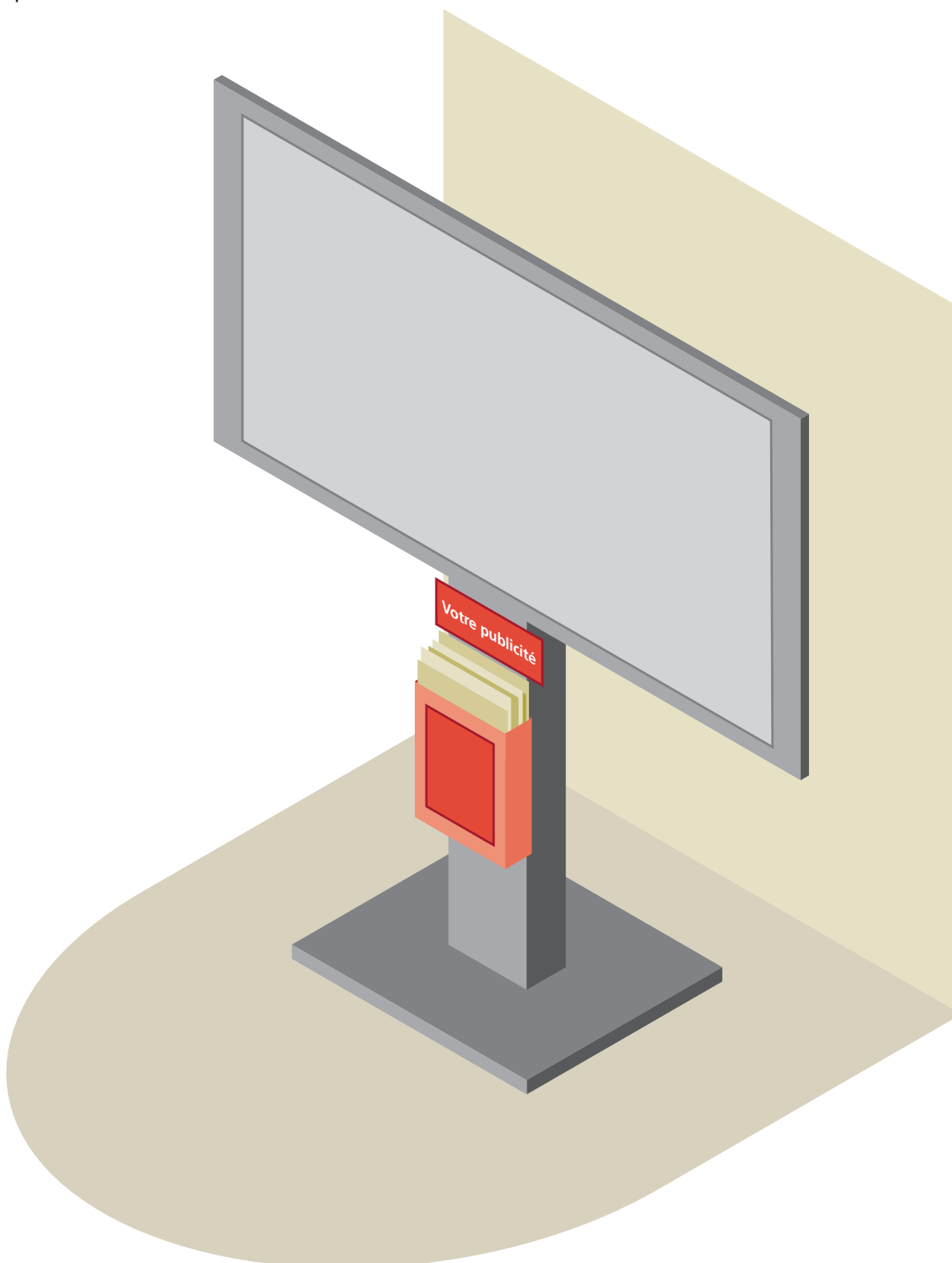
Swiss Cities total 95

CanalPoste

Présentoir CanalPoste

Réservez le présentoir correspondant à votre spot CanalPoste. L'efficacité du spot est en effet considérablement renforcée par les informations approfondies proposées par les imprimés. Vous pouvez aussi réserver le présentoir sans votre propre spot.

Vous bénéficierez ainsi de la proximité des éléments d'information de CanalPoste tels que la météo ou les annonces d'événements culturels.



Réservation et conditions présentoirs CanalPoste

- Format du présentoir: max. A4=210×297 mm (format portrait)
- Les prix comprennent le contrôle qualité quotidien par les filiales.
- Prix en CHF et par filiale, hors TVA
- Conditions: voir page 27

Prix des présentoirs CanalPoste (prix des présentoirs isolés: voir page 19)

Prix selon le support publicitaire	Prix de base 2 semaines par filiale	Par semaine supplémentaire
Supports publicitaires jusqu'à 250 g	50.–	25.–
Supports publicitaires de 251 à 500 g ¹⁾	60.–	30.–

* Seulement réseaux entiers possible comme pour spot CanalPoste, voir réseaux page 21.

¹⁾ Supports publicitaires à partir de 501g par pièce et/ou pièce plus volumineuse que la moyenne: prix sur demande

Surfaces de promotion PromoStandard

Quatre mètres carrés pour votre visibilité



Les surfaces de promotion de 2 x 2 m que vous pouvez réserver dans plus de 100 filiales partout en Suisse offrent l'espace nécessaire au dialogue personnel avec vos clients potentiels. Que vous souhaitiez organiser une dégustation avec votre équipe de promotion, distribuer des flyers ou des échantillons, collecter des fonds ou simplement transformer la surface de promotion en une plateforme de vente, vous rencontrerez un grand nombre de personnes intéressées dans une atmosphère détendue et à l'abri des intempéries. Les prix correspondants sont indiqués en page 25.

basefit.ch



Rolling Bistro



Prix des surfaces de promotion PromoStandard (Indoor)					
Canton	Groupe 1		Groupe 2		Total filiales
	Nombre Filiales	Filiales Type A – D (état: novembre 2018)	Nombre Filiales	Filiales Type E – H (état: novembre 2018)	
Argovie	4	Aarau 1, Baden 1, Brugg 1, Zofingen	6	Mellingen, Muri, Reinach, Spreitenbach, Unterkulm, Wohlen 1	10
Appenzell Rh.-Ext.	–	–	1	Herisau 2	1
Bâle-Campagne	–	–	1	Pratteln 1	1
Bâle-Ville	3	Basel 1 Rüdengasse, Basel 2 Annahme, Basel 5 St.Clara	3	Basel 12 Kannenfeld, Basel 13 Voltacenter, Basel 18 Gundeldingen	6
Berne	5	Bern 1 PostParc, Bern 18 Bümpliz, Biel 1, Burgdorf 1, Thun 1 Bahnhofplatz	9	Bern 15 Weltpostverein, Heimberg, Lenk, Münchenbuchsee, Ostermündigen 1, Steffisburg 1, Thun 4, Strättligen Markt, Uetendorf, Urtenen-Schönbühl	14
Fribourg	–	–	2	Morat, Villars-sur-Glâne 1	2
Genève	2	Genève 1 Mont-Blanc, Genève 4 Plainpalais	9	Carouge, Chêne-Bourg, Genève 2 Cornavin, Dépôt, Genève 3 Rive, Grand-Lancy, Meyrin 1, Petit-Lancy 1, Thônex, Versoix	11
Glaris	–	–	1	Glaris	1
Grisons	2	Chur 1, Davos Platz 1	2	Samedan, St. Moritz 1	4
Jura	–	–	1	Porrentruy 1	1
Lucerne	1	Kriens 1	3	Luzern 2 Universität, Luzern 7 Hirschengraben, Meggen	4
Neuchâtel	2	La Chaux-de-Fonds 1, Neuchâtel 1 Dépôt	2	Le Locle, Peseux	4
Obwald	–	–	1	Engelberg	1
Schaffhouse	1	Schaffhausen 1	–	–	1
Schwyz	–	–	1	Schwyz	1
Soleure	1	Grenchen 1	2	Balsthal, Egerkingen	3
St-Gall	1	St. Gallen 1 Annahme	5	Altstätten, Bad Ragaz, Heerbrugg St. Gallen 4 Brühltor, Uzwil	6
Tessin	4	Bellinzona 1, Chiasso 1, Locarno 1, Lugano 1	8	Agno, Airolo, Ascona, Giubiasco, Losone, Lugano 6 Cassarate, Mendrisio, Serfontana	12
Thurgovie	1	Kreuzlingen 1	2	Arbon, Weinfelden	3
Vaud	4	Lausanne 1 Dépôt, Lausanne 2 St-François, Vevey 1, Yverdon-les-Bains 1	9	Clarens, Lausanne 16 Malley, Montagny-Chamard, Montreux 1, Morges 1, Nyon 2, Payerne, Prilly, Pully	13
Valais	3	Sierre/Siders, Sion/Sitten 1, Brig	4	Monthey 2, Naters, Verbier, Zermatt	7
Zoug	1	Zug Laubenhof	1	Unterägeri	2
Zurich	9	Bülach, Dübendorf 1, Glattzentrum, Kloten, Regensdorf 1, Winterthur 1 Annahme, Zürich 40 Sihlfeld, Zürich 50 Oerlikon, Zürich 1 Sihlpost	4	Effretikon, Winterthur 4 Oberwinterthur, Zürich 24 Rämistrasse, Zürich 49 Höngg	15
Total	44	400.– par jour / filiale	77	300.– par jour / filiale	121

Prix par journée en CHF, hors TVA

Ces prix sont valables uniquement pour les filiales avec offre PromoStandard.

Surfaces de promotion PromoLight

Un mètre carré pour votre visibilité

Dans plus de 450 filiales, il est possible de réserver une surface de promotion avec une offre réduite (PromoLight). Vous obtiendrez des informations complémentaires auprès du service à la clientèle 0848 888 888. Vous trouverez un aperçu des filiales proposant PromoLight sur poste.ch/publiposte.

PromoLight (seulement pour les clients locaux)	
Diffusion	Dans plus de 450 filiales
Lieu et fréquence	Groupe 1: excellent, en moyenne 1200 clients par jour Groupe 2: très bien, en moyenne 400 clients par jour
Surface disponible	1 x 1 m
Notre offre	WiFi
Personnel	Maximum deux promoteurs par filiale
Réservation et information	La réservation s'effectue directement dans la filiale souhaitée, sur place ou par téléphone au 0848 888 888 (service à la clientèle). Liste des filiales (PDF): poste.ch/publiposte

Les filiales proposant l'offre PromoStandard ne disposent pas de l'offre PromoLight.

Prix de PromoLight	
Groupe 1 (types A à D)	Groupe 2 (types E à H)
175.–	125.–

Prix en CHF, hors TVA

Rabais & Cie

Faites-en encore plus avec votre budget

	Rabais ¹⁾	Rabais supplémentaires	Suppléments et prestations supplémentaires
Remises au guichet	Rabais pour organisations exonérées d'impôt <ul style="list-style-type: none"> – Conditions spéciales pour organisations caritatives, collectivités et institutions publiques: 25% – Ce rabais n'est pas cumulable avec des rabais supplémentaires. 	Commission de conseil <ul style="list-style-type: none"> – Commission de conseil de 10% sur la facture nette pour agences PS (Publicité Suisse) reconnues. – La commission d'agence n'est pas cumulable avec des rabais pour organisations exonérées d'impôt. 	Distribution simultanée de deux échantillons: + 10% du prix brut
Affiches	<ul style="list-style-type: none"> – Conditions spéciales pour organisations caritatives, collectivités et institutions publiques: 25%. – Ce rabais n'est pas cumulable avec des rabais supplémentaires. 	<ul style="list-style-type: none"> – Commission de conseil de 10% sur la facture nette pour agences PS (Publicité Suisse) reconnues. – La commission d'agence n'est pas cumulable avec des rabais pour organisations exonérées d'impôt. 	Promotions de moins de CHF 5000.–: CHF 500.– de frais supplémentaires pour charges administratives.
Surfaces de promotion	<ul style="list-style-type: none"> – Conditions spéciales pour organisations caritatives, collectivités et institutions publiques: 25%. – Ce rabais n'est pas cumulable avec des rabais supplémentaires. 	<ul style="list-style-type: none"> – Commission de conseil de 10% sur la facture nette pour agences PS (Publicité Suisse) reconnues. – La commission d'agence n'est pas cumulable avec des rabais pour organisations exonérées d'impôt. 	
Présentoirs	<ul style="list-style-type: none"> – Conditions spéciales pour organisations caritatives, collectivités et institutions publiques: 25%. – Ce rabais n'est pas cumulable avec des rabais supplémentaires. 	<ul style="list-style-type: none"> – Commission de conseil de 10% sur la facture nette pour agences PS (Publicité Suisse) reconnues. – La commission d'agence n'est pas cumulable avec des rabais pour organisations exonérées d'impôt. 	Promotions de moins de CHF 5000.–: CHF 500.– de frais supplémentaires pour charges administratives.
Spots CanalPoste	<ul style="list-style-type: none"> – Conditions spéciales pour organisations caritatives, collectivités et institutions publiques: 50%. – Ce rabais n'est pas cumulable avec des rabais supplémentaires. 	<ul style="list-style-type: none"> – Commission de conseil de 10% sur la facture nette pour agences PS (Publicité Suisse) reconnues. – La commission d'agence n'est pas cumulable avec des rabais pour organisations exonérées d'impôt. 	Notre réalisateur de spots publicitaires vous conseille volontiers pour l'adaptation technique de vos spots actuels ou la production de nouveaux spots spécialement conçus pour CanalPoste (voir adresse à la page 28).
Présentoirs CanalPoste	<ul style="list-style-type: none"> – Conditions spéciales pour organisations caritatives, collectivités et institutions publiques: 25%. – Ce rabais n'est pas cumulable avec des rabais supplémentaires. 	<ul style="list-style-type: none"> – Commission de conseil de 10% sur la facture nette pour agences PS (Publicité Suisse) reconnues. – La commission d'agence n'est pas cumulable avec des rabais pour organisations exonérées d'impôt. 	Promotions de moins de CHF 5000.–: CHF 500.– de frais supplémentaires pour charges administratives.

¹⁾ Les rabais ne sont pas cumulables; le rabais le plus important est pris en considération.

Prix en CHF, hors TVA

Les conditions générales relatives aux campagnes publicitaires dans les filiales (pages 30/31) font partie intégrante des conditions.

Bien conseillé

Nous nous réjouissons de vous conseiller personnellement

Conseil et vente

Interlocuteur principal Vente Suisse alémanique

Poste CH SA
RéseauPostal
PubliPoste
Wankdorffallee 4
3030 Berne

Téléphone +41 58 386 60 00
publiposte@poste.ch
poste.ch/publiposte

Partenaire de vente PubliPoste Suisse romande

Barkingcat Sarl
Calliopée Business Center
Rue de Chantepoulet 10
1201 Genève

Téléphone +41 22 756 57 58
publiposte@barkingcat.ch

Partenaires de vente CanalPoste

Goldbach Media
Seestrasse 39
8700 Küsnacht

Tél. +41 44 914 92 00
info@goldbachmedia.com
goldbachmedia.com

Eventbooster
Binzallee 39
8055 Zurich

Téléphone +41 44 269 62 44
info@eventbooster.com
eventbooster.com

Spécifications techniques et production

Spécifications techniques CanalPoste¹⁾

Format

Images fixes	.jpg ²⁾
Vidéo	.wmv et .mp4 (H264)
Résolution	1280 × 720 pixels pour tous formats (images fixes et vidéo)

¹⁾ Les formats non conformes aux exigences de production ne peuvent malheureusement pas être diffusés sur CanalPoste.

²⁾ Uniquement codé en RGB

Spécifications

Rapport largeur / hauteur	16:9
Résolution	1280 × 720 pixels
Fréquence d'images	25 fps
Taille du fichier	max. 50 Mo
Vitesse de transmission	max. 8000 ko/s

Conversion d'autres formats contre supplément. Envoyez vos spots jusqu'à 5 Mo à publiposte@poste.ch. Pour les spots de plus de 5 Mo, veuillez nous appeler au 058 386 60 00.

Livraison des spots au plus tard 5 jours ouvrés avant la diffusion, à publiposte@poste.ch

Réalisation des spots CanalPoste

306.ch – Keller und Partner Sarl
Spécialistes en nouveaux médias
Bielstrasse 42
3294 Büren an der Aare

Téléphone +41 76 383 42 44
adi@306.ch
306.ch

Livraison de la marchandise

Centrale de livraison des supports publicitaires

MS Direct AG
Hofackerstrasse 40
4132 Muttenz

Tél. 061 485 11 11

Une sélection de quelques références de PubliPoste

CORRIS

nahrin
Tut gut. Iss gut.

sprechstunde
doktor stutz

NEUROTH
Besser hören. Besser leben.

NOVASOL

TELÉTHON+
FONDATION TÉLÉTHON ACTION SUISSE
STIFTUNG TELETHON AKTION SCHWEIZ
FONDAZIONE TELETHON AZIONE SVIZZERA

westside
bern brünnen

coop

SBB CFF FFS

Efficacité maximum garantie!

S'adresser à n'importe qui dans la rue pour lui faire découvrir un service ou un produit peut être une stratégie en soi. Mais ce n'est pas la plus efficace. Avec PubliPoste, choisissez précisément les actions publicitaires les plus efficaces pour atteindre votre objectif. Et qui vous garantissent le plus grand impact possible, au bon endroit et au bon moment.

Vous avez inventé le top des jus de fruits équilibrés, hyper-vitaminés et ultra-sains, et vous désirez maintenant faire connaître au grand public votre produit révolutionnaire dans son emballage tendance et attrayant? Alors, vous avez différentes possibilités de faire la publicité de votre produit et de conquérir un nombre maximum de clients potentiels. Mais pour atteindre un groupe cible aussi vaste que possible, la stratégie la plus efficace consiste en une diffusion aussi large que possible. Et où attirerez-vous sans grand effort l'attention de futurs consommateurs issus de toutes les couches de la population? Eh oui, dans les filiales.

La clientèle des filiales est le reflet de la population suisse:

toutes les catégories sociales et toutes les classes d'âge sont représentées. Ainsi, votre message publicitaire y atteint pratiquement toute la Suisse. S'ajoute à cela que les lieux d'implantation des filiales constituent un réseau très dense, qui couvre l'intégralité du territoire, garantissant des actions publicitaires à l'échelle nationale d'une portée inégalable. D'autre part, les réservations à l'échelle lo-

cale dans des filiales bien ciblées peuvent aussi s'adapter précisément à vos besoins. Sans attente, les offres locales peuvent spontanément et directement se réserver au guichet de la filiale la plus proche. En dehors de la brochure, vous trouverez également en ligne toutes les informations et les combinaisons possibles concernant l'ensemble des offres publicitaires que vous proposent les filiales. Prenez contact avec l'équipe de PubliPoste pour bénéficier d'un conseil professionnel. Nos spécialistes disposent d'un précieux savoir-faire pour assurer à votre produit un impact publicitaire maximum sur vos groupes cibles. Ils sélectionneront parmi toutes les options celles qui se prêtent le mieux à votre objectif et développeront une stratégie spécialement conçue en fonction de vos intérêts.

De bonnes surprises

Les filiales sont fréquentées en permanence, ainsi que le prouvent les statistiques. Elles sont donc le lieu idéal pour capter l'attention des clients et susciter leur intérêt pour votre produit, dans un environnement calme et abrité. Les actions promotionnelles organisées dans les gares, dans les centres commerciaux ou même dans les zones piétonnes surpeuplées, agacent souvent les passants qui n'ont ni l'envie ni le temps d'écouter ou de regarder l'offre qui leur est proposée. Et l'attention que le produit promu aurait peut-être éveillée en d'autres circonstances est perdue. La conséquence: la faiblesse de l'impact obtenu n'a plus aucune commune mesure avec le temps passé et les frais engagés.



Optez pour l'efficacité et exploitez le potentiel d'attention constant des clients dans les filiales. Sans que vous ayez à remuer ciel et terre, votre produit ou votre message publicitaire sera capté et enregistré par les clients. Ceux-ci choisissent librement ce qui les intéresse et ce qui leur plaît. L'impact est donc d'autant plus grand lorsqu'ils se réjouissent d'avoir découvert un nouveau produit ou un service qui les séduit. Les associations positives viennent ainsi d'elles-mêmes!

Conditions générales

relatives aux opérations publicitaires dans les filiales

1. Champ d'application

Les présentes conditions générales (CG) s'appliquent aux relations contractuelles entre la Poste et ses clients (les annonceurs et les intermédiaires mandatés par ceux-ci), et règlent la planification, la préparation et le déroulement des opérations publicitaires nationales et régionales dans les filiales. Elles s'appliquent à la vente d'espaces et de fenêtres publicitaires sur le média CanalPoste, à la location de surfaces publicitaires physiques, à la distribution de documents publicitaires aux guichets postaux ainsi qu'à la réalisation de promotions. Les CG constituent une annexe aux offres établies par la Poste et font partie intégrante du contrat, sauf disposition contraire convenue par les parties par écrit. Toutes les offres de la Poste sont sans engagement. La relation contractuelle entre les parties débute au moment de la confirmation du mandat par la Poste et se termine ordinairement au terme de la période convenue pour la présentation, l'envoi et/ou la distribution.

2. Publicité non autorisée

N'est pas admise la publicité

- contraire aux intérêts de la Poste; dans sa publicité, le client ne devra notamment pas mentionner d'entreprises ou de personnes qui offrent également des services postaux, des services de paiement, des prestations financières ou des produits que la Poste vend dans les filiales pour le compte de tiers;
- vantant des boissons alcoolisées ou des spiritueux, des produits à base de tabac ou des médicaments sur les listes A et B de Swissmedic, ou encore ne respectant pas les restrictions légales pour les médicaments figurant sur les listes C et D;
- abordant des thèmes religieux, pornographiques ou politiques;
- mensongère, trompeuse ou illicite;
- contrevenant de toute autre façon aux prescriptions légales;
- impliquant une vente agressive (hardselling) ou occasionnant des bruits
- ou des odeurs désagréables (promotions).

Le client est responsable du contenu de la publicité et s'engage à respecter les principes mentionnés ci-dessus. La Poste n'est pas tenue de vérifier la recevabilité de la publicité. En cas de violation de l'un des principes de base énumérés ci-dessus, le client dégage la Poste de toute réclamation faite par des tiers.

3. Planification et préparation de l'opération publicitaire

3.1. CanalPoste

Supports et matériel publicitaires

Dans le cadre de CanalPoste, le client peut utiliser comme supports publicitaires des spots diffusés sur écran ainsi que des imprimés disposés sur un présentoir.

Livraison des documents de production

Le client livre à ses frais le spot publicitaire prêt à la diffusion et réalisé selon les prescriptions de production de CanalPoste à: Poste CH SA, PubliPoste PV24, Wankdorffallee 4, 3030 Berne ou à publiposte@poste.ch. Le **spot publicitaire doit parvenir à la Poste au plus tard cinq jours avant le début de l'opération**. Le client livre les imprimés dans la quantité convenue à l'adresse de livraison stipulée dans la confirmation du mandat de la Poste. Il s'engage à **faire parvenir les imprimés à ladite adresse de livraison au plus tard deux semaines** avant le début de l'opération publicitaire. La Poste se charge de la transmission du matériel publicitaire aux filiales participant à l'opération publicitaire.

Entretien des présentoirs

La Poste se charge de l'entretien des présentoirs. Sur demande de la Poste, le client fournit les imprimés supplémentaires nécessaires. Si le client renonce à donner suite à cette sollicitation, la Poste est en droit de disposer des présentoirs vides.

Panne d'écrans

En cas de panne d'écrans dans une ou plusieurs filiales, la Poste se réserve le droit de poursuivre l'opération publicitaire dans d'autres filiales. Si aucune solution de remplacement n'est possible, le client recevra une note de crédit de la valeur correspondante, à moins que la panne ne soit imputable à des tiers.

3.2. Surfaces publicitaires physiques

Supports et matériel publicitaires

Le client peut utiliser comme supports publicitaires des prospectus, catalogues et affiches.

Présentation préalable des supports publicitaires

Le matériel publicitaire doit être envoyé à la Poste par courrier en deux exemplaires au format original, soit à l'échelle 1:1, ou par e-mail (publiposte@poste.ch) au format PDF au plus tard 21 jours avant le début de la promotion.

Livraison du matériel publicitaire

Le client livre à ses frais le matériel publicitaire dans la quantité convenue à l'adresse de livraison stipulée dans la confirmation du mandat de la Poste. Il est responsable de **faire parvenir le matériel publicitaire** à ladite adresse de livraison **au plus tard deux semaines avant le début de l'opération publicitaire**. La Poste se charge de la transmission du matériel publicitaire aux filiales participant à l'opération publicitaire.

3.3. Remises au guichet

Matériel publicitaire: Le client peut faire distribuer des prospectus et des échantillons par le personnel de la Poste.

Présentation préalable des supports publicitaires: Le matériel publicitaire doit être envoyé à la Poste par courrier en deux exemplaires au format original, soit à l'échelle 1:1, ou par e-mail (publiposte@poste.ch) au format PDF au plus tard 21 jours avant le début de la promotion.

Livraison du matériel publicitaire: Le client livre le matériel publicitaire dans la quantité convenue à l'adresse de livraison stipulée dans la confirmation du mandat de la Poste. Il est responsable de **faire parvenir le matériel publicitaire** à ladite adresse de livraison **au plus tard deux semaines** avant le début de l'opération publicitaire. La Poste se charge de la transmission du matériel publicitaire aux filiales participant à l'opération publicitaire.

Veillez tenir compte des «critères pour les store checks» particuliers en annexe de la confirmation du mandat.

3.4. Surfaces de promotion

Supports publicitaires

Le client peut louer dans une ou plusieurs filiales une surface de quatre mètres carrés pour y organiser des promotions (dégustations, démonstrations, etc.). La vente de marchandises et de prestations de services est expressément autorisée.

Réservation

Les promotions doivent être réservées auprès de la Poste au plus tard deux semaines avant leur début. Les réservations à plus courte échéance sont possibles après accord.

Planification des tournées

La planification des tournées est établie par la Poste en tenant compte des désirs du client.

Matériel promotionnel

Le client informe la Poste de l'aménagement du stand au plus tard trois semaines avant le début de la promotion. Le client est responsable de l'organisation ainsi que du transport du matériel promotionnel. De son côté, la Poste met à la disposition du client un cadre clic-clac pour deux affiches de 50 x 70 cm.

4. Déroulement de l'opération publicitaire

4.1. Mise en place des supports publicitaires

La Poste se charge de la mise en place des supports publicitaires. Ce faisant, elle respecte les conditions-cadres en matière de sécurité, d'exploitation et de construction dans les filiales.

4.2. Modifications

La Poste se réserve le droit de reporter le début de l'opération publicitaire d'une semaine au maximum pour des raisons techniques ou logistiques.

4.3. Élimination des supports publicitaires

À l'issue de l'opération publicitaire, la Poste élimine les supports publicitaires restants à ses frais. Si le client en fait la demande **avant le début de l'opération**, les supports publicitaires restants peuvent toutefois lui être renvoyés à ses frais. Font exception à cette règle les objets distribués aux guichets, car l'opération publicitaire ne s'achève pour ceux-ci qu'après la remise intégrale des supports publicitaires mis à disposition.

4.4. Promotions

Surface de promotion

Le client effectue son opération promotionnelle sur la surface délimitée par un tapis dans la filiale. Le client est également autorisé à aborder, servir ou solliciter les clientes et les clients de la Poste ainsi qu'à vendre des marchandises et des services en dehors de la zone délimitée. Deux promoteurs au maximum peuvent être présents par filiale. Le **démarchage des clients devant les filiales** par des promoteurs **n'est pas autorisé**. La collecte de dons en argent n'est pas autorisée.

Heures d'ouverture

Le client effectue son opération promotionnelle durant les heures d'ouverture de la filiale. Les heures d'ouverture seront transmises au client avec la confirmation du mandat.

Accès à l'eau courante / aux installations sanitaires

L'accès à l'eau courante et l'utilisation des installations sanitaires sont réglés conjointement avec la personne compétente au sein de la filiale. Les dispositions y relatives, notamment en ce qui concerne la sécurité, doivent impérativement être respectées.

5. Refus

5.1. Refus de supports publicitaires

La Poste peut notamment refuser des supports publicitaires si ceux-ci ne sont pas fabriqués correctement, s'ils ne se prêtent pas à la forme de publicité choisie (p. ex. des échantillons de marchandises facilement périssables, etc.), s'ils contreviennent aux principes énumérés au chiffre 2 ou si les exemplaires originaux n'ont pas été préalablement soumis à la Poste conformément aux chiffres 3.1 et 3.2. La totalité du prix convenu reste néanmoins due à la Poste.

5.2. Refus d'une promotion

La Poste est en droit de refuser des promotions, en particulier si celles-ci contreviennent aux principes énumérés au chiffre 2. Les clients connus pour leurs méthodes de vente agressives ne seront pas autorisés à effectuer leurs promotions dans les filiales. Cette décision est laissée à la libre appréciation de la Poste.

5.3. Interruption d'une promotion

Si le client contrevient aux conditions générales, et en particulier aux principes énumérés au chiffre 2, la Poste est en droit d'interrompre la promotion avec effet immédiat et sans frais (vente agressive, clients de la Poste mécontents, etc.). La totalité du prix convenu reste néanmoins due à la Poste.

6. Début et durée de l'opération publicitaire

La Poste fixe, en accord avec le client, la date du début de l'opération ainsi que sa durée.

7. Exclusivité

La Poste ne garantit aucun droit exclusif au client. Elle se réserve notamment le droit de réaliser à n'importe quel moment des opérations publicitaires pour d'autres clients dans les filiales ainsi que de faire de la publicité pour ses propres produits.

8. Rémunération

8.1. Prix

Le prix de l'opération publicitaire est fixé sur la base de la liste de prix la plus récente de la Poste.

8.2. Facturation

La Poste adresse une facture au client généralement à l'issue de l'opération. Elle se réserve cependant le droit d'exiger le paiement à la confirmation du mandat ou au début de la campagne. Les factures sont payables net dans les 30 jours. Le client ne peut compenser les créances de la Poste par d'éventuelles contreparties.

9. Succession juridique et cession

En cas de reprise, de fusion, de transformation, etc. de l'activité commerciale du client, ce dernier est tenu de transférer à son successeur juridique l'obligation d'exécution du contrat; jusqu'à révocation écrite par la Poste, le client peut être lui-même assigné en justice à tout moment. La cession, partielle ou totale, du contrat à des tiers n'est pas admise.

10. Responsabilité de la Poste

La Poste répond du déroulement conforme au mandat de l'opération publicitaire. Il incombe au client de prouver les dommages éventuels. Le montant de l'indemnité en cas de dommages ne peut dépasser celui de la rémunération convenue.

La Poste ne répond pas:

- des dommages causés aux supports publicitaires par des tiers;
- du manque à gagner ou des dommages indirects;
- d'un éventuel impact limité de la campagne en raison de travaux de construction réalisés dans la filiale dans laquelle se déroule la campagne.

11. Responsabilité du client

Le client répond de tout dommage causé à la Poste, à ses collaborateurs et à des tiers par les supports publicitaires, et résultant d'une violation du contrat de sa part dans la mesure où il ne peut pas prouver qu'il n'a commis aucune faute.

Si les documents de production, les imprimés et les échantillons de marchandises sont fournis tardivement, s'ils sont endommagés ou s'ils ne sont pas livrés, la totalité du prix convenu reste due à la Poste. Si la Poste constate après le début de l'opération publicitaire que la publicité contrevient aux dispositions du chiffre 2 des présentes conditions générales, elle a le droit d'interrompre l'opération publicitaire sans délai. La totalité du prix convenu reste néanmoins due à la Poste.

12. Réclamations de clients

Les réclamations de clients doivent être remises pendant la campagne afin que PubliPoste puisse réagir à temps.

13. Réservations

Il est en principe possible d'effectuer des réservations. Elles ne deviennent cependant contraignantes qu'avec la confirmation du mandat de la Poste.

14. Annulation d'une opération publicitaire

Le client est en droit d'annuler son opération publicitaire **sans frais** à condition d'en informer la Poste **au plus tard cinq semaines avant le début de l'opération**.

Faute d'annulation dans ce délai, la Poste facture au client une indemnité calculée selon le barème suivant:

- **3 à 4 semaines avant le début de l'opération: 50% du montant de la facture**
- **à partir de 2 semaines avant le début de l'opération: 100% du montant de la facture**

L'annulation doit dans tous les cas être effectuée par écrit.

15. For juridique et droit applicable

Les contrats sont soumis au droit suisse exclusivement. Le for juridique est Berne.

Berne, décembre 2018

Poste CH SA
RéseauPostal
PubliPoste
Wankdorffallee 4
CH-3030 Berne

Tél. 058 386 60 00
publiposte@poste.ch
poste.ch/publiposte



LA POSTE 