

LE MAGAZINE POUR NOS CLIENTS COMMERCIAUX

INFO POSTE

DÉCEMBRE 2014



Coursier Suisse

En route aussi
la veille de Noël et
à la Saint-Sylvestre

Page 8

Centres colis

Parés pour l'avenir

Page 11

LA POSTE 

Dynamique jaune.

Distribution avant Noël – les derniers délais de dépôt

Quand le père Noël prend le relais de la Poste

C'est vrai: la Poste aussi fait une pause pendant les jours de fêtes. Mais avant ceux-ci, c'est le sprint final. Si vous respectez les derniers délais de dépôt figurant sur le tableau, vos lettres et vos colis arriveront encore avant Noël.

- ¹ Dépôt avant 11 h 00 les 24 et 31 décembre.
- ² Prestation non proposée le samedi.
- ³ Distribution garantie les 20/24 et 31 décembre jusqu'à 11 h 00 au lieu de 9 h 00.
- ⁴ Pas d'offre les 24 et 31 décembre.
- ⁵ Pas de distribution le samedi les 27 décembre et 3 janvier.
- ⁶ Pas de distribution le soir les 24 et 31 décembre.
- ⁷ Ces délais s'appliquent uniquement aux centres économiques et aux grandes agglomérations. Il est possible de consulter les durées d'acheminement précises par pays dans les informations internationales sur www.poste.ch/info-int ou de les demander au numéro gratuit URGENT 0800 45 45 45.
- ⁸ Il est possible de consulter les durées d'acheminement précises par pays sur www.swisspost-gls.ch ou de les demander au numéro 0848 858 686. ■ an

Lettres		Colis	
Suisse			
Coursier Suisse «Standard» ^{1,2}	24.12.14	Coursier Suisse «Standard» ^{1,2}	24.12.14
Swiss-Express «Lune» ³	23.12.14	Swiss-Express «Lune» ³	23.12.14
Coursier Suisse «Eclair» ^{2,4}	23.12.14	Coursier Suisse «Eclair» ^{2,4}	23.12.14
Courrier A	23.12.14	PostPac PRIORITY	23.12.14
Courrier B1	19.12.14	PostPac ECONOMY	22.12.14
Courrier B2	16.12.14	Distribution le samedi ⁵	19.12.14
		Pour la distribution le soir le jour même	
		Coursier Suisse ⁶	23.12.14
		Direct ⁶	23.12.14
		Pour la distribution le soir le jour suivant	
		PostPac PRIORITY ⁶	22.12.14
		PostPac ECONOMY ⁶	19.12.14
		VinoLog ⁶	19.12.14
Europe			
Documents URGENT ⁷	22.12.14	Marchandises URGENT ⁷	19.12.14
PRIORITY	15.12.14	Colis GLS ⁸	17.12.14
ECONOMY	08.12.14	Colis PRIORITY	10.12.14
		Colis ECONOMY	03.12.14
Autres pays			
Documents URGENT ⁷	19.12.14	Marchandises URGENT ⁷	18.12.14
PRIORITY	08.12.14	Colis GLS ⁸	12.12.14
ECONOMY	01.12.14	Colis PRIORITY	03.12.14
		Colis ECONOMY	26.11.14



Impressum

Edition: Poste CH SA, Viktoriastrasse 21, 3030 Berne | infopost@poste.ch, www.poste.ch/infoposte
 Rédaction: Poste CH SA: Jasmin Batt (jb), Maja Guldenfels (mgu) | Conception, réalisation: Polyconsult AG, Berne
 BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuenschwander (an) | Lukas Schmid, texte et conception: Lukas Schmid (ls)
 Impression: Staempfli Publications SA, Berne | Changements d'adresse: fax 058 667 33 28
 Parution trimestrielle. Sous réserve de modifications.



MIXTE
 Papier issu de sources responsables
FSC® C005019

Créez vos propres timbres-poste des fêtes



Conférez une note spéciale à vos vœux de fête: en créant votre timbre-poste personnalisé avec WebStamp, vous pouvez donner libre cours à toute votre créativité.

Avec WebStamp, concevez vos propres timbres-poste et produisez-les en ligne. Choisissez simplement une image, un graphique, un élément de texte, votre logo d'entreprise ou un motif de Noël original ainsi que le port souhaité. En quelques clics, agencez le tout proprement: votre timbre-poste personnalisé est déjà fini! Vous imprimez votre WebStamp sur des enveloppes, des cartes de fêtes, des étiquettes classiques ou thermiques ou du papier à lettre. Ainsi, vous pouvez affranchir les lettres et les colis pour la distribution en Suisse ainsi que les lettres pour l'étranger.

Un signe sympathique

Vos clients et vos partenaires se réjouiront de votre timbre-poste personnalisé. Avec un WebStamp, vous exprimez, en plus de votre originalité, votre estime envers le destinataire: souvent, ce sont les petites choses qui en transmettent de bien plus grandes et qui suscitent des émotions. Votre timbre individuel est d'ailleurs gratuit, à part le montant du port. Tout ce dont vous avez besoin pour la conception d'un WebStamp est un ordinateur avec accès Internet et une imprimante. ■ an

www.poste.ch/webstamp

Nicolas – Prix Carte de Noël

Gloire et lauriers pour les meilleures cartes de fêtes

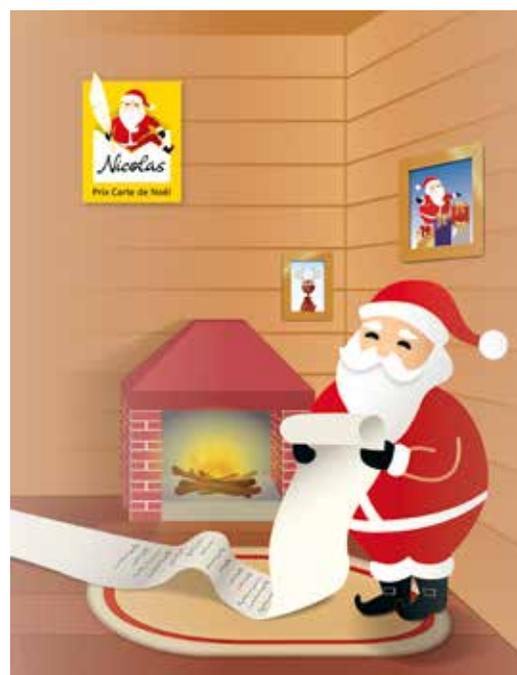
Qui a la plus belle de tout le pays? La plus appropriée? La plus originale? La Poste récompense les plus belles cartes de fêtes dans ces trois catégories avec le Nicolas – Prix Carte de Noël.

Cette année, envoyez-vous un petit bijou de carte de fêtes? Dans ce cas, vous devriez absolument participer au Prix Carte de Noël. Car vous pourriez remporter le prix Nicolas et en même temps, gloire et lauriers pour votre créativité!

Sus au conformisme

On les connaît plus qu'assez: ici un père Noël joufflu, là un renne soufflant et l'étoile qui scintille infailliblement dans le ciel. Des cartes de fêtes de ce type se retrouvent trop souvent directement dans la poubelle de leurs destinataires. Ce n'est pas inéluctable: d'innombrables entreprises le prouvent en envoyant leurs vœux conçus avec amour et habileté et laissant ainsi une impression durable auprès de leurs clients et de leurs partenaires. Avec le prix Nicolas, la Poste récompense le combat de l'esprit contre l'ennui annuel. Participez, le jury se réjouit de recevoir votre carte de fêtes inspirante! ■ an

Formulaire de participation 2014 et gagnants 2013:
www.poste.ch/nicolas



Enthousiasmez le père Noël avec votre création!

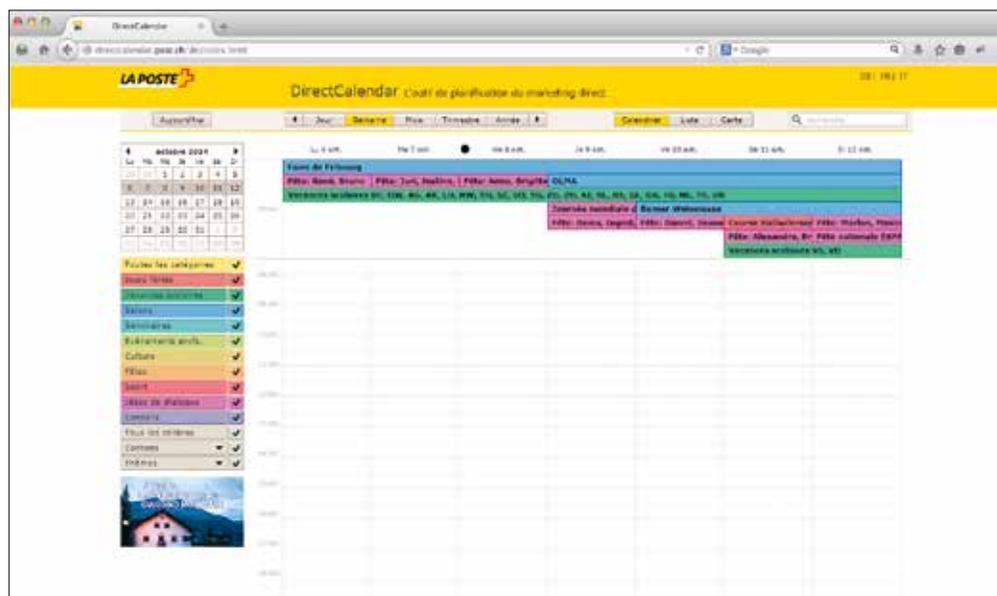
DirectCalendar 2015

Le timing fait la différence

Pour assurer une prospection efficace des marchés, il est bon de savoir quand chacun des groupes cibles peut être atteint. Avec le DirectCalendar Online, vous trouvez la date idéale pour votre prochaine campagne de marketing direct en Suisse et à l'étranger.

Avec les outils de la Poste, des campagnes de marketing direct peuvent être planifiées et mises en œuvre avec exactitude. Le DirectCalendar 2015 vous informe sur les jours fériés et les vacances, les manifestations professionnelles, les salons, les événements et les manifestations sportives en Suisse et désormais aussi dans 19 pays européens.

Le DirectCalendar Online élargi vous informe sur le pourcentage de la population d'une région en question concernée par un jour férié ou par les vacances scolaires. En outre, vous trouvez dans cet outil pratique les manifestations les plus importantes sur le marketing direct, le marketing



Votre aide à la planification pratique: le nouveau DirectCalendar.

et communication et d'autres thèmes apparentés. Les plus grandes manifestations publiques et sportives y figurent également. Elles donnent souvent de bonnes suggestions pour une idée de publipostage saisonnière ou thématique.

Vous pouvez commander gratuitement la version imprimée du DirectCalendar 2015 pour la

Suisse sur www.poste.ch/directcalendar. Vous trouvez également à la même adresse la version en ligne détaillée, avec toutes les dates nationales et internationales. ■ Is

www.poste.ch/directcalendar

Point logistique

Le réseau social pour les logisticiens

Lorsque les logisticiens souhaitent s'échanger sur leur travail, ils le font de préférence avec des spécialistes de leur branche. C'est bien qu'il existe un rendez-vous en ligne où les professionnels de la logistique et les clients commerciaux de la Poste peuvent profiter les uns des autres.

Avec Point logistique, vous êtes toujours informé de tout ce qui est important dans la branche. Avec l'e-newsletter et le flux RSS, vous restez automatiquement au courant, et sous la rubrique «News», vous trouvez en continu les informations les plus récentes sur la branche.

Progresser ensemble

Bien entendu, vous pouvez partager toutes les contributions avec vos collègues ou vos connaissances via Twitter ou Facebook. Ou vous commentez un article et recevez directement une réponse compétente à vos questions dans la colonne des commentaires.

Comment les autres font-ils?

Parfois, l'arbre cache la forêt. Les exemples de best practice du quotidien logistique d'autres entreprises apportent des révélations et de nouvelles perspectives. Mais des articles spécialisés aussi vous procurent de nouvelles approches de solution et des informations de fond. Et si vous butez sur un terme spécialisé qui vous laisse perplexe, le glossaire logistique vous aide avec des explications sur une multitude de termes de la branche. ■ Is

www.poste.ch/pointlogistique

Désormais, My Post 24 est aussi un compartiment

Pratique: dès maintenant, vous pouvez déposer des marchandises pour vos clients dans les automates My Post 24. C'est possible grâce à la nouvelle fonction de compartiment sécurisée.

Exploitez-vous un commerce à proximité d'un site My Post 24? Dans ce cas, le développement des automates à colis innovants devrait vous intéresser. Car grâce à la nouvelle fonction de compartiment, vous pouvez offrir à vos clients un service encore amélioré.

Prolonger en toute légalité les heures d'ouverture du magasin

M^{me} Müller a commandé des médicaments chez le pharmacien M. Studer. Comme elle travaille à l'extérieur, elle ne peut venir les chercher durant les heures d'ouverture de la pharmacie. Que faire? Le pharmacien M. Studer a une bonne idée: il loue un compartiment dans le My Post 24 près de son commerce et y dépose les médicaments. A la location, il reçoit deux codes de retrait, qu'il communique à M^{me} Müller par SMS. Avec ces codes, M^{me} Müller peut ouvrir le compartiment jour et nuit et y retirer ses médicaments. «Super, pense-t-elle, maintenant, mon pharmacien est ouvert 24 heures sur 24!»

Le compartiment futé sans clé

My Post 24 convient pour une multitude de possibilités d'entreposage et de remise. Ainsi, vous pouvez p. ex. y déposer vos clés de maison avant de partir en voyage et envoyer par e-mail le code de retrait à votre personne de confiance. La bonne vieille clé de compartiment fait définitivement partie du passé. Au fait: désormais, les envois Swiss-Express «Lune» peuvent eux aussi être réceptionnés dans l'automate à colis. D'autres nouveautés et sites sont prévus, tenez-vous au courant sur www.poste.ch/mypost24. ■ an

www.poste.ch/mypost24

Le Recommandé prêt pour la boîte aux lettres

Désormais, glissez simplement vos lettres recommandées dans la boîte aux lettres jaune la plus proche.

A partir de maintenant, l'envoi de lettres recommandées devient bien plus simple, grâce à la lettre Recommandé Prepaid. Elle offre une véritable plus-value par rapport aux envois Recommandé habituels: vous ne devez plus la déposer à votre office de poste, mais pouvez la glisser simplement dans n'importe quelle boîte aux lettres de la Poste.

Comment procéder? Détachez simplement l'étiquette d'envoi de la lettre Recommandé Prepaid, collez-la en haut à droite de la lettre, et c'est parti! En outre, la lettre Recommandé Prepaid contient les mêmes prestations qu'un Recommandé habituel: le facteur ne la remet au destinataire que contre signature. Vous pouvez suivre son acheminement en ligne, la responsabilité est incluse et si vous la déposez suffisamment tôt, elle arrive le jour ouvrable suivant chez le destinataire. ■ an

www.poste.ch/recommande

Recommandé Prepaid: la fiche produit

Format:
lettres pour la Suisse jusqu'au format B5 (25 x 17,6 cm), 250 g et 2 cm d'épaisseur max.

Prix: CHF 5.50

Comment l'obtenir?
– l'acheter dans votre office de poste
– le commander en ligne sur le PostShop: www.postshop.ch

Recommandé Prepaid: coller l'étiquette, et c'est parti.





«Avec la Poste, nous avons trouvé un partenaire convaincu d'emblée par l'idée des transports ferroviaires favorables à l'environnement.»

Peter Ziegler, directeur de KS-Europe

KS-Europe

Savoir-faire et solutions pour les transports de moyens publicitaires en Suisse

Pour la livraison de moyens publicitaires et de catalogues en Suisse, KS-Europe mise sur la Poste, et donc sur le transport ferroviaire respectueux du climat.

Know-How & Solutions (en abrégé: KS-Europe) fait partie du Otto Group de Hambourg. L'entreprise assure entre autres le traitement fiable de transports de moyens publicitaires et prend en charge le transport des envois destinés à la Suisse, en collaboration avec la Poste.

De la route au rail

Le Otto Group s'est fixé des directives écologiques ambitieuses pour tout le groupe. C'est pourquoi KS-Europe mise sur le transport ferroviaire comme alternative verte aux courses en camion. Au grand étonnement de Peter Ziegler, directeur de KS-Europe, les sociétés ferroviaires ont montré peu d'intérêt envers l'offre d'activités trifrontalières et peu de disposition à créer les conditions correspondantes. A la Poste, en revanche, la réception fut très positive: «Avec la Poste, nous avons trouvé un partenaire convaincu d'emblée par l'idée des transports ferroviaires favorables à l'environnement, qui a su la mettre en œuvre sans incidence sur les coûts», constate Peter Ziegler avec satisfaction.

Le succès grâce à un suivi complet

Si des transports ferroviaires doivent s'effectuer dans la pratique avec fiabilité, sans détours et sans incidence sur les coûts, une planification précise et la coordination détaillée de toutes les parties impliquées sont nécessaires. Selon Peter

Ziegler, le succès de la coopération avec la Poste se distingue par le fait que toutes les parties impliquées suivent toujours de près le processus global: «Je tiens à souligner le type de la collaboration et les connaissances solides des structures et des tarifs spécifiques aux pays. Peu de partenaires nous offrent une gestion key account si professionnelle avec un suivi client complet sur les thèmes pertinents.»

Du projet pilote à la solution hautement performante

Le projet pilote avec KS-Europe a débuté en 2009 et depuis 2010, la Poste traite les transports intégralement et de façon autonome. Des transports de moyens publicitaires pour KS-Europe sont effectués presque chaque jour, des petits mandats avec quelques palettes aux grandes livraisons avec 1500 palettes et plus. La solution de transport par le rail développée avec la Poste économise des quantités impressionnantes de CO₂ depuis plus de cinq ans et rend superflues d'innombrables courses en camion. Notamment les transports ferroviaires entre les centres de la Poste jouent un rôle positif dans la réduction de la nuisance sur l'environnement.

■ Is

www.ks-europe.com
www.poste.ch/impact

Une performance impressionnante

KS-Europe a démarré en 1972 à Karlsruhe avec la confection de catalogues. Depuis 1996, la production est installée en République tchèque. Aujourd'hui, plus de 1000 collaborateurs travaillent dans quatre sites en Europe sur plus de 40 000 m² de surface et développent des solutions pour des clients dans 30 pays. L'entreprise traite plus de 30 millions de retours, assure plus de 2 millions de contacts téléphoniques avec la clientèle et confectionne 500 millions de moyens publicitaires distribués ainsi que 200 millions d'agrafages par an.

Coursier Suisse

Adieu, le stress de Noël: Coursier Suisse rattrape tous les retards



Livre très vite et partout: Coursier Suisse.

Le 24 décembre ou la veille du jour de l'an: Coursier Suisse prend en charge vos envois urgents chez vous et les distribue sans attendre aux destinataires.

Avec les cadeaux de Noël des clients, c'est toujours la même chose: le sujet apparaît la première fois en juillet sur la liste des échéances et malgré tout, on arrive chaque année à reporter cette tâche jusqu'au dernier moment. Dans de tels cas, Coursier Suisse vient à point nommé: un appel au numéro gratuit 0800 88 88 88 suffit,

vos envois sont pris en charge peu après et vous avez délégué avec succès votre stress de Noël.

Turbo sur demande

Coursier Suisse «Turbo» livre vos envois au sein des agglomérations les plus importantes de Suisse en 30 minutes seulement, et ce garanti. Les moins pressés peuvent choisir entre deux autres alternatives rapides, l'acheminement «Rapide» (60 minutes) ou «Standard» (120 minutes). Le coursier prend en charge l'envoi chez vous (le 24 et le 31 décembre avant 11 heures),

le transporte illico au destinataire et le délivre contre signature.

Pour les prises en charge et/ou les distributions dans tout le pays ou de centre à centre, Coursier Suisse est également le bon choix: il prend en charge vos envois dans toute la Suisse et les livre à des heures de distribution garanties à toutes les adresses en Suisse et au Liechtenstein.

Votre cadeau à l'environnement

Coursier Suisse choisit pour chaque mandat la combinaison parfaite entre vélo, rail et route et réalise ainsi la liaison idéale avec la nuisance la plus faible possible sur l'environnement. Vos cadeaux sont transportés encore plus proprement si vous optez pour le modeste supplément en centimes «pro clima». Dans ce cas, vos cadeaux voyagent sans impact sur le climat, comme s'ils étaient livrés par le traîneau du père Noël. ■ Is

www.poste.ch/coursier-suisse

Adaptations de l'assortiment

Prix stables pour le courrier A et B et pour les colis du service intérieur

La Poste modifiera quelques offres et prix en 2015. Toutefois, la grande majorité des offres restera inchangée, dont les prix pour les lettres du courrier A et B ainsi que les colis du service intérieur.

Comme toute entreprise soucieuse de son avenir, la Poste apporte aussi une attention particulière à son développement économique. A cet égard, elle se penche en particulier sur l'évolution des coûts et vérifie régulièrement ses prix. Les modifications de l'offre et les adaptations de prix prévues pour 2015 concerneront principalement des offres pour clients commerciaux et des offres de niche spécifiques.

Vous trouverez des informations détaillées sur les nouveautés sous les liens suivants. Les nouvelles «Conditions générales Prestations du service postal pour les clients commerciaux» seront publiées le 1^{er} janvier 2015. ■ Is

www.poste.ch/offre15
www.poste.ch/cg

Satisfaction de la clientèle

Les clients donnent de bonnes notes

Les clients commerciaux sont très satisfaits des prestations de la Poste. C'est ce que montre le résultat du sondage de cette année réalisé par un institut d'études de marché indépendant auprès de 10 000 clients.

En 2014, les clients commerciaux ont attribué à la Poste le chiffre élevé de 79 points sur 100 pour l'envoi de lettres en Suisse. Les résultats concernant l'envoi de lettres à l'international sont également réjouissants: Asendia Suisse atteint 77 points dans la satisfaction globale de l'année en cours. Les clients ont décerné le même nombre de points au secteur logistique de la Poste. Les offices de poste ont à nouveau enregistré de très bonnes notes, avec 82 points. La grande satisfaction des clients commerciaux depuis des années réjouit la Poste et confirme que les efforts des collaborateurs portent leurs fruits.

Conseillers et personnel de vente au top

Les clients ayant des envois de lettres nationaux et internationaux se montrent particulièrement satisfaits du conseil individuel des collabora-

teurs de la Poste. Le personnel de vente des offices de poste obtient lui aussi d'excellentes notes. En outre, les offices de poste ont été particulièrement loués pour l'offre de prestations, les heures d'ouverture et le conseil. Dans le secteur de la logistique, les clients commerciaux donnent d'excellentes notes au conseil à la clientèle, aux conducteurs pour la prise en charge et aux facteurs.

Mesure annuelle de la satisfaction

La Poste effectue chaque année une mesure détaillée de la satisfaction de la clientèle. Dans ce but, un institut d'études de marché indépendant questionne par téléphone, par courrier et en ligne environ 10 000 clients commerciaux sur leur satisfaction envers les différentes unités de la Poste. ■ mgu

Cela vaut la peine de sourire

Avec l'indice de satisfaction des destinataires, la Poste mesure la satisfaction des destinataires concernant la qualité de distribution. L'indice se situe depuis des années à un très haut niveau, en 2014 aussi.

Les facteurs sont des ambassadeurs importants et le lien direct de la Poste avec ses clients. Leur amabilité est un des facteurs avec lesquels la Poste peut se distinguer de ses concurrents.

En 2014, l'indice de satisfaction des destinataires de la Poste a atteint 91 points sur 100. Même dans des conditions difficiles, p. ex. rues recouvertes de neige, les facteurs sont perçus comme étant fiables et aimables. Cela est très apprécié des clients expéditeurs, car accompagnés d'un sourire, leurs messages arrivent encore mieux à bon port. ■ ls



En contact direct avec ses clients, la Poste obtient les meilleures notes.

«DirectCases»

Des idées de publipostage toutes fraîches dans un nouvel emballage

Les publipostages papier laissent beaucoup de liberté à la conception créative. La réédition du booklet «DirectCases» présente quelques-uns des meilleurs exemples pratiques.

Comment se laisser inspirer en termes de marketing direct sans devoir ouvrir les boîtes aux lettres des voisins? Avec «DirectCases», c'est possible: cette publication offre une plateforme au publipostage physique et montre comment atteindre des résultats exceptionnels avec des idées percutantes.

Le booklet bien aimé des gros clients, des PME, des agences publicitaires et des écoles présente des exemples réussis et particulièrement origi-

naux du marketing direct. L'édition actuelle se présente sous une forme remaniée: nouveau format, moins de texte mais plus d'images qui parlent d'elles-mêmes. La présentation des cas récompensés par des prix occupe le premier plan.

La réussite démontrée

Le publipostage papier attire fortement l'attention et a une forte valeur de reconnaissance. Il s'adresse à tous les sens des destinataires et peut aussi contenir des annexes et des échantillons de marchandises. De tels arguments tangibles peuvent éveiller la motivation d'achat et déclencher des actions. Les cas présentés ont tous marqué des points par une créativité hors

du commun et convaincu par une grande efficacité dans la prise de contact avec les clients et la réalisation des objectifs. Les publipostages présentés dans le booklet se distinguent par une conception créative et une prise de contact ciblée avec les clients. Aussi, ils doivent absolument être mis à l'honneur et prouvent que les bonnes idées sont la clé du succès.

A commander gratuitement dès maintenant

Le nouveau «DirectCases» existe en français et en allemand. Vous pouvez le commander gratuitement via le lien ci-dessous. ■ Is

www.poste.ch/directcases

Etude d'impact

Bien vu à l'étranger: le courrier de Suisse

Comment les lettres publicitaires suisses sont-elles perçues à l'étranger? Dans le cadre d'une étude indépendante, des particuliers ont été sondés en Allemagne, en Autriche, en France, en Italie, en Chine et aux Etats-Unis.

La publicité directe internationale est un instrument de marketing efficace utilisé par les sociétés suisses de toutes tailles dans tous les secteurs d'activité. Une étude actuelle réalisée par l'institut d'études d'opinion YouGov démontre clairement que la publicité transfrontalière par courrier est ignorée moins souvent et reste plus longtemps en mémoire qu'une publicité en ligne comparable. Dans le déclenchement d'actions d'achat aussi, la publicité transfrontalière par courrier atteint de meilleurs résultats que les offres en ligne.

Le courrier estampillé «Suisse» est apprécié à l'étranger

Dans tous les pays sous étude, la Suisse bénéficie d'une réputation positive. Les personnes interrogées lui attribuent en particulier des produits haut de gamme, une bonne image au

niveau mondial et une grande crédibilité. Tous ces facteurs contribuent à ce que le courrier publicitaire estampillé «Suisse» soit apprécié et fortement considéré à l'étranger.

Les taux d'ouverture sont éloquentes

La publicité en provenance de Suisse atteint des valeurs particulièrement positives quand il s'agit de savoir si les publipostages sont réellement ouverts:

Quelle part des publipostages publicitaires suisses est-elle ouverte?

Allemagne	71%
Autriche	73%
France	87%
Italie	92%
Chine	99%
Etats-Unis	100%

Source: YouGov. Etude sur les lettres internationales 2014

Asendia relie la Suisse au monde

La joint-venture Asendia est le fruit d'un partenariat à parts égales entre les postes suisse et

française. L'entreprise est présente sur le marché transfrontalier global du courrier B2C. Comptant plus de 1000 collaborateurs, Asendia est présente en Europe, en Amérique du Nord et en Asie et dispose de 25 sites dans 15 pays. Asendia Switzerland est en charge des activités suisses à l'importation et l'exportation. ■ Is

Vous pouvez commander simplement et gratuitement l'étude avec la carte de commande se trouvant dans cette publication.

www.poste.ch/directmarketing-international



Savoir ce qui a de l'impact: les résultats de l'étude.

La Poste est prête pour 2020

Le volume des colis en Suisse augmente et cette tendance devrait continuer durant les années à venir. Le moteur principal de cette croissance est un commerce en ligne en plein boom. Il offre à la Poste des perspectives réjouissantes. Mais le succès a son prix: la Poste augmente massivement les capacités de ses centres colis.

On ne peut pas encore chiffrer exactement le nombre de colis que la Poste traitera en 2020. Ce qui est sûr, c'est qu'il sera nettement plus élevé qu'aujourd'hui. Et que la part des envois PostPac PRIORITY aura encore augmenté. Il est tout aussi sûr qu'en 2020, la Poste disposera de suffisamment de capacités pour proposer à sa clientèle ses prestations dans la qualité élevée à laquelle elle est habituée. Elle en pose la base en augmentant la performance de ses centres colis.

Härkingen traite 25 000 colis par heure

L'installation de tri élargie du centre colis de Härkingen est déjà en service depuis juillet dernier. Un deuxième système de tri a été monté directement au-dessus de l'installation existante pour donner naissance à une sorte de biplan dans le-

Plus de performance avec les «biplans».

quel les deux installations sont reliées l'une à l'autre. Résultat: avec l'installation élargie, la Poste peut traiter jusqu'à 25 000 colis par heure, contre un maximum de 20 000 auparavant.

A Frauenfeld, les marteaux et les chalu-meaux sont en action depuis août

Le centre colis de Frauenfeld se rééquipe lui aussi. Selon le même «principe de biplan» qu'au centre de Härkingen, il sera équipé de pistes de tri supplémentaires. La nouvelle installation de tri s'étend sur une longueur de 230 mètres. Les travaux d'extension ont débuté en septembre dernier et la mise en service de l'installation élargie est prévue pour l'été 2015. En étendant ses installations à Härkingen et Frauenfeld, la Poste augmente d'environ un quart la performance de ses installations de tri de colis. Elle examine actuellement dans le cadre d'une étude de faisabilité si et comment elle va étendre les capacités de son troisième centre colis à Dailens. Quoiqu'il en soit: la Poste est parée au mieux pour affronter l'avenir. Les colis en nombre sont les bienvenus. Et même en très grand nombre. ■ an



Vient à bout de 25 000 colis par heure: l'installation de tri élargie à Härkingen.

**OFFRE
POUR LES
LECTEURS**

PostPac Promo

La surprise en 3D – à envoyer maintenant 50 fois gratuitement!

Avec un envoi PostPac Promo, vous entrez dans la troisième dimension du mailing direct, celle de la publicité en 3D qui attire l'attention. Gagnez maintenant l'envoi gratuit de 50 colis de publipostage détonnants d'une valeur de 250 francs!

Ce n'est un secret pour personne: la Terre est ronde. Ce que toutes les entreprises ne savent pas encore, c'est qu'on peut concevoir et envoyer ses publipostages en trois dimensions. Pourtant, cela tombe sous le sens, car avec PostPac Promo, la Poste propose un envoi avantageux, simple et fiable.

Attirer l'attention – niveau avancé

Vos clients vont ouvrir de grands yeux lorsqu'ils recevront votre colis. Car ainsi, vous sortez littéralement du rang des publipostages sous pli à deux dimensions. La Poste distribue vos publipostages 3D directement chez les destinataires, dans toute la Suisse. Votre message peut d'ailleurs avoir un certain poids: de 100 grammes à 5 kilogrammes, tel est le poids autorisé d'un envoi. Vous bénéficiez aussi de beaucoup de liberté dans les dimensions et l'emballage de vos colis. Seule condition: tous vos colis doivent avoir la même taille et le même poids.

Les publipostages 3D conviennent pour une grande variété d'utilisations. Que ce soit des échantillons de produit, des offres spéciales, des invitations ou des cadeaux de Noël: avec PostPac Promo, la Poste distribue tout chez vos destinataires au plus tard le sixième jour ouvrable qui suit le dépôt.

Gagnez 50 frais de port PostPac Promo!

Nous tirons au sort 3 lots de 50 frais de port PostPac Promo d'une valeur de 250 francs chacun parmi nos lecteurs. Participez au concours et marquez des points chez vos clients et vos partenaires!

Comment participer?

Remplissez la carte-réponse et envoyez-la d'ici au 31 décembre 2014. Les gagnants seront informés par écrit. Le tirage au sort ne donnera lieu à aucune correspondance. Tout recours juridique est exclu. ■ an

Bonne chance!

www.poste.ch/postpacpromo

