

## ➤ Les Canadiens préfèrent la poste au courrier électronique



Selon l'étude *Pitney Bowes Canada 2005 Household Mail Preference Study*, plus de la moitié (58 %) des ménages canadiens ayant accès au courrier électronique préfèrent recevoir des documents, lettres et messages par la poste, alors que moins du tiers (30 %) préfèrent les recevoir au moyen de courriels. En ce qui a trait particulièrement à l'information commerciale, notamment sur les nouveaux produits et services, 2/3 des ménages préfèrent la recevoir par la poste, comparativement à 20 % qui optent pour le courrier électronique. De plus, une très grande majorité de répondants (81 %) croient que la poste régulière est plus sécuritaire que les courriels.

Fait intéressant à mentionner concernant les envois non sollicités, les Canadiens sont davantage enclins à ne pas ouvrir ceux reçus par courriel que ceux reçus par la poste (60 % vs 26 %).

Source : Click! Weekly, Direct marketing news

## ➤ Circulaires : Il y a des avantages à faire du porte-à-porte

Selon un sondage *Crop*, les utilisateurs consultent en moyenne le *Publi-Sac* 1,6 fois par semaine et consacrent en moyenne 28 minutes à sa lecture.

Par ailleurs, une étude « non scientifique », menée en juin 2005 par l'équipe de réalisation de ce bulletin, démontre que le secteur de l'alimentation (supermarchés) arrive toujours bon premier au niveau du nombre de circulaires distribuées dans les résidences de la région de Québec.

Au deuxième rang, on retrouve le secteur vestimentaire, suivi toutefois de près par les quincailleries et centres de rénovation. Viennent ensuite les pharmacies (incluant les « centres d'escompte »...) et les commerces en électronique.

En fait, si les grands annonceurs optent avec succès pour ce type de média, il y a sûrement des avantages à se coller à eux et ainsi bénéficier de leur important pouvoir d'attraction.

## ➤ Participez en direct à ce bulletin !

Vous avez un article, des idées, des nouvelles ou des suggestions à nous soumettre ?

Faites-les parvenir au soin de Claude Galarneau à l'adresse suivante : [cgalarneau@agraf.com](mailto:cgalarneau@agraf.com)

Diffusé mensuellement par le biais du courriel, Agrafcible se veut un bulletin d'information qui traite de tous les sujets concernant le marketing direct. Il est possible de s'abonner gratuitement à la version électronique de ce bulletin en complétant le formulaire d'abonnement que l'on retrouve à cette adresse : [www.agraf.com/marketing](http://www.agraf.com/marketing)

## Nous vous invitons à visiter les sites suivants :



➤ Association du marketing relationnel (AMR)

<http://www.amrq.com>

➤ Direct Marketing Association (DMA)

<http://www.the-dma.org>

➤ Infopresse

<http://www.infopresse.com>

➤ Postes Canada

<http://www.postescanada.ca>

➤ Direct Marketing News (DMN)

<http://www.dmn.ca>

➤ AMPQ

<http://www.ampq.com>

Pour en savoir plus sur l'équipe de réalisation de *Agrafcible*, visitez : [www.agraf.com/equipe](http://www.agraf.com/equipe)