



**PAPERSCOPE**

Sens et science du média courrier

## **La mesure d'audience BALmétrie**

**Découvrez  
tout le potentiel  
du média courrier**



**LA POSTE  
SOLUTIONS  
BUSINESS**

# BALmétrie

## La mesure d'audience du courrier publicitaire

### OBJECTIFS DE BALMÉTRIE

**MESURER** l'audience de l'ensemble du contenu de la boîte aux lettres (hors courrier privé) : imprimé publicitaire (IP), courrier publicitaire adressé, courrier relationnel et de gestion, courrier d'information :

- Combien de lecteurs de courriers chaque semaine ?
- Qui sont les lecteurs ? En termes de profil socio-démographique, de comportements d'achats, de loisirs...

**ANALYSER** cette audience par type de courrier et par secteur, croisée par cible marketing.

### MÉTHODOLOGIE



Une mesure marché qui regroupe l'interprofession depuis 2012 :



**TERRAIN** : du 1er janvier au 31 décembre.

Une interrogation tout au long de l'année pour éviter les biais de saisonnalité.

6 000 répondants par an représentatifs de la population française de 15 ans ou +.

01

## RECRUTEMENT DES PANÉLISTES

Questionnaire téléphonique  
Durée : 18 minutes

02

## CARNET DE LECTURE

Remplissage d'un carnet de lecture en auto-administré pendant une semaine.  
Moins de 3 minutes / jour  
**80% remplissage online**  
**20% envoi postal papier**

03

## QUESTIONNAIRE COMPLÉMENTAIRE

Remplissage d'un questionnaire media-marché de 12 pages :

- Consommations médias
- Fréquentation de super, hypermarchés
- Fréquentation d'enseignes spécialisées
- Activités, loisirs, sports pratiqués, voyages...
- Équipements du foyer, de l'individu

### AUDIENCE :

avoir « lu, regardé ou survolé un courrier ».

# BALmétrie

## Principaux résultats

### LA BOÎTE AUX LETTRES, UN CONTACT QUOTIDIEN, PERSONNEL ET NON INTRUSIF

- Plus de 8 Français sur 10 relèvent leur courrier eux-mêmes tous les jours.
- Face au skippable et à l'adblocking, la réception dans la boîte aux lettres, nettement moins intrusive, est bien mieux acceptée.

**33%**

des internautes sont équipés d'un **Adblock\***.

**20%**

des Français possèdent un **Stop Pub** sur leur boîte aux lettres\*.

### LA BOÎTE AUX LETTRES RESTE UN MÉDIA PEU ENCOMBRÉ, ET AVEC DES NIVEAUX DE LECTURE STABLES DEPUIS 3 ANS

- 7 imprimés publicitaires lus en moyenne par semaine\*\*.
- 3 courriers publicitaires adressés lus en moyenne par semaine\*\*.

\*Source : BALmétrie 2017-2018 - Base : Ensemble population 15+

\*\*Source : BALmétrie 2017-2018 – Nombre moyen de lectures par semaine - Sur base lecteurs (hors 0)

\*\*\*Source : BALmétrie 2017-2018 – Audience Semaine Moyenne – Base : Ensemble population 15+

# LE COURRIER PUBLICITAIRE ADRESSÉ TOUCHE CHAQUE SEMAINE PRÈS DE 6 FRANÇAIS SUR 10\*\*\*.



1. 55% de la population française a au moins un contact par semaine avec un courrier publicitaire adressé\*\*\*.
2. Le courrier publicitaire adressé permet de toucher un large éventail de personnes.

ILS LISENT CHAQUE SEMAINE  
UN COURRIER PUBLICITAIRE ADRESSÉ :

**57%**  
des fashion  
addicts\*

**61%**  
des intéressés  
par le jardinage

**59%**  
des personnes  
prêtes à payer  
plus cher pour  
du bio

**65%**  
des hauts  
revenus

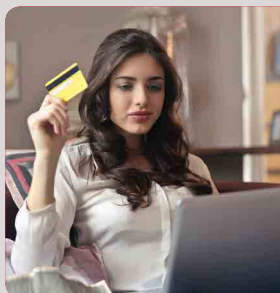
**71%**  
des plus de  
60 ans

\* "Quand j'achète un vêtement, je suis prêt à y mettre le prix : tout à fait d'accord

**UN POTENTIEL DRIVE-TO-WEB DU COURRIER  
ADRESSÉ, NOTAMMENT POUR LES ACTEURS  
DE LA VAD ET DE L'HABILLEMENT.**

**« Après avoir lu, regardé ou survolé ce courrier  
personnel commercial ou relationnel, êtes-vous  
allé(e) sur le site Internet ? »**

ST "est allé sur le site Internet ou a l'intention d'y aller"



**VENTE À DISTANCE**

**23%**



**VÊTEMENTS / MODE /  
ACCESSOIRES**

**17%**

# L'IMPRIMÉ PUBLICITAIRE : UNE PUISSANCE DE CONTACT QUI NE SE DÉMENT PAS, 2/3 DES FRANÇAIS TOUCHÉS CHAQUE SEMAINE !



1. 67% de la population française a au moins un contact par semaine avec un imprimé publicitaire.
2. l'imprimé publicitaire : un levier fédérateur et universel.

ILS LISENT CHAQUE SEMAINE  
UN IMPRIMÉ PUBLICITAIRE :

**66%**  
des CSP+

**66%**  
des  
e-acheteurs

**69%**  
des femmes

**70%**  
des familles  
avec enfants

**74%**  
des utilisateurs  
réguliers de BR

Décodez les nouveaux comportements

**L'IP : UN DÉCLENCHEUR DE VISITE EN  
MAGASIN POUR 45% DES LECTEURS**

**« Après avoir lu, regardé ou survolé cette (ces)  
publicité(s), êtes-vous allé en magasin ? »**

ST "est allé en magasin ou a l'intention d'y aller



**GRANDE  
DISTRIBUTION**

**48%**



**BRICOLAGE /  
JARDINAGE**

**20%**



**AMEUBLEMENT /  
DÉCORATION**

**22%**



# COMMENT NOUS CONTACTER ?

## PAR TÉLÉPHONE



Nos 650 spécialistes entreprises  
sont à votre écoute du  
**lundi au vendredi de 9h à 18h**

(0,30€ TTC/min, à partir d'un téléphone fixe)

## PAR CHAT

[www.laposte.fr/entreprise](http://www.laposte.fr/entreprise)

**Posez toutes vos questions  
et dialoguez en direct**  
avec nos conseillers  
La Poste Solutions Business  
via le chat

## PAR COURRIEL

[service.clients@laposte.fr](mailto:service.clients@laposte.fr)

**Pour des informations** sur nos  
produits, nos services ou nous  
faire part de vos remarques  
ou suggestions

## PAR COURRIER

**Service Clients  
Courrier Entreprises  
99999 LAPOSTE**

Des **formulaires et  
enveloppes T gratuites** sont  
à votre disposition dans les  
établissements de La Poste



**eco  
logic** Neutralité  
Carbone

LA POSTE - S.A. au capital de 3 800 000 000 € - 356 000 000 RCS PARIS -  
Siège social : 9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA - 75015 PARIS - Janvier 2019  
Conception : BestDoc

Imprimé par BestDoc sur du papier issu de forêts gérées durablement.



Crédits photos : Andresr, Gilaxia, Djiledesign, Yulkapopkova, Master1305, Skynesher, Geber86,  
Aleksandar Nacic/iStock, JackF/Adobe Stock.



LA POSTE  
SOLUTIONS  
BUSINESS