



Marketing Intelliposte Guide du client

Consultez le Guide et ses modifications
à postescanada.ca/guidedespostes

En vigueur le 2 juillet 2025

**Courrier
personnalisé^{MC}**



Marketing
individualisé

**Ciblage par
code postal**



Marketing
segmenté

**Courrier
de quartier^{MC}**



Marketing
de masse



Mises à jour importantes

Affiché le 30 mai 2025	En vigueur le 2 juillet 2025		
Description du changement	Emplacement : Module	Emplacement : Modification/ révision	Emplacement : Section
Remplacement de toutes les références et de tous les liens vers le Centre d'affaires en ligne avec des alternatives appropriées.	Exigences de conception Exigences de préparation Paiement et modalités	v 1.1	Dans tous la sections
Le relevé de compte ne sera plus disponible après le 2 juillet 2025.	Paiement et modalités	v 1.1	Règlement des comptes

Affiché le 25 novembre 2024	En vigueur le 13 janvier 2025		
Description du changement	Emplacement : Module	Emplacement : Modification/ révision	Emplacement : Section
Mises à jour du calendrier des données	Données et ciblage	v 1.0	Calendrier de production pour 2025
Suppression de l'exigence d'échantillon obligatoire pour les articles non enfermés dans une enveloppe ou dissimulés dans un emballage	Création d'une Commande Dépôt	v 1.0	Dans toute la section Requis au moment du dépôt
Ajout du code à barres IBAD comme option mécanisable	Exigences de conception	v 1.0	Conception du courrier mécanisable – articles standards et surdimensionnés

Lorsque le document contient une modification ou une révision, le numéro de version est mis à jour comme suit :

- une modification entraîne un changement du premier chiffre (p. ex., de la version 2.0 à 3.0)
- une révision entraîne un changement du deuxième chiffre (p. ex., de la version 1.1 à la version 1.2)
- le numéro de version est remis à 1.0 chaque année, en janvier.

Ciblé. Personnalisé. Physique.



Courriels qui s'empilent, médias sociaux bruyants, alertes texto continuelles, compétition en ligne accrue... Comment se démarquer dans un monde numérique surchargé?

En profitant de la puissance des données, du ciblage hyper précis et de la créativité illimitée que vous offrent nos solutions **Marketing Intelliposte**^{MC}. Joignez les gens chez eux, là où ils prennent leurs décisions importantes, avec le publipostage. Une façon efficace d'optimiser votre budget marketing.

Approche ciblée : tirez parti d'outils de ciblage par les données pour livrer le bon message à la bonne personne.

Relance marketing physique : profitez du courrier programmatique pour relancer la clientèle au bon moment.

Mémorable : livrez une expérience de marque tangible, impossible à rendre en ligne.

Créativité illimitée : laissez votre imagination vous porter vers les possibilités sans fin de ce média physique.

Résultats optimaux : accédez au meilleur rendement publicitaire, taux de réponse et taux de conversion, tous médias confondus.¹

Attrait intergénérationnel : joignez une clientèle plus jeune qui raffole de la pause du numérique offerte par le publipostage.

Amplifiez vos efforts

Seul ou en combinaison avec le numérique, le publipostage améliore vos résultats.

86 %

des responsables marketing considèrent que la combinaison publipostage et médias numériques est la clé du succès.¹

68 %

d'augmentation du trafic en ligne lorsqu'on ajoute le publipostage au numérique.¹

53 %

C'est l'augmentation de pistes de vente obtenue quand on associe le numérique au publipostage.¹

60 %

des gens conservent leurs articles de publipostage pour référence future.²

52 %

des gens mettent à la disposition de leur entourage les articles de publipostage pertinents.²

63 %

des responsables marketing estiment que le publipostage offre le meilleur rendement de tous les médias publicitaires.¹

Le guide *L'indispensable du publipostage*

[Téléchargez-le gratuitement](#) pour tout savoir sur l'art de planifier, développer, intégrer et exécuter des campagnes de publipostages plus efficaces.



1 2023 *The State of Direct Mail*, Lob et Comperemedia, 2023.

2 *À vos marques, prêts? – L'arrivée en force dans le marché de la génération Z*, Postes Canada, 2023.

^{MC} Marques de commerce de la Société canadienne des postes.

Table des matières

Introduction	6
Plan du processus	6
Liens pratiques	6
Autres documents	7
Comment nous joindre	7
Aperçu du service	8
Marketing Intelliposte en un coup d'œil	9
Caractéristiques et options du service	11
Envois non distribuables	13
Objets inadmissibles	13
Sollicitations par courrier	13
Marques	14
Données et ciblage	15
Renseignements utiles pour votre campagne de marketing	17
Aperçu des solutions	18
Comment accéder aux données Marketing Intelliposte	19
Calendrier de production pour 2024	19
Données sur les publics cibles	20
Tarification	22
Mesures incitatives	23
Courrier personnalisé	23
Ciblage par code postal	23
Courrier de quartier	23
Modalités tarifaires	24
Exigences de conception	29
Courrier mécanisable – Articles standard	30
Courrier mécanisable – Articles surdimensionnés	42
Manutention spéciale	48
Courrier de quartier	53



Exigences de préparation	57
Courrier mécanisable	61
Manutention spéciale	65
Courrier de quartier	76
Création d'une commande	83
Comment passer une commande	84
Informations supplémentaires pour les envois Courrier de quartier	87
Dépôt	89
Au moment du dépôt	90
Trouver un lieu de dépôt	91
Lors du dépôt d'articles Courrier de quartier	93
Paiement et modalités	94
Conditions générales pour les clients qui détiennent une convention à commandes	100
Annexes	111
Annexe A : L'empilage en rangées irrégulières	112
Annexe B : Spécifications pour la construction de palettes	114
Annexe C : Poids moyen pondéré	115
Annexe D : Commandes du service Ciblage par code postal	116

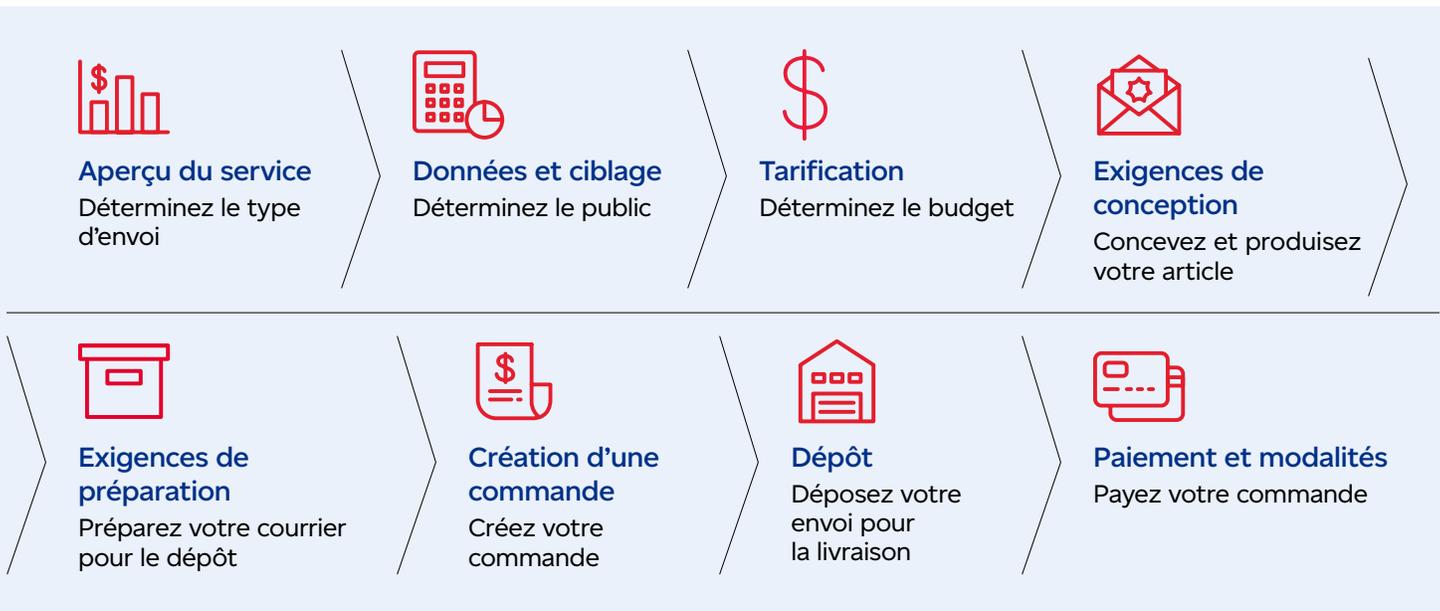


Introduction

Objet du Guide du client

Le *Guide du client pour les services Marketing Intelliposte* fournit les renseignements dont vous avez besoin pour tirer le maximum des différentes solutions de publipostage. En outre, il précise les circonstances et les autres modalités qui s'appliquent à ces services. Assurez-vous d'utiliser la plus récente version du guide, y compris toutes les modifications apportées. Il incombe au client de respecter l'ensemble des plus récentes exigences applicables.

Plan du processus



Liens pratiques

Liens rapides vers des documents complémentaires et des outils :

Renseignements généraux

- [Directives d'adressage](#)
- [Normes de livraison](#) (PDF)
- [Étiquettes](#)
- [Objets inadmissibles](#)
- [Vignettes postales](#)

Outils

- [Outils électroniques d'expédition](#) (OEE)
- [Conseiller en courrier mécanisable](#)
- [Cibleur précis^{MC}](#) – Courrier de quartier

Meilleures pratiques

- [Courrier personnalisé](#)
- [Ciblage par code postal](#)
- [Courrier de quartier](#)

Dépôt de courrier

- Outil [Trouver un lieu de dépôt](#)
- [Emplacements pour le dépôt et heures limites](#)

Guides du client

- Le guide et ses modifications
- [Changements aux tarifs et services](#)

^{MC} Marques de commerce de la Société canadienne des postes.

Autres documents

Courrier personnalisé

[Quand dire – OUI, c'est du Courrier personnalisé](#)

[Vidéos explicatives – Courrier mécanisable](#)

[Courrier mécanisable – Outil d'auto-évaluation](#)

Ciblage par code postal

[Ciblage par code postal – Outil d'auto-évaluation](#)

[Gabarit des dimensions – Orientation horizontale](#)

[Gabarit des dimensions – Orientation verticale](#)

Courrier de quartier

[Marche à suivre pour créer une campagne de publipostage dans les OEE 2.0](#)

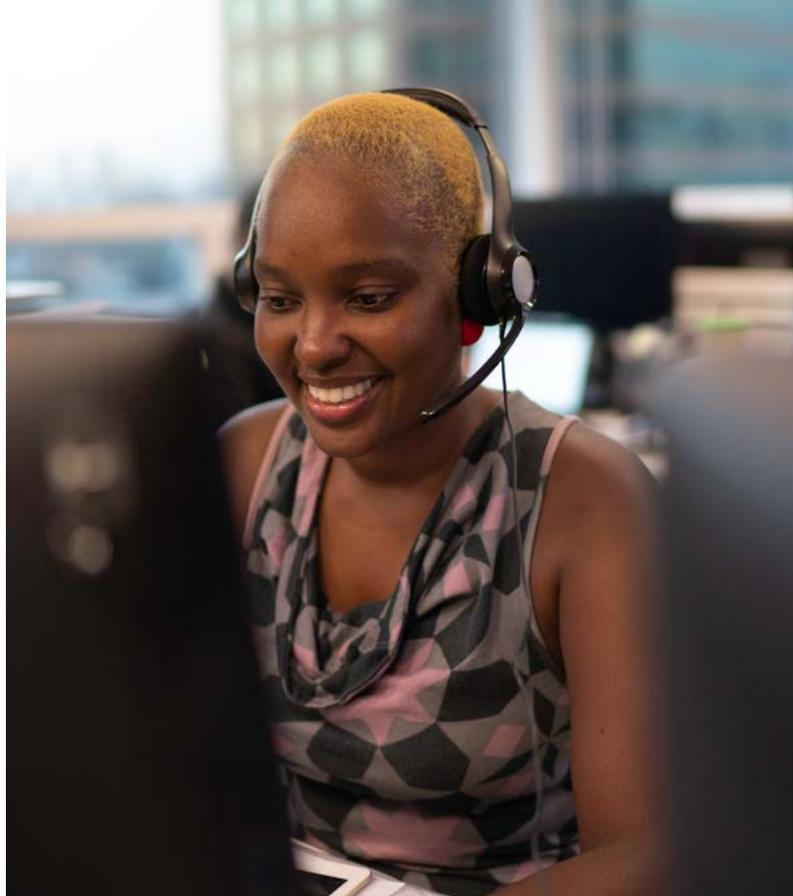
[Courrier de quartier – Marche à suivre pour créer une commande dans les OEE 2.0](#)

[Aide-mémoire – Courrier de quartier OEE 2.0](#)

[Comment importer un fichier Courrier de quartier \(OEE 2.0\)](#)

[Importation des fichiers](#)

[Étape à suivre pour exporter les informations d'étiquette de conteneur du Courrier de quartier en format XML](#)



Comment nous joindre

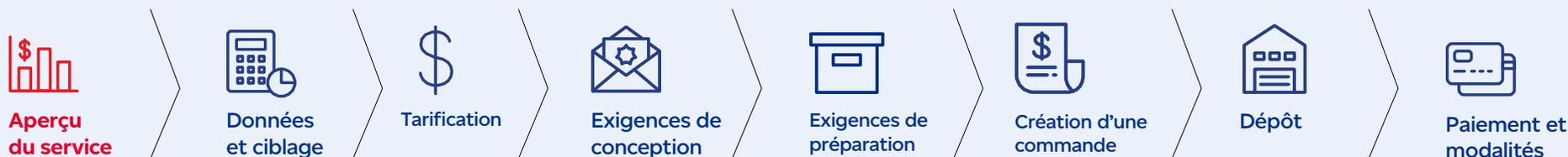
Types de demandes	Site Web/courriel	Numéro de téléphone
Renseignements généraux sur les produits et services	postescanada.ca/servicespostaux	Réseau du service aux entreprises 1-866-757-5480
Outils électroniques d'expédition (OEE)	postescanada.ca/nouvelutilisateur	Service d'assistance technique 1-877-376-1212
Renseignements sur un paiement ou un compte	cmg@postescanada.ca	Groupe de gestion du crédit 1-800-267-7651
Produits et services de données	centre.solutionsdedonnees@postescanada.ca	1-877-281-4137

Marketing Intelliposte
Aperçu
du service



Marketing Intelliposte^{MC}

Aperçu du service



Marketing Intelliposte en un coup d'œil

Description	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal	Courrier de quartier
Description du service	<p>Cible une adresse ou une personne.</p> <p>L'objectif est d'inciter une personne à passer à l'action en faisant ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none">• Promouvoir un produit, un service, un programme ou un événement;• Solliciter un don ou une contribution. Comprend les lettres de remerciement sollicitant des dons futurs, accompagnées d'un reçu fiscal d'organismes de bienfaisance enregistrés;• Présenter des résultats financiers, principalement à des fins promotionnelles;• Appuyer votre programme de carte de fidélité (à l'exception des cartes de crédit ou de débit avec ou sans points de récompense). <p>Les minicatalogues sont admissibles au service Courrier personnalisé. Un minicatalogue est un document imprimé qui comporte une liste de produits à vendre incluant des descriptions, des numéros d'articles et des prix. Les mini-catalogues doivent compter au moins huit pages ou feuillets et respecter les exigences des envois mécanisables standard du service Courrier personnalisé.</p> <p>Les envois doivent être déposés et payés au Canada pour livraison au Canada.</p>	<p>Cible un secteur défini en fonction du code postal.</p> <p>Il vous permet de cibler les zones de codes postaux où habitent des consommateurs qui présentent un profil similaire à celui de vos meilleurs clients. Vous pouvez ainsi pénétrer de nouveaux marchés, cibler des publics similaires, atteindre des communautés spécifiques et optimiser votre ciblage en supprimant les publics existants au profit de l'acquisition.</p> <p>Les envois doivent être déposés et payés au Canada pour livraison au Canada.</p>	<p>Cible un quartier.</p> <p>Il se compose de documents imprimés et d'articles non imprimés comme des échantillons. Ce service permet d'envoyer des documents d'information ou du matériel publicitaire.</p> <p>Plusieurs formats sont acceptés. Voici quelques exemples :</p> <ul style="list-style-type: none">• catalogues• journaux communautaires• envois collectifs• circulaires• échantillons <p>Les envois doivent être déposés et payés au Canada pour livraison au Canada.</p>

Description	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal	Courrier de quartier
Articles inadmissibles	Articles conçus principalement pour fournir aux entreprises et au grand public du matériel pédagogique, des communications transactionnelles ou des renseignements.	Les cartes d'électeurs, les bulletins de vote ou tout autre article envoyé à une personne ou à une entreprise avec des descripteurs personnalisés ou non, tels que « À L'OCCUPANT », par le biais d'un contenu ou de conception créative n'importe où sur l'article.	Tout article considéré comme inadmissible. Tout article pesant plus de 50 g s'il n'a pas fait l'objet d'une autorisation préalable de Postes Canada (voir la section Conception – Courrier de quartier pour plus de détails).
Volume minimal	Courrier mécanisable : 100 articles Manutention spéciale : 1 000 articles	Courrier mécanisable : 100 articles Manutention spéciale : 1 000 articles	<ul style="list-style-type: none"> Distribution complète d'un itinéraire donné; ou distribution complète seulement aux résidences, aux appartements, aux fermes, aux commerces ou une combinaison de ces destinations pour un itinéraire donné. Lorsque l'envoi est destiné à plus d'un itinéraire : <ul style="list-style-type: none"> Un volume inférieur à la distribution complète d'un itinéraire est permis (les articles seront livrés jusqu'à épuisement des quantités fournies, sans ordre particulier).
Normes de livraison ^{1,2}	Courrier mécanisable Grands centres urbains : De 3 à 5 jours ouvrables Hors des grands centres urbains : De 3 à 5 jours ouvrables Centres éloignés ou du Nord : De 3 à 9 jours ouvrables Courrier mécanisable surdimensionné et manutention spéciale Grands centres urbains : De 3 à 8 jours ouvrables Hors des grands centres urbains : De 3 à 9 jours ouvrables Centres éloignés ou du Nord : De 3 à 13 jours ouvrables	Courrier mécanisable : Grands centres urbains : De 3 à 5 jours ouvrables Hors des grands centres urbains : De 3 à 5 jours ouvrables Centres éloignés ou du Nord : De 3 à 9 jours ouvrables Manutention spéciale : Grands centres urbains : De 3 à 8 jours ouvrables Hors des grands centres urbains : De 3 à 9 jours ouvrables Centres éloignés ou du Nord : De 3 à 13 jours ouvrables	Durée du transport Grands centres urbains ³ : De 2 à 7 jours ouvrables Hors des grands centres urbains : De 2 à 9 jours ouvrables Centres éloignés ou du Nord : De 2 à 13 jours ouvrables Les normes de livraison sont établies en additionnant la durée du transport et du cycle de livraison ⁴ . Cycle de livraison Épaisseur/poids = jours 19 mm (0,75 po)/jusqu'à 200 g = jusqu'à 3 jours 25 mm (1 po)/jusqu'à 300 g = jusqu'à 4 jours 25 mm (1 po)/jusqu'à 500 g = jusqu'à 9 jours
Caratéristiques	• Réacheminement du courrier	S.O.	• Choix des consommateurs
Options	• Adresse de retour • Renvoi à l'expéditeur	S.O.	• Transport • Date de début de livraison précisée

- Les normes de livraison sont établies à partir du jour de dépôt (jour 0) auquel est ajouté le nombre de jours ouvrables que requiert la livraison. Le nombre de jours indiqué ne comprend pas le jour du dépôt, les fins de semaine ni les jours fériés. Les dépôts effectués la fin de semaine et les jours fériés sont considérés comme ayant été déposés le jour ouvrable suivant.
- Estimations en jours ouvrables. Les normes de livraison ne sont pas garanties. Pour plus d'information, consultez la page [Normes de livraison](#).

- La durée du transport s'applique au délai nécessaire pour transporter le courrier local jusqu'aux autres installations situées dans la même région géographique. Dans tous les autres secteurs (p. ex., les secteurs ruraux), la distribution locale se rapporte au bureau de livraison précis à partir duquel les articles seront livrés.
- Pour les itinéraires non desservis par facteur, le cycle de livraison, en jours ouvrables, est de 1 jour pour les articles pesant jusqu'à 500 g (17,64 oz) et de 3 à 5 jours pour les articles pesant jusqu'à 1 000 g (35,3 oz) avec une épaisseur maximum de 3,81 cm (1,5 po).

Caractéristiques et options du service

Une **caractéristique** est comprise dans le service de base. Une **option** est une valeur ajoutée au service qui n'est pas automatiquement offerte dans le cadre du service de base.

Courrier personnalisé

Caractéristiques

Réacheminement du courrier

Un article qui ne peut être livré à l'adresse indiquée parce que le destinataire a déménagé sera réacheminé sans frais supplémentaires si une demande de réacheminement du courrier est en vigueur.

Les articles portant le nom du destinataire suivi de la mention « OU À L'OCCUPANT » ou d'une mention semblable et ceux portant un descripteur non personnalisé (y compris « À L'OCCUPANT ») ne seront pas réacheminés. En pareil cas, l'article sera livré à l'adresse de destination initiale indiquée.

Le service de réacheminement du courrier n'est pas offert pour les articles de la catégorie Courrier personnalisé extradimensionnel.

Options

Adresse de retour

Si une adresse de retour est utilisée, elle doit être canadienne. Les adresses de retour doubles sont acceptables, à condition qu'il y ait une adresse de retour au Canada. Postes Canada ne retourne pas les articles à des adresses à l'extérieur du Canada.

L'adresse de retour imprimée peut varier d'un article à l'autre, à condition que l'envoi provienne du même propriétaire de courrier (par exemple, le numéro de client doit être le même pour tous les articles).

Renvoi à l'expéditeur

Les articles Courrier personnalisé qui ne peuvent être livrés à l'adresse indiquée seront renvoyés à l'expéditeur si :

- l'option Renvoi à l'expéditeur a été sélectionnée à la création de la commande;
- l'article porte la bonne vignette postale Port de retour garanti. Consultez l'[Outil de vignette postale](#) pour obtenir plus de renseignements au sujet de la vignette postale;
- l'article est destiné à une adresse pour laquelle aucune demande de réacheminement du courrier n'est en vigueur pour le destinataire;
- une seule adresse de retour figure à l'extérieur de l'article, et cette adresse se trouve au Canada.

Si aucune demande de réacheminement du courrier n'est en vigueur pour le destinataire et que l'article ne porte pas la vignette postale Port de retour garanti appropriée, l'article sera considéré comme un envoi non distribuable et jeté ou recyclé, à la discrétion de Postes Canada.

Les articles portant le nom du destinataire suivi de la mention « OU À L'OCCUPANT » ou d'une mention semblable et ceux portant un descripteur non personnalisé (y compris « À L'OCCUPANT ») ne seront pas renvoyés à l'expéditeur. En pareil cas, l'article sera livré à l'adresse de destination initiale indiquée.

Le service Renvoi à l'expéditeur n'est pas offert pour les articles de la catégorie Courrier personnalisé extradimensionnel ou pour les articles affranchis à la machine. Ces articles seront traités comme des envois non distribuables.

Ciblage par code postal

Caractéristiques

Suppression de vos clients actuels d'une liste de distribution que vous commandez

Exploitez le pouvoir de la suppression des données et ne ciblez que de nouveaux clients potentiels. Vous pouvez supprimer sans frais jusqu'à 25 000 enregistrements de vos listes d'envoi. Si vous commandez une liste de distribution contenant plus de 25 000 enregistrements pour un envoi avec Ciblage par code postal, vous pouvez alors demander la suppression du double du nombre d'adresses visées. Les demandes de suppression allant au-delà de ce volume feront l'objet de frais.

Données de ciblage

Utilisez les renseignements sur les données pour sélectionner les meilleurs codes postaux pour vos besoins (inclus avec votre campagne).

Rapport sommaire

Un rapport récapitulatif indiquant le nombre de codes postaux et d'adresses jointes pour vos analyses post-campagne.

Courrier de quartier

Caractéristiques

Choix des consommateurs

Vous pouvez effectuer un ciblage plus efficace en respectant la volonté des consommateurs qui indiquent ne pas souhaiter recevoir de courrier sans adresse.

Lorsqu'une personne au Canada choisit de faire partie du programme Choix des consommateurs, nous continuerons de livrer les articles suivants :

- Journaux communautaires (sans pièces jointes ni encarts commerciaux) – seuls les encarts d'intérêt public sont acceptables (voir la section [Création d'une commande](#)).
- Envois d'intérêt public (plutôt que d'intérêt commercial) de la part des ministères et organismes gouvernementaux fédéraux, provinciaux et territoriaux, ainsi que des administrations municipales ou des conseils de bande.
- Envois d'Élections Canada, du directeur général des élections d'une province ou d'un territoire et des responsables des élections municipales (ou du scrutateur), y compris les envois de partis politiques et de candidats au cours d'une élection.

Consultez la page [Cibleur précis](#) pour connaître la répartition des points de livraison comportant ou non ces avis.

Options

Transport

Si vous souhaitez déposer l'envoi au complet à un seul point de dépôt, nous veillerons au transport de vos articles à l'installation de livraison appropriée moyennant des frais. Les frais de transport ne s'appliquent pas lorsque vous apportez vos articles directement à l'installation de livraison.

Date de début de livraison précisée

Si vous souhaitez préciser une date de début de livraison pour l'ensemble de votre envoi (par exemple, commencer la livraison le même jour dans toutes les installations de livraison), vous devez sélectionner cette option lorsque vous créez votre commande dans les OEE.

Pour connaître les exigences en matière de dépôt, consultez la section [Dépôt](#).

Envois non distribuables

Courrier personnalisé

Un article sera traité comme non distribuable dans les situations suivantes :

- l'adresse indiquée sur l'envoi est incomplète ou invalide;
- l'envoi est destiné à une adresse inexistante;
- le destinataire refuse l'article;
- la livraison est interdite par la loi;
- l'article ne peut être livré à l'adresse pour toute autre raison.

Nous éliminerons ou recyclerons les articles non distribuables à notre discrétion.

Ciblage par code postal

Les envois sont non distribuables si :

- l'adresse indiquée sur l'article est non valide ou illisible;
- le destinataire refuse l'article;
- la livraison est interdite par la loi;
- l'article ne peut être livré à l'adresse pour toute autre raison.

Nous éliminerons ou recyclerons les articles non distribuables à notre discrétion.

Courrier de quartier

Nous éliminerons ou recyclerons les articles non distribuables à notre discrétion.

Sollicitations par courrier

Les sollicitations (offres) qui ont l'apparence générale d'une facture ou d'un relevé de compte et qui ne nécessitent aucun paiement à moins que l'offre ne soit acceptée doivent satisfaire aux obligations réglementaires stipulant les exigences en matière de libellé et de format.

Objets inadmissibles

En général, les objets inadmissibles sont des articles qui :

- sont défendus par la loi (c.-à-d. qu'ils sont illégaux, obscènes ou frauduleux);
- ne peuvent être expédiés parce qu'ils ne respectent pas certaines caractéristiques physiques ou certaines exigences relatives aux marques;
- contiennent des produits ou des substances qui pourraient :
 - blesser les personnes qui manipulent le courrier;
 - endommager le matériel postal ou d'autres articles de courrier;
 - coincer d'autres articles de courrier;
- contiennent du cannabis. Consultez la section [L'ABC de l'expédition](#) du *Guide des postes du Canada* pour connaître les exigences spécifiques relatives à la promotion du cannabis.
- contiennent du matériel sexuellement explicite à moins qu'ils ne se trouvent dans une enveloppe opaque portant la mention « MATÉRIEL POUR ADULTES » ou toute mention semblable.

Pour en savoir davantage sur les articles inadmissibles, consultez la section [Objets inadmissibles](#) du *Guide des postes du Canada*.

Pour connaître les exigences officielles relatives au [Règlement sur les sollicitations par la voie du courrier](#), reportez-vous à la [Loi sur la Société canadienne des postes](#).

Marques

Les clients peuvent utiliser le logo « Livré par » sur les articles livrés par Postes Canada après avoir obtenu le consentement écrit du directeur ou de la directrice, Marketing et marque, ou de la personne déléguée. Vous pouvez communiquer avec ces personnes à l'adresse info.marque@postescanada.ca. Les illustrations se trouvent dans la page [Logos de Postes Canada](#).

Toute utilisation non autorisée constitue une infraction aux termes de la [Loi sur la Société canadienne des postes](#), ainsi qu'une atteinte aux marques de commerce et aux marques officielles de Postes Canada.

Tout article sera considéré comme un objet inadmissible s'il porte, à l'extérieur, une marque ou une étiquette possédant l'une des caractéristiques suivantes qui n'a pas été fournie ou autorisée par Postes Canada :

- certaines marques qui pourraient être confondues avec les indicatifs, les services ou les vignettes de Postes Canada. Elles ne doivent pas être utilisées. Voici quelques exemples :
 - toute illustration susceptible d'être prise pour un timbre-poste, une empreinte d'affranchissement, une étiquette de service ou toute autre marque qui laisse supposer que l'affranchissement a été acquitté;

- toute étiquette ou mention indiquant que l'objet recevra un traitement particulier, qu'il sera livré plus rapidement, comme les mentions « prioritaire » ou « express », ou que vous recevrez un service que vous n'avez pas acheté. (Cependant, le client peut apposer sur les articles des étiquettes à l'intention du destinataire qui présentent des directives clairement et uniquement liées au contenu de l'envoi et qui n'auront pas pour effet de faire de celui-ci un objet inadmissible. Par exemple, les articles peuvent porter les mentions « URGENT » ou « RENSEIGNEMENTS IMPORTANTS À L'INTÉRIEUR ».)
- toute reproduction d'une étiquette, d'une mention ou d'une marque utilisée par Postes Canada qui pourrait créer une confusion et avoir des répercussions sur le traitement de l'article, par exemple une confusion quant au service pour lequel le client a payé.

Il vous incombe d'obtenir l'approbation de Postes Canada avant de procéder à l'impression de ces étiquettes, messages ou autres marques.



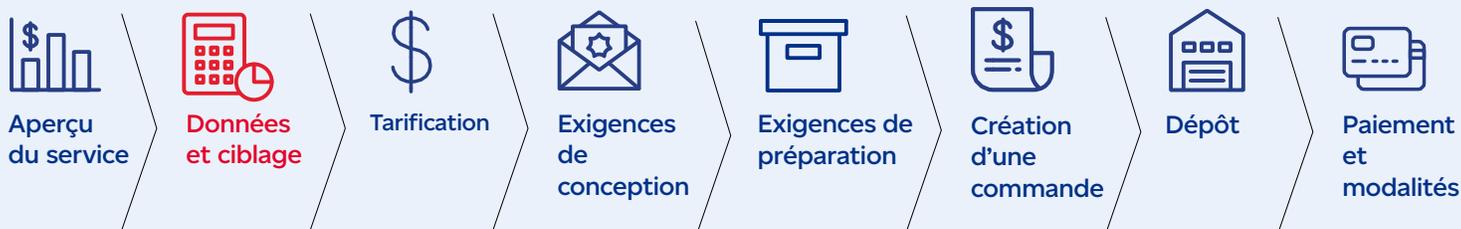
Marketing Intelliposte Données et ciblage

Trouvez et ciblez le bon public pour
augmenter les ventes, obtenir des
renseignements et réduire les coûts



Marketing Intelliposte^{MC}

Données et ciblage



La section Données et ciblage explore plus à fond les solutions de gestion et de ciblage des données de Postes Canada comme un élément de l'approche Marketing Intelligente. Optimisez vos campagnes en utilisant les données pour cibler les clients les plus prometteurs, mettez votre marque directement entre les bonnes mains et augmentez les taux de réponse de façon rentable.

1. Clientèle

Cernez les clients potentiels qui sont plus susceptibles d'acheter vos produits et vos services.

2. Économie de coûts

Économisez de l'argent en évitant de créer et d'envoyer des articles qui ne seront pas pertinents pour les destinataires.

3. Résultat

Maximisez le rendement de votre capital investi.

4. Ciblage de votre public

- Apprenez à bien connaître vos clients :
 - Quel comportement adoptent-ils?
 - Où habitent-ils?
 - Quel est leur style de vie?
 - De quel groupe démographique font-ils partie?
- Si vous n'avez pas de clients :
 - Utilisez votre situation géographique pour cerner des secteurs d'envoi potentiels.

5. Options de ciblage de Postes Canada

- Intérêts et comportements (p. ex., passe-temps, champs d'intérêt, déplacements)
- Attributs d'adresse (p. ex., noms des consommateurs, numéros de téléphone, types de logements)
- Mode de vie et étape de la vie (p. ex., amateurs de divertissements, nouveaux parents, nouveaux mariés, personnes qui déménagent)
- Données démographiques (p. ex., tranche d'âge, sexe, revenu, niveau d'éducation)

Renseignements utiles pour votre campagne de marketing

Options	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal	Courrier de quartier
Couverture	Adresse postale (une seule adresse)	Codes postaux (environ 20 adresses) par mode de livraison	Itinéraires postaux (environ 500 adresses) par mode de livraison
Données	Fournissez une liste de vos clients actuels ou vos listes louées.	Déterminez les codes postaux que vous voulez cibler et supprimez les adresses de vos clients actuels de la liste.	Ciblez les meilleurs itinéraires en fonction de la géographie et des renseignements démographiques.
Adressage	Adresse complète, avec ou sans nom	Courrier mécanisable : Le fichier d'adresses non personnalisées de Ciblage par code postal est demandé et reçu de Postes Canada. Le fichier sera utilisé pour imprimer l'adresse non personnalisée sur l'article que Postes Canada livrera. Manutention spéciale : Le fichier d'adresses non personnalisées du service Ciblage par code postal est demandé et reçu de Postes Canada. Le fichier sera traité par un fournisseur reconnu du Programme d'évaluation et de reconnaissance de logiciel (PERL) qui imprimera et préparera l'envoi en vue du dépôt à Postes Canada pour livraison.	Aucun

S'applique uniquement au service Courrier de quartier : À l'échelle locale ou nationale, dirigez votre message vers un secteur en fonction d'un seul itinéraire ou à de nombreux itinéraires au pays. Vous pouvez affiner votre ciblage pour atteindre des types d'adresses précis.

Ciblez votre message pour les types d'adresse suivants :

Maisons

Il s'agit de logements résidentiels qui peuvent être isolés, jumelés ou en rangée. Ces logements sont dotés d'entrées distinctes.

Appartements

Il s'agit d'unités résidentielles autonomes situées dans un immeuble à unités multiples, élevé ou peu élevé, composé d'au moins trois de ces unités partageant une entrée commune.

Commerces

Il s'agit de bâtiments et de structures dont la principale activité est de nature commerciale, industrielle ou institutionnelle (comprend, entre autres, les églises, les hôpitaux, les centres de soins et les écoles).

Fermes

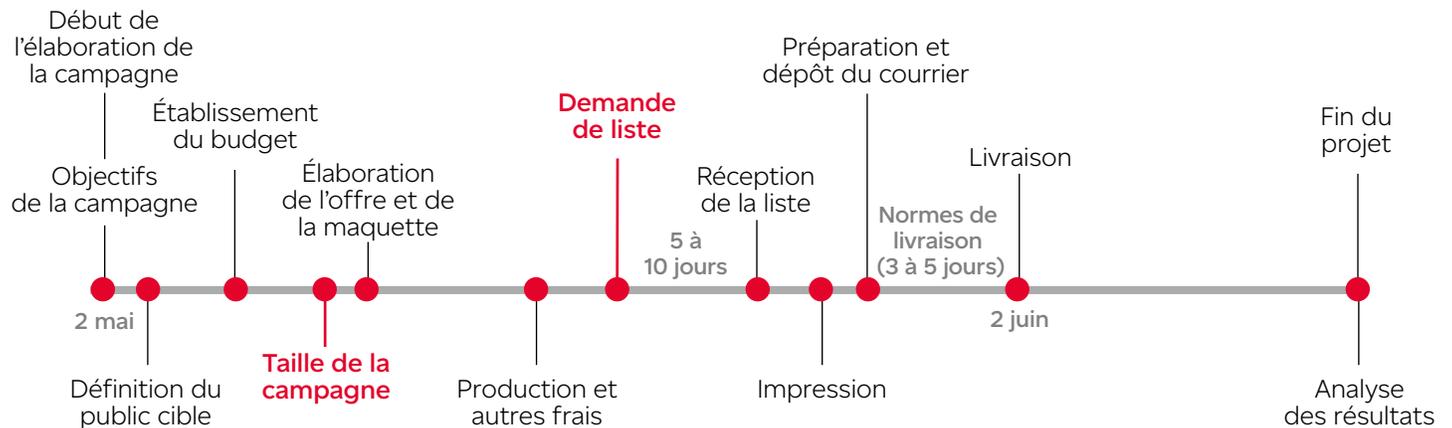
Il s'agit de bâtiments de résidence et d'exploitation associés à une parcelle de terrain donnée (p. ex., champs) servant à l'agriculture, à l'élevage de bétail ou à la pisciculture.

Si une maison ou un appartement servant de résidence abrite un commerce, le point de remise doit être classé dans la catégorie des maisons ou des appartements.

Où ce service se situe-t-il dans votre plan de marketing?

Lors de la planification d'un envoi, deux étapes importantes doivent être incluses dans le calendrier de la campagne après que les objectifs et les budgets ont été établis :

1. **Taille de la campagne** : Demandez un décompte pour le marché cible auquel vous voulez envoyer du publipostage, y compris les principaux critères de ciblage. Cette étape prend environ de trois à cinq jours ouvrables. Une demande de décompte vous fournit une estimation du nombre d'articles de courrier qui doivent être imprimés.
2. **Demande de liste** : Demandez une liste de distribution correspondant à la taille de votre campagne. Cette étape doit être effectuée bien avant la date d'impression, et il faudra un minimum de cinq à dix jours ouvrables pour remplir la demande.



Aperçu des solutions

Catégorie	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal	Courrier de quartier
Renseignements	Misez sur l'analyse des données pour découvrir quels acheteurs composent votre public le plus prometteur et où ils vivent. Ces renseignements peuvent être exploités pour créer des stratégies de campagne qui répondent à vos objectifs.	Identique à Courrier personnalisé	Identique à Courrier personnalisé
Ciblage	<ul style="list-style-type: none"> • Listes de consommateurs • Listes d'entreprises • Services de gestion des données • Services professionnels 	<ul style="list-style-type: none"> • Services professionnels • Logiciels de l'industrie 	<ul style="list-style-type: none"> • Services professionnels • Cibleur précis
Mesure	Mesurez les résultats et l'incidence de votre campagne Marketing Intelliposte grâce à l'analyse des réponses et aux données sur l'attribution de l'achalandage.	Identique à Courrier personnalisé	Identique à Courrier personnalisé
Produits de données sous licence	<ul style="list-style-type: none"> • Données sur les adresses des points de remise 	S.O.	<ul style="list-style-type: none"> • Données sur les chefs de ménage • Données sur les chefs de ménage – Élite

Postes Canada peut fournir les listes les plus complètes qui répondent à nos normes d'adressage. Les listes peuvent comprendre des noms d'entreprises, des noms de consommateurs, des noms lorsque disponibles ou des adresses seulement. Affinez votre ciblage en fonction des attributs qui correspondent à vos clients potentiels les plus prometteurs.

Il est facile d'accéder aux listes ou aux données de Postes Canada, et ce, toujours dans le respect des meilleures pratiques et des lois en matière de protection de la vie privée.

Comment accéder aux données Marketing Intelliposte

Parlez à un spécialiste en remplissant le [formulaire disponible en ligne](#). Un agent examinera votre soumission et communiquera avec vous. Si vous avez des questions, communiquez avec nous en composant le **1-877-281-4137**.

À quel moment Postes Canada téléverse-t-elle des fichiers de données?

Pour les personnes qui souhaitent créer et mesurer leurs propres campagnes Courrier personnalisé ou Courrier de quartier de Postes Canada, des produits de données sous licence sont offerts.

Nous mettons de nouveaux fichiers de données à votre disposition tous les mois pour que les renseignements que vous utilisez soient toujours les plus à jour. Une fois qu'une convention de licence d'utilisation des données aura été remplie et signée, nous vous fournirons un accès au portail SFTP contenant les données.

Calendrier de production pour 2025

Téléversement des données sur le SFTP	Date de mise en œuvre des réorganisations	Valide pour les envois expédiés du
6 décembre 2024	13 janvier 2025	10 janvier 2025 au 13 février 2025
3 janvier 2025	17 février 2025	14 février 2025 au 13 mars 2025
7 février 2025	17 mars 2025	14 mars 2025 au 10 avril 2025
7 mars 2025	14 avril 2025	11 avril 2025 au 8 mai 2025
4 avril 2025	12 mai 2025	9 mai 2025 au 12 juin 2025
2 mai 2025	16 juin 2025	13 juin 2025 au 17 juillet 2025
6 juin 2025	21 juillet 2025	18 juillet 2025 au 14 août 2025
11 juillet 2025	18 août 2025	15 août 2025 au 11 septembre 2025
8 août 2025	15 septembre 2025	12 septembre 2025 au 16 octobre 2025
5 septembre 2025	20 octobre 2025	17 octobre 2025 au 13 novembre 2025
10 octobre 2025	17 novembre 2025	14 novembre 2025 au 11 décembre 2025
7 novembre 2025	15 décembre 2025	12 décembre 2025 au 8 janvier 2026
5 décembre 2025	12 janvier 2026	9 janvier 2026 au 12 février 2026

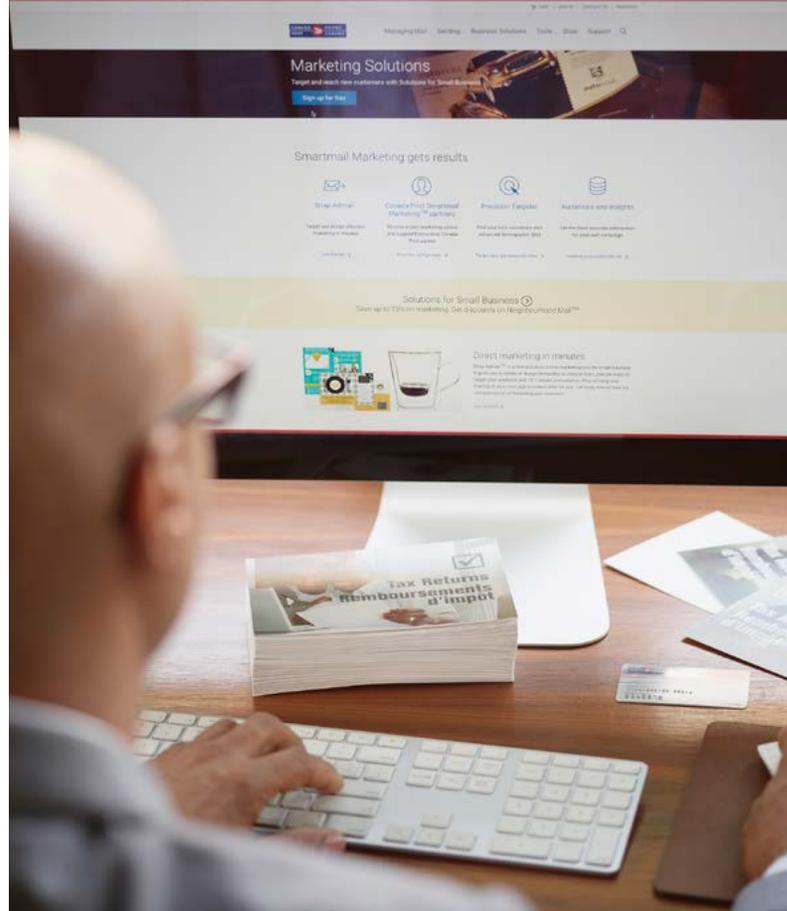
Données sur les publics cibles

Nos données des publics cibles fournissent des renseignements qui peuvent vous aider à planifier et à analyser une campagne de marketing. Voici ce que nous pouvons vous aider à faire :

- Analyser les profils (votre base de données, votre zone commerciale, une adresse de client, une liste de codes postaux ou une zone géographique).
- Déterminer la pénétration du marché
- Comprendre la proximité du client par rapport à votre magasin.
- Visualiser vos données sur une carte pour explorer des possibilités de marketing.
- Mesurer les résultats de la campagne.

Comment ces données peuvent-elles aider votre campagne de marketing?

Les données sur les publics cibles peuvent vous aider à prendre des décisions pour planifier une campagne efficace, puis à analyser son rendement.



Type et définition

Analyse de profil

Sachez quelles sont les caractéristiques uniques de vos clients grâce à l'analyse de profil. Voici quelques facteurs :

- **Analyse démographique du marché** – Découvrez qui vit à proximité de votre entreprise pour faire un meilleur ciblage.
- **Analyse démographique du client** – Adaptez votre message selon les habitudes de vie, la catégorie d'âge, l'origine ethnique et d'autres paramètres spécifiques à vos clients.

Analyse des réponses

Le rapport d'analyse des réponses vous aide à évaluer le succès de votre campagne de marketing et offre un aperçu des caractéristiques qui distinguent les consommateurs qui ont un meilleur taux de réponse (les répondants par rapport à la liste des clients ciblés).

Analyse de géolocalisation

Établissez le profil des visiteurs de votre magasin à l'aide des données mobiles sur l'achalandage.

Attribution de l'achalandage

Ce service fournit des renseignements sur le rendement de votre campagne relativement à un emplacement physique.

Analyse de pénétration

Adresses en fonction de l'itinéraire : pourcentage des ménages faisant partie de votre base de données pour chaque itinéraire.

Codes postaux en fonction de l'itinéraire : pourcentage des codes postaux faisant partie de votre base de données pour chaque itinéraire.

Analyse de la proximité

Déterminez la distance que parcourent vos clients pour se rendre à votre magasin.

Visualisation

Découvrez comment vos données client recoupent les emplacements des magasins, les résultats des campagnes précédentes et les caractéristiques clés du public cible pour vous aider à affiner votre stratégie de ciblage et à optimiser vos résultats de publipostage.





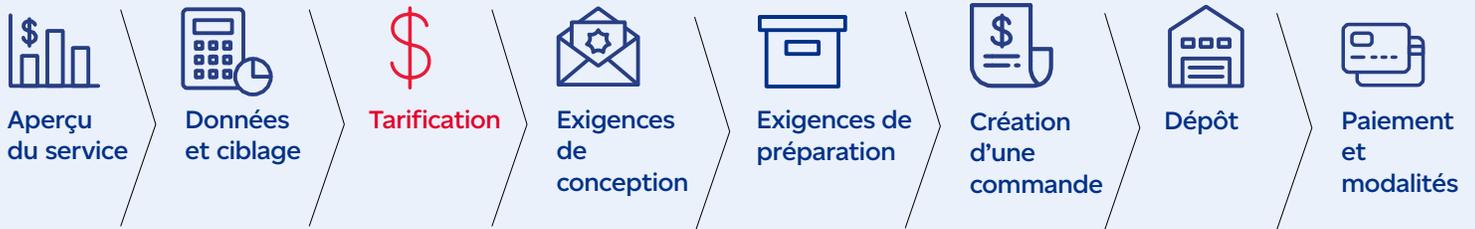
Marketing Intelliposte Tarification

Découvrez tout ce qu'il faut savoir
sur notre tarification



Marketing Intelliposte^{MC}

Tarification



Afin de pouvoir accéder aux tarifs, vous devez respecter toutes les exigences relatives au service pertinent. Les clients admissibles peuvent avoir droit à certaines réductions s'ils signent une convention. Tous les tarifs peuvent faire l'objet de réductions, de frais, de suppléments, de rajustements et de taxes.



Mesures incitatives

De temps à autre, les clients admissibles peuvent se voir offrir des réductions ou des rabais dans le cadre de campagnes promotionnelles ou pour avoir fourni un témoignage sur la façon dont nos services Marketing Intelliposte les ont aidés à atteindre leurs objectifs d'affaires.

Courrier personnalisé

Le service Courrier personnalisé favorise l'engagement individuel des clients dans le but de privilégier la fidélisation et la rétention. Maximisez vos relations. Tissez des liens plus serrés avec vos clients. Personnalisez votre approche.

Pour obtenir des informations sur la tarification, visitez la page [Changements aux tarifs et aux services](#).

Ciblage par code postal

Le service Ciblage par code postal vous permet de cibler à l'échelle du code postal, avec la possibilité d'exclure les adresses des clients actuels afin d'optimiser les efforts d'acquisition et de promotion. Bon rapport qualité-prix. Utilisation efficace des données. Ciblage de grande précision.

Pour obtenir des informations sur la tarification, visitez la page [Changements aux tarifs et aux services](#).

Courrier de quartier

Le service Courrier de quartier permet de joindre toutes les maisons et tous les appartements d'une région ou d'un quartier précis, n'importe où au Canada. Joignez tout le monde. Dénichez des clients. Élargissez la portée de vos campagnes.

Pour obtenir des informations sur la tarification, visitez la page [Changements aux tarifs et aux services](#).

Modalités tarifaires

CP = Courrier personnalisé

CCP = Ciblage par code postal

CQ = Courrier de quartier

Service et description	CP	CCP	CQ
Tarif compensatoire	oui	oui	S.O.
<p>Un montant d'affranchissement supplémentaire payable correspondant à la différence entre le volume réel et le volume minimal requis lorsqu'un envoi ne respecte pas l'exigence de volume minimal.</p> <p>Par exemple : 85 articles de courrier mécanisable sont déposés, alors que le volume minimal requis est de 100 articles de courrier. Donc, l'envoi est assujéti à un tarif compensatoire pour l'équivalent de 15 articles.</p> <p>Le tarif compensatoire par article correspondra au tarif le plus bas de la catégorie de service que vous utilisez.</p> <p>Remarque : Consultez les grilles tarifaires des services Courrier personnalisé et Ciblage par code postal pour connaître le tarif compensatoire applicable au courrier nécessitant une manutention spéciale.</p>			
Tarif progressif	oui	oui	oui
<p>Processus de tarification selon lequel l'article est assujéti à un tarif de base plus des frais supplémentaires par gramme pour chaque article qui dépasse le poids de base.</p>			
Vignette postale	oui	oui	S.O.
<p>Une vignette postale est une preuve de paiement qui se trouve dans la zone d'affranchissement d'un article de courrier (conditions de téléchargement, spécifications et maquettes dans notre Outil de vignette postale).</p> <p>Les vignettes postales ne sont pas acceptées sur les articles Courrier de quartier, à l'exception de la vignette Correspondance-réponse d'affaires^{MC} ou des renseignements d'identification de base pour les articles Poste-publications^{MC} expédiés en tant qu'articles Courrier de quartier.</p>			

^{MC} Marque de commerce de la Société canadienne des postes.

Service et description	CP	CCP	CQ
Programme d'exactitude des adresses	oui	S.O.	S.O.

Le programme d'exactitude des adresses est conçu pour améliorer la livraison en incitant les clients à adresser leurs envois correctement. Chaque article doit porter une adresse postale complète qui comprend les renseignements nécessaires sur le bureau ou l'unité, ainsi que le code postal valide correspondant à l'adresse.

La participation au programme est obligatoire pour tous les envois comptant plus de 5 000 articles.

Si le pourcentage indiqué sur l'énoncé d'exactitude des adresses (EEA) produit par un logiciel reconnu de Postes Canada est inférieur à 95 %, nous appliquerons un rajustement à l'envoi au moment où vous transmettez la commande à l'aide des Outils électroniques d'expédition (OEE) ou lorsque vous déposerez la commande à Postes Canada.

Les rajustements de l'exactitude des adresses sont calculés comme suit :

$$\text{Volume total} \times (95 \% \text{ moins } \% \text{ d'exactitude des adresses réel du client}) \times 0,05 \$ = \text{Rajustement total}$$

Si le pourcentage d'exactitude des adresses et la date d'expiration ne sont pas indiqués sur la commande, un rajustement sera appliqué au coût de l'envoi à l'aide de la moyenne nationale du pourcentage d'exactitude des adresses de 56 %. Nous vous invitons à utiliser les services de gestion des données afin d'épurer et de normaliser vos listes d'adresses tout en supprimant les adresses pour lesquelles les envois ne sont pas distribuables, ainsi que les adresses en double, inexactes ou pour lesquelles les destinataires ont demandé à ne pas être contactés. Pour obtenir plus de renseignements, consultez [Maximisez vos dépenses en marketing avec des listes de clients plus précises](#).



Rajustements et suppléments

Conformément aux conditions générales, [section 11 \(« Critères d'admissibilité »\)](#), les articles déposés à Postes Canada peuvent être vérifiés afin de déterminer s'ils sont conformes aux modalités applicables. Les articles présentant des anomalies qui pourraient entraîner de la manutention supplémentaire ou des coûts pour Postes Canada ou affecter la qualité du service pourraient, à la seule discrétion de Postes Canada, être :

- renvoyés à l'expéditeur à ses frais pour qu'il les rende conformes, lorsque c'est possible;
- traités et facturés dans la catégorie de produit ou service suivante ou la plus appropriée, le cas échéant;
- assujettis à un supplément;
- refusés.

Vous trouverez ci-dessous des renseignements détaillés sur les suppléments et les rajustements qui peuvent s'appliquer à vos envois si les exigences du service ne sont pas respectées.

Rajustements

Des rajustements s'appliqueront dans les situations où nous notons des inexactitudes sur une commande ou pendant le traitement. En voici quelques exemples :

- erreurs de volume, de poids ou de type de service sélectionné;
- défaut d'utiliser les Outils électroniques d'expédition (OEE) lorsque leur emploi est obligatoire pour le service déclaré;
- non-respect des exigences relatives à l'exactitude des adresses.

Suppléments

Un **supplément au niveau de la commande** s'applique lorsque la commande (déclaration de dépôt) n'est pas transmise avant le dépôt de l'envoi.

Un **supplément au niveau de l'article** s'applique à tous les articles d'un envoi donné lorsque les exigences obligatoires ne sont pas respectées. Dans le cas d'un envoi présentant plusieurs anomalies, un seul supplément au niveau de l'article sera appliqué.

Remarque : Le supplément sera calculé en fonction du nombre réel d'articles inclus dans l'envoi, et non selon le volume déclaré dans la commande. Ces suppléments seront facturés selon le mode de paiement utilisé pour la commande initiale. Si le montant total du supplément au niveau de l'article est inférieur à 100 \$, le supplément sera automatiquement appliqué au moment du dépôt et l'envoi sera traité comme prévu.



Supplément au niveau de la commande (45 \$) tel qu'il apparaîtra sur votre facture

CP = Courrier personnalisé CCP = Ciblage par code postal CQ = Courrier de quartier

Description de la facture	Détails de la description	CP	CCP	CQ
Suppl. Commande non transmise	La commande n'a pas été transmise avant le dépôt de l'envoi.	oui	oui	oui

Supplément au niveau de l'article (5 cents par article) tel qu'il apparaîtra sur votre facture

CP = Courrier personnalisé CCP = Ciblage par code postal

Description de la facture (par ordre alphabétique)	Détails de la description	CP	CCP
Abs. étiquette mono./ palettes	Les étiquettes de monoteneurs ou de palettes sont absentes sur une ou plusieurs unités d'expédition.	oui	oui
Adresse glisse hors fenêtre	Le contenu a glissé derrière la fenêtre de l'enveloppe, rendant l'adresse impossible à lire.	oui	oui
Art collés les uns aux autres	Les articles de courrier se collent entre eux.	oui	oui
Art partiellement cachetés	Les articles sont mal cachetés, ou les articles non emballés ne sont pas cachetés de façon adéquate pour le traitement.	oui	oui
Cerclage non conforme	Les sangles ou attaches servant à fixer les liasses ne sont pas conformes.	oui	oui
Code CML non conforme	Le code de mode de livraison ne respecte pas la norme pour le formatage et l'emplacement, ou n'est pas valide ou visible.	oui	oui

Description de la facture (par ordre alphabétique)	Détails de la description	CP	CCP
Corresp. erronée du code QR	Les renseignements du code à barres bidimensionnel ne correspondent pas au plan de dépôt du courrier prétrié.	oui	oui
Données err. sur étiqu. cont.	Les étiquettes des conteneurs ne correspondent pas au contenu du conteneur.	oui	oui
Éléments/format adr. non conf.	Les éléments ou le format de l'adresse ne répondent pas aux exigences d'adressage.	oui	oui
Emballage plastique non conf.	La taille de l'emballage dépasse celle du contenu au-delà de ce qui est permis selon les spécifications.	oui	S.O.
Empilage rangées irr. non conf.	L'empilage en rangées irrégulières ne respecte pas les spécifications.	oui	oui
Étiqu. mono/palette non conf.	Les étiquettes des monoteneurs ou des palettes ne correspondent pas au contenu du conteneur, ou des renseignements sont manquants ou erronés.	oui	oui
Étiquettes-ad. mal apposées	Les étiquettes d'adressage ne sont pas bien fixées aux articles de courrier.	oui	oui
Étiquettes conten. manquantes	Les étiquettes sont manquantes sur un ou plusieurs conteneurs.	oui	oui
Étiquettes liasses non conf.	Les liasses sont mal étiquetées.	oui	oui
Forme du produit non conf.	La forme de l'article ne respecte pas les spécifications.	oui	oui
Mise en séq. liasses non conf.	Les liasses ne sont pas placées dans la bonne séquence dans le conteneur.	oui	oui
Mise en séquence non conf.	Le tri séquentiel du courrier ne respecte pas les spécifications.	oui	oui
Pièces jointes non conf.	Les pièces jointes ou les encarts ne respectent pas les spécifications.	oui	oui
Poids minimal non conf.	Les exigences quant au poids minimal de l'article ne sont pas respectées.	oui	oui
Prob. adresse retour canadienne	L'adresse de retour au Canada est inexacte, manquante ou mal placée.	oui	S.O.
Prob. taille/embal. de pal.	La taille ou l'emballage de la palette posent problème.	oui	oui
Séparation liasses non conf.	La méthode utilisée pour séparer les liasses (p. ex. cartes de séparation, marquage à jet d'encre) ne respecte pas les spécifications.	oui	oui
Taille minimale non conf.	Les exigences quant à la taille minimale de l'article de courrier ne sont pas respectées.	oui	oui
Zone margée autour bloc-adr.	La zone margée autour du bloc-adresse n'a pas été respectée.	oui	oui

La classification et le montant de ce supplément peuvent changer en tout temps dès que vous en êtes avisé. Cette liste n'est pas exhaustive.



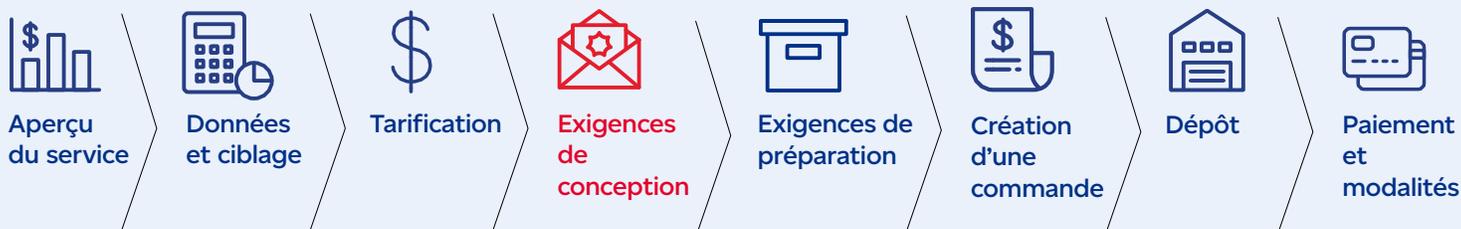
Marketing Intelliposte Exigences de conception

Concevoir une expérience client
connectée



Marketing Intelliposte^{MC}

Exigences de conception



Conception – Courrier mécanisable – Articles standard

Exigences obligatoires

Articles standard*	Longueur	Largeur	Épaisseur	Ratio des dimensions (L/l.)	Poids
Volume minimal	140 mm (5,5 po)	90 mm (3,6 po)	0,18 mm (0,007 po)	1,3:1	2 g (0,07 oz)
Maximum	245 mm (9,6 po)	156 mm (6,1 po)	5 mm (0,2 po)	2,6:1	50 g (1,76 oz)

* Les enveloppes carrées sont acceptables. Minimum 140 mm x 140 mm x 0,18 mm (5,5 po x 5,5 po x 0,007 po) et maximum 156 mm x 156 mm x 5 mm (6,1 po x 6,1 po x 0,2 po).

Remarque 1 : Les articles Courrier personnalisé d'un envoi donné peuvent avoir des dimensions, une épaisseur et un poids différents pour autant qu'ils se trouvent dans la même catégorie de poids. Tous les articles d'un envoi doivent provenir du même expéditeur.

Remarque 2 : Des marques peuvent se produire sur votre article de courrier pendant le traitement par notre équipement automatisé.

Exigences du courrier mécanisable

Forme

Rectangulaire (les enveloppes carrées sont acceptables).

Matériel

- Les articles doivent être en papier (et non en plastique, ni emballés dans du plastique).
- Poids du papier minimal pour :
 - une enveloppe : 75 g/m² (papier bond d'environ 20 lb);
 - un envoi à découvert plié : 90 g/m² (environ 60 lb pour papier d'édition);
 - une carte : 160 g/m² (environ 60 lb pour papier de couverture).
- Les articles doivent être suffisamment flexibles pour pouvoir être pliés; ils ne doivent pas être rigides.

Pièces jointes

- Toutes les pièces jointes en papier sont acceptables.
- Les aimants souples, une pièce de monnaie, les étiquettes de clés et les cartes en plastique sont acceptables lorsqu'ils sont solidement fixés.
- Les liquides, poudres et gels sont inacceptables, sauf s'ils ont été mis à l'essai et approuvés par Postes Canada avant le dépôt.

Cachetage (voir des [exemples illustrés](#))

Enveloppes : doivent être fermées et cachetées à l'aide d'un adhésif, et la partie du rabat qui n'est pas scellée à chaque bout ne doit pas dépasser 35 mm (1,4 po).

Envois à découvert : doivent avoir une pliure ou un cachetage continu le long du rebord inférieur.

Caractéristiques créatives

Les articles présentant les caractéristiques suivantes doivent être soumis à Postes Canada pour tests et approbation avant le dépôt :

- cachetage à un autre emplacement
- articles découpés à l'emporte-pièce placés sur le bord supérieur, le bord avant ou le bord arrière
- fermetures à glissière ou perforations sur l'extérieur de l'article
- polices de caractères décoratives et créatives
- encarts autres qu'en papier dans un envoi à découvert
- cartes et envois à découvert carrés
- encarts collés placés sur une carte

Pour le service Ciblage par code postal seulement :

- Zones margées contenant du texte, des éléments graphiques ou des couleurs foncées.

Remarque : Les codes à barres IBAD (codes marqueurs) peuvent être utilisés ou suggérés pour garantir l'emplacement approprié du bloc d'adresse pour les articles comportant de nombreux graphiques. Les spécifications sont disponibles sur demande via le processus d'évaluation électronique des échantillons, qui se trouve sur le lien ci-dessous.

Une fois les articles examinés et approuvés, le numéro du billet de service doit être écrit sur la commande au moment du dépôt ([Évaluez vos articles de courrier mécanisable standard ou surdimensionnés](#)).

Lisibilité

Lisibilité de l'article	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal
Zone d'affranchissement (voir vignette postale)	<p>La vignette doit être placée sur le devant de l'article (du même côté que l'adresse de destination).</p> <p>La zone réservée à l'affranchissement dans le coin supérieur droit mesure 74 mm (2,9 po) de longueur et 35 mm (1,4 po) de largeur.</p> <p>Pour les empreintes de machine à affranchir, la zone réservée à l'affranchissement dans le coin supérieur droit mesure 100 mm (3,4 po) de longueur et 35 mm (1,4 po) de largeur.</p> <p>Si la vignette est placée à l'extérieur de la zone d'affranchissement, elle doit être située au-dessus et à la droite de l'adresse.</p>	<p>La vignette doit être placée sur le recto de l'article.</p> <p>La zone réservée à l'affranchissement dans le coin supérieur droit mesure 74 mm (2,9 po) de longueur et 35 mm (1,4 po) de largeur.</p>



Lisibilité de l'article	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal
<p>Adressage</p>	<p>Chaque article doit porter une adresse complète qui comprend le nom d'une entreprise, d'un particulier précis ou encore un descripteur non personnalisé (p. ex., « À L'OCCUPANT »), une adresse de rue, une municipalité, une province et un code postal valide.</p> <p>Zone d'adresse de destination Qu'elle soit orientée verticalement ou horizontalement, l'adresse complète doit s'afficher à l'intérieur de la zone suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> à 35 mm (1,4 po) du haut; à 10 mm (0,4 po) du bas et des bords droit et gauche. <p>Les étiquettes et les fenêtres d'adresse doivent se trouver dans la zone d'adresse.</p> <p>Zone margée</p> <ul style="list-style-type: none"> Laisser une marge d'au moins 5 mm sans texte, images ou couleurs foncées autour du bloc-adresse. Pour les enveloppes à fenêtre, il faut s'assurer que l'adresse reste clairement visible à travers la fenêtre, même si la pièce jointe bouge à l'intérieur de l'enveloppe. 	<p>L'adresse de destination ne peut pas inclure une personne, une entreprise ou un descripteur non personnalisé. Chaque envoi doit porter une adresse complète non personnalisée qui comprend une adresse de rue, municipalité, province et un code postal valide, placée sur deux lignes.</p> <p>Zone d'adresse de destination Qu'elle soit orientée verticalement ou horizontalement, l'adresse non personnalisée complète doit s'afficher à l'intérieur de la zone suivante :</p> <p>Au recto de l'article :</p> <ul style="list-style-type: none"> l'arrière-plan doit être exempt de texte, d'images et de couleurs foncées. <ul style="list-style-type: none"> Orientation horizontale – Doit mesurer 120 mm de longueur (à partir du bord inférieur droit) et 45 mm de hauteur. Orientation verticale – Doit mesurer 45 mm de longueur (à partir du bord inférieur gauche) et 120 mm de hauteur. <p>Les étiquettes et les fenêtres d'adresse doivent se trouver dans la zone d'adresse.</p> <p>Zone margée au recto de l'article</p> <ul style="list-style-type: none"> Laisser une marge d'au moins 5 mm sans texte, images ou couleurs foncées autour du bloc-adresse. Pour les enveloppes à fenêtre, il faut s'assurer que l'adresse reste clairement visible à travers la fenêtre, même si la pièce jointe bouge à l'intérieur de l'enveloppe. <p>Zone margée au verso de l'article</p> <ul style="list-style-type: none"> L'arrière-plan doit être exempt de texte, d'images et de couleurs foncées. <ul style="list-style-type: none"> Orientation horizontale – Doit mesurer 140 mm (5,5 po) de longueur (à partir du bord inférieur gauche) et 15 mm (0,6 po) de hauteur. Orientation verticale – Doit mesurer 15 mm (0,6 po) de longueur (à partir du bord inférieur droit, bord avant) et 140 mm (5,5 po) de hauteur.

Lisibilité de l'article	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal
Zone d'adresse de retour	<ul style="list-style-type: none"> L'emplacement privilégié est au recto de l'article, au-dessus de la zone d'adresse de destination (dans une zone de 35 mm à partir du haut). Elle doit être orientée dans le même sens que l'adresse de destination. Une séparation verticale minimale de 15 mm (0,6 po) est requise entre le bas de l'adresse de retour et le haut de l'adresse de destination. 	Si la maquette inclut une adresse (emplacement du magasin, etc.), il faut éviter toute confusion avec une adresse de livraison, par exemple en supprimant la province ou le code postal ou en plaçant tous les éléments de l'adresse sur une seule ligne.
Polices d'adresse	<p>La police utilisée, disponible sur le marché, doit être facile à lire, avoir des caractères qui sont bien définis et :</p> <ul style="list-style-type: none"> ne pas chevaucher la ligne du dessus ou du dessous; ne pas contenir d'effet de texte (p. ex., texte avec ombrage, marqué en relief); ne pas contenir de caractères de hauteurs aléatoires; ne pas être de type calligraphique (p. ex., <i>Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz/Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i>). <p>Les polices doivent être de couleur foncée (de préférence noire). Il devrait y avoir un bon contraste entre l'adresse et l'arrière-plan.</p>	Mêmes informations que pour le service Courrier personnalisé
Exigences pour le code à barres bidimensionnel	Les exigences pour les vignettes avec code à barres bidimensionnel se trouvent dans notre Outil de vignette postale .	Mêmes informations que pour le service Courrier personnalisé

Le non-respect de ces exigences obligatoires peut entraîner des retards ou des suppléments. Les conceptions graphiques et les options de cachetage ne sont pas toutes mentionnées ci-dessus; l'évaluation de vos articles de courrier est recommandée ([Évaluez vos articles de courrier mécanisable standard ou surdimensionnés](#)).

Exigences supplémentaires

Articles parfumés ou allergènes

Assurez-vous que chaque article est admissible et tenez compte des éléments suivants :

- S'il contient un article parfumé, l'envoi doit être scellé de sorte qu'aucune odeur ne s'en échappe. De même, les liquides et les poudres doivent être emballés comme il se doit. Toutefois, il n'est pas nécessaire de sceller un envoi contenant un article parfumé par processus d'infusion par micro-encapsulation de particules odorantes d'encre et de laque si la section odorante est recouverte ou contenue à l'intérieur de l'article de courrier.
- Si l'article contient une substance allergène commune comme des arachides, des graines de

sésame, des noix (p. ex., des amandes ou des noix de Grenoble) ou des œufs, il doit être emballé de façon appropriée et porter une étiquette afin de réduire les risques de réactions allergiques.

Promotion du cannabis et de ses accessoires (y compris les produits de vapotage)

Assurez-vous que la conception et le contenu de votre article sont compatibles, qu'ils répondent aux exigences de la [Loi sur le cannabis](#) et qu'ils respectent les règlements fédéraux, provinciaux et territoriaux. Des renseignements détaillés se trouvent sous [Promotion du cannabis](#) dans L'ABC de l'expédition du *Guide des postes du Canada*.

Exemples illustrés – Courrier mécanisable – Articles standard

Des modèles pouvant vous aider à concevoir des enveloppes, des envois à découvert et des cartes sont disponibles dans notre outil [Conseiller en courrier mécanisable](#).

Courrier personnalisé

1 Zone d'affranchissement

À partir du coin supérieur droit, doit mesurer 74 mm (2,9 po) de large (100 mm [3,4 po] de large pour les machines à affranchir) par 35 mm (1,4 po) de haut. La vignette doit être placée du même côté que l'adresse de destination (au recto).

2 Zone d'adresse de retour

L'emplacement privilégié pour l'adresse de retour se trouve au recto de l'article. On le mesure à partir du coin supérieur gauche de l'enveloppe. Un espace minimal de 15 mm (0,6 po) est nécessaire entre le bas de l'adresse de retour et le haut de l'adresse de destination.

3 Zone d'adresse de destination

Doit se trouver à 10 mm (0,4 po) des rebords gauche, avant et inférieur de l'enveloppe, et à 35 mm (1,4 po) du rebord du haut. Les étiquettes et les fenêtres d'adresse doivent se trouver dans la zone d'adresse.

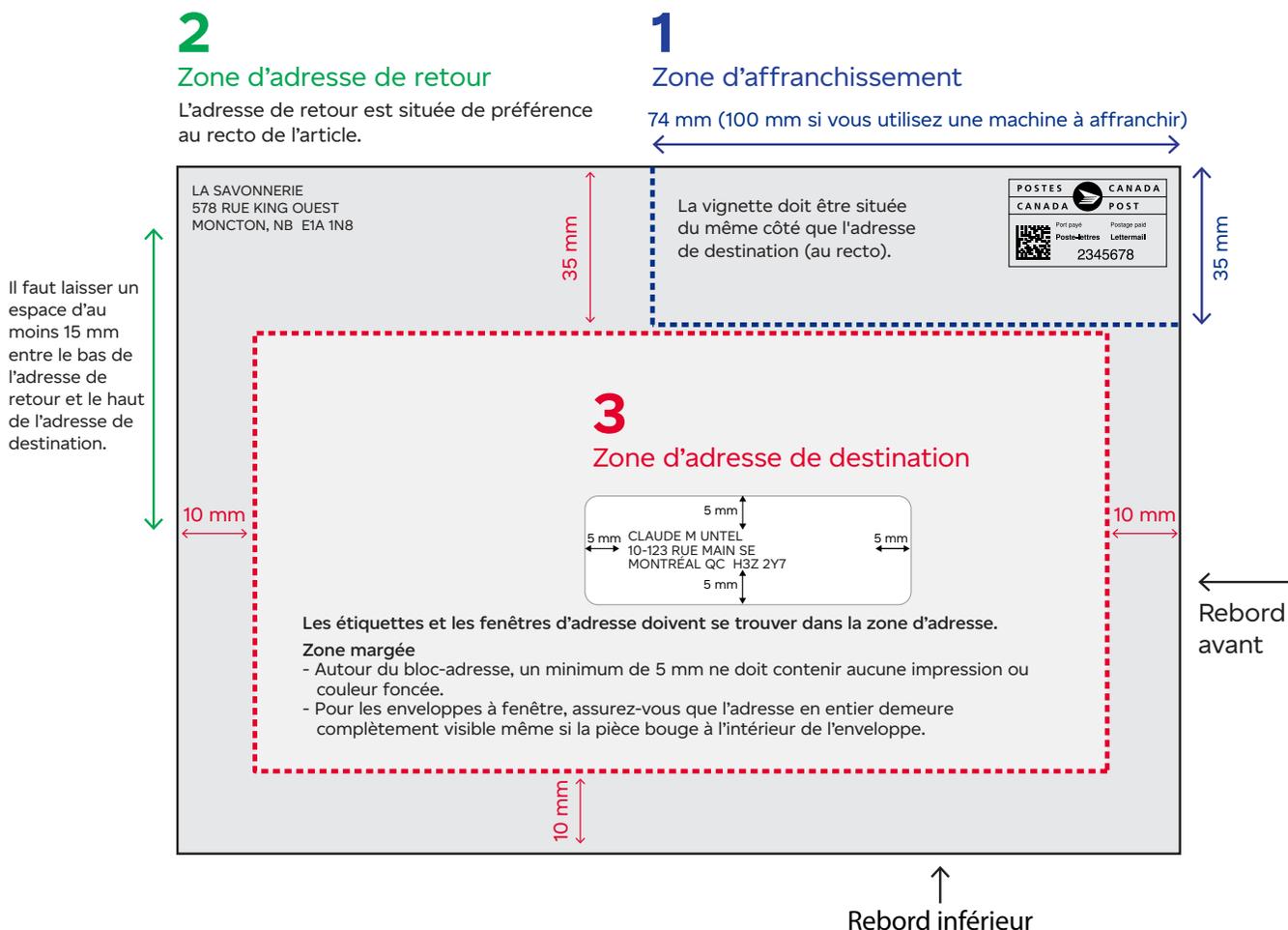
Zone margée (zone devant être exempte d'impression, d'images et de couleurs foncées) :

- Laisser 5 mm (0,2 po) sans texte ni couleurs foncées autour du bloc-adresse.
- Pour les enveloppes à fenêtre, s'assurer que l'adresse complète est visible, même si le contenu bouge.

Que l'article soit orienté horizontalement ou verticalement, les exigences d'adressage sont les mêmes.

Les images sont fournies à des fins d'illustration seulement.

Orientation horizontale



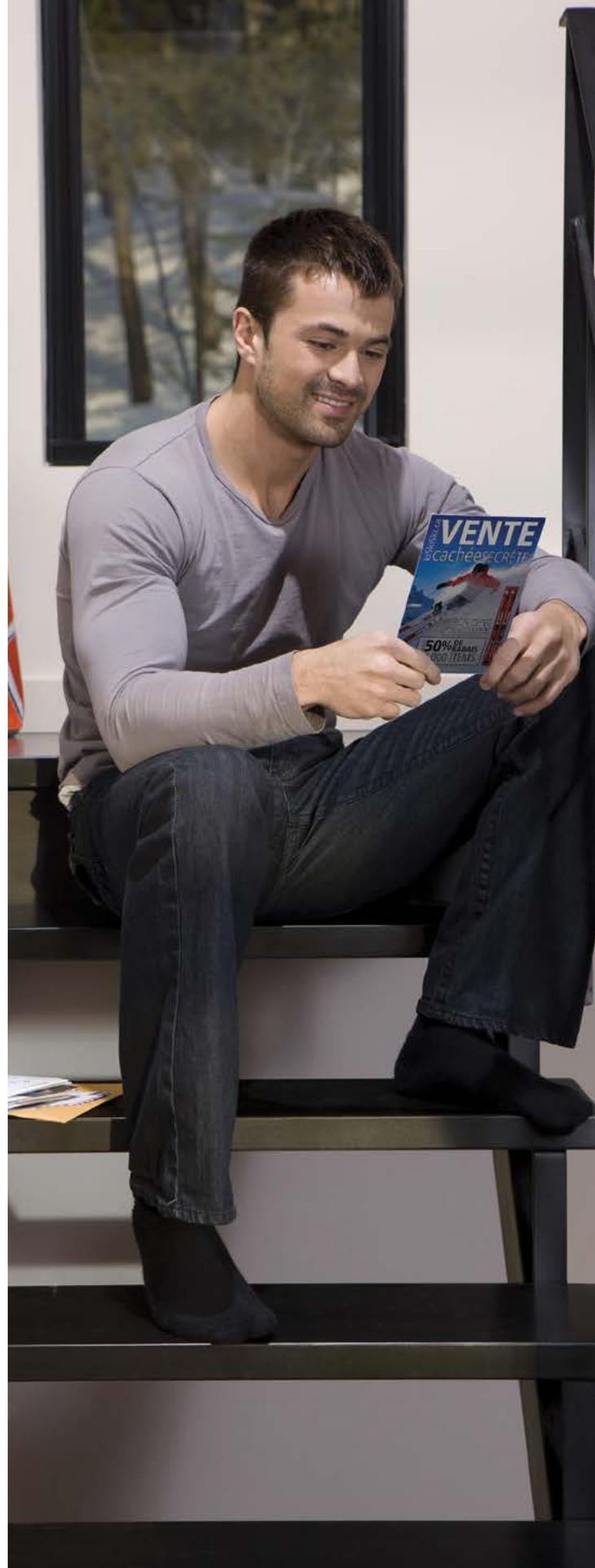
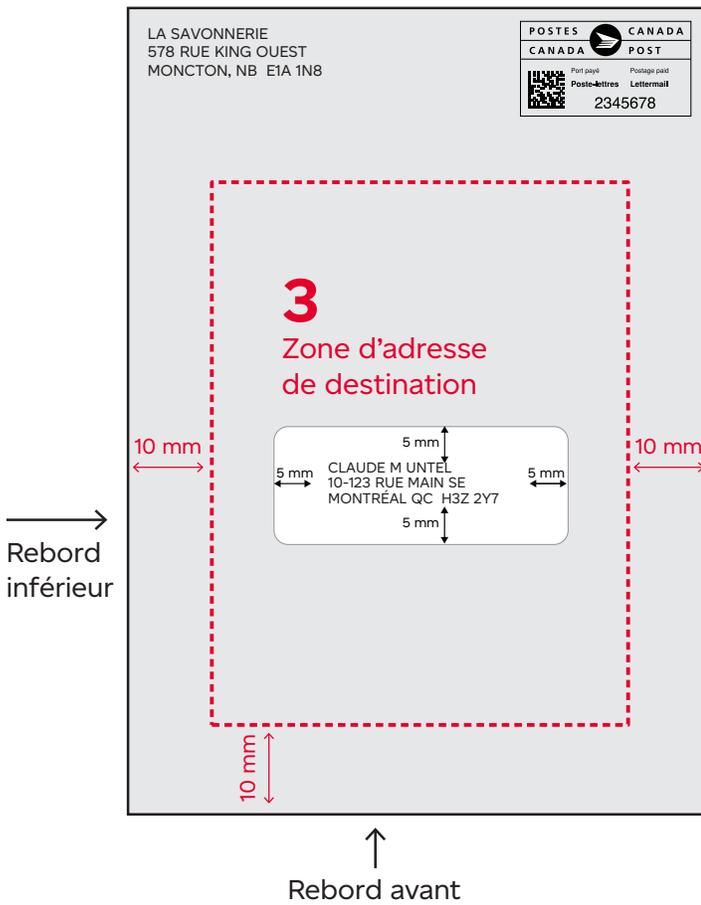
Orientation verticale

2

Zone d'adresse
de retour

1

Zone
d'affranchissement



Exemples illustrés – Ciblage par code postal

Orientation horizontale (recto)

1 Zone d'affranchissement

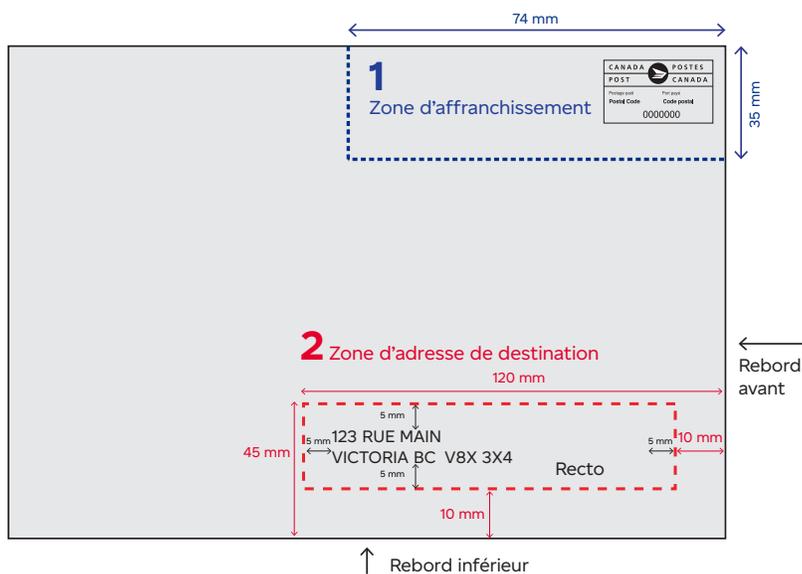
À partir du coin supérieur droit, doit mesurer 74 mm (2,9 po) de large par 35 mm (1,4 po) de haut.

2 Zone d'adresse de destination

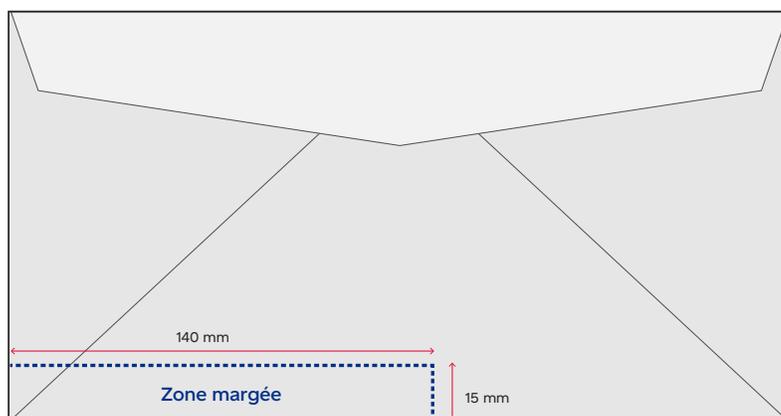
On la mesure à partir du coin inférieur droit de l'article. Doit se trouver à 120 mm (4,75 po) du rebord avant et à 45 mm (1,8 po) du rebord inférieur de l'article. Laisser 10 mm (0,4 po) sans texte à partir des rebords avant et inférieur de l'article. Laisser 5 mm (0,2 po) sans texte ni couleurs foncées autour du bloc-adresse.

Les images sont fournies à des fins d'illustration seulement.

Orientation horizontale – recto



Orientation horizontale – verso



La zone margée doit se trouver à 15 mm (0,6 po) du rebord inférieur et à 140 mm (5,5 po) du rebord avant.

Orientation verticale (recto)

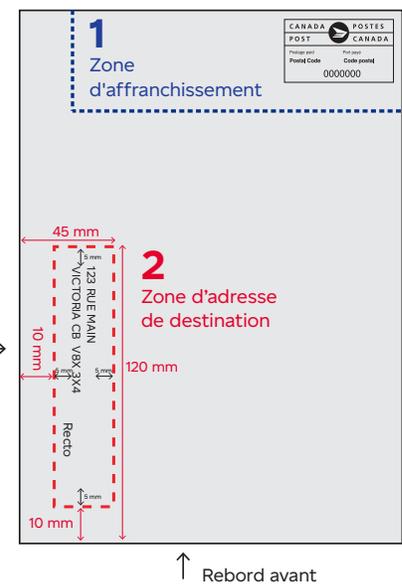
1 Zone d'affranchissement

À partir du coin supérieur droit, doit mesurer 74 mm (2,9 po) de large par 35 mm (1,4 po) de haut.

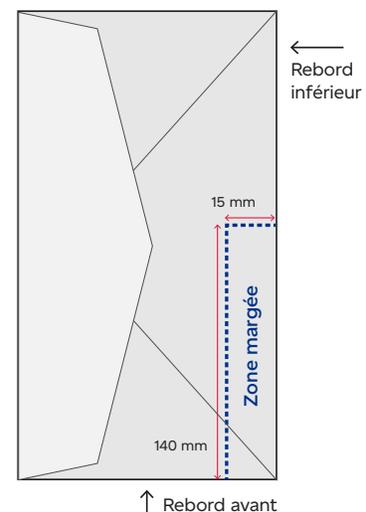
2 Zone d'adresse de destination

On la mesure à partir du rebord inférieur de l'article. Doit se trouver à 120 mm (4,75 po) du rebord avant et à 45 mm (1,8 po) du rebord inférieur de l'article. Laisser 10 mm (0,4 po) sans texte à partir des rebords avant et inférieur de l'article. Laisser 5 mm (0,2 po) sans texte ni couleurs foncées autour du bloc-adresse.

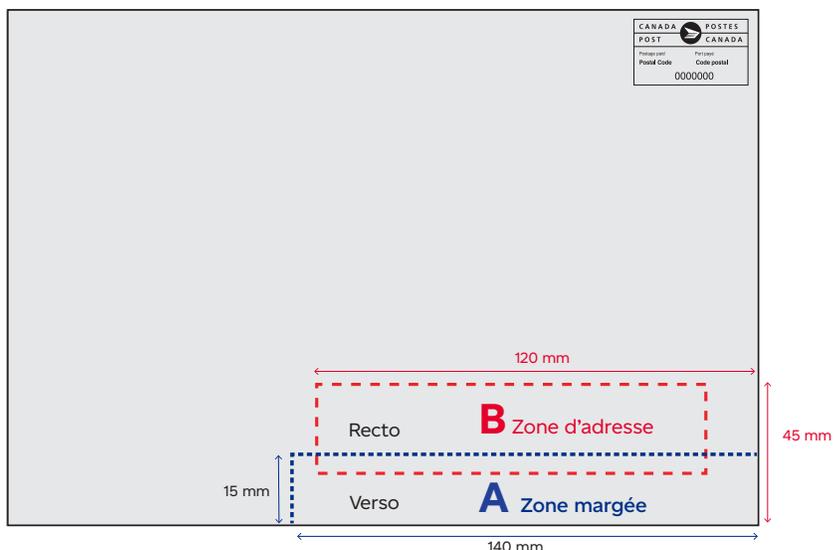
Orientation verticale – recto



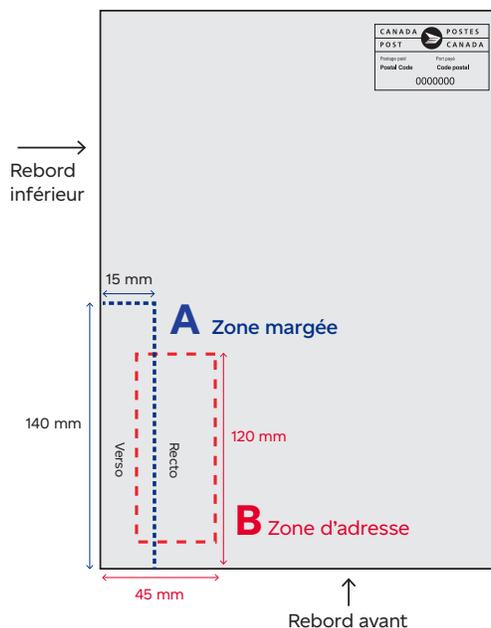
Orientation verticale – verso



Orientation horizontale – Recto avec verso vu en transparence



Orientation verticale – Recto avec verso vu en transparence



Orientation horizontale – Recto avec zone margée du verso vue en transparence

A Zone margée du verso vue en transparence

Située dans le coin inférieur droit, doit mesurer 140 mm (5,5 po) de large par 15 mm (0,5 po) de haut.

B Zone d'adresse de destination au recto

On la mesure à partir du coin inférieur droit. Doit se trouver à 120 mm (4,75 po) du rebord avant et à 45 mm (1,8 po) du rebord inférieur. Le bloc-adresse se trouve dans cette zone.

Orientation verticale – Recto avec zone margée du verso vue en transparence

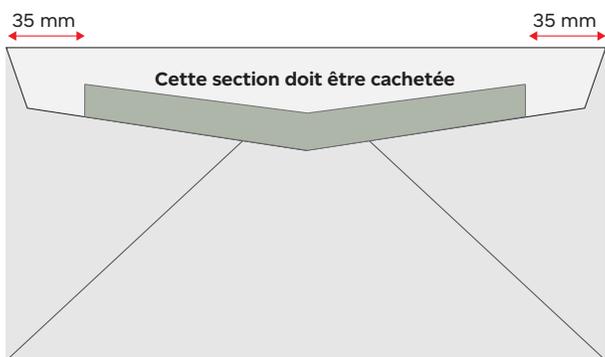
A Zone margée du verso vue en transparence

Située dans le coin inférieur gauche, doit mesurer 15 mm (0,5 po) de large par 140 mm (5,5 po) de haut.

B Zone d'adresse de destination au recto

On la mesure à partir du coin inférieur gauche. Doit se trouver à 45 mm (1,8 po) du rebord inférieur et à 120 mm (1,8 po) du rebord avant de l'article. Le bloc-adresse se trouve dans cette zone.

Emplacement de cachetage acceptable – enveloppe



Les enveloppes doivent être fermées et cachetées à l'aide d'un adhésif, ne doit pas dépasser 35 mm (1,4 po) à chaque extrémité.

Ne pas appliquer en excès de l'adhésif afin d'éviter que les enveloppes ne collent entre elles. Ne pas les cacheter avec des agrafes, des pinces ou d'autres objets similaires.

L'image est une illustration de la zone qui doit être cachetée.

Envois à découvert à feuille simple

Les envois à découvert à feuille simple contiennent une seule feuille de papier, pliée une fois ou plusieurs fois en panneaux.

- Ils doivent comprendre une pliure ou un cachetage continu le long du rebord inférieur, ainsi qu'un cachetage ou une languette de fermeture pour garder l'article fermé.
- Lorsque l'envoi à découvert est à l'horizontale, le rebord inférieur lui sert de base (image 2). À la verticale, le rebord inférieur se trouve habituellement à gauche (image 1).
- La vignette postale se trouve au recto, dans le coin supérieur droit.

Déterminer le rebord avant et le rebord inférieur :

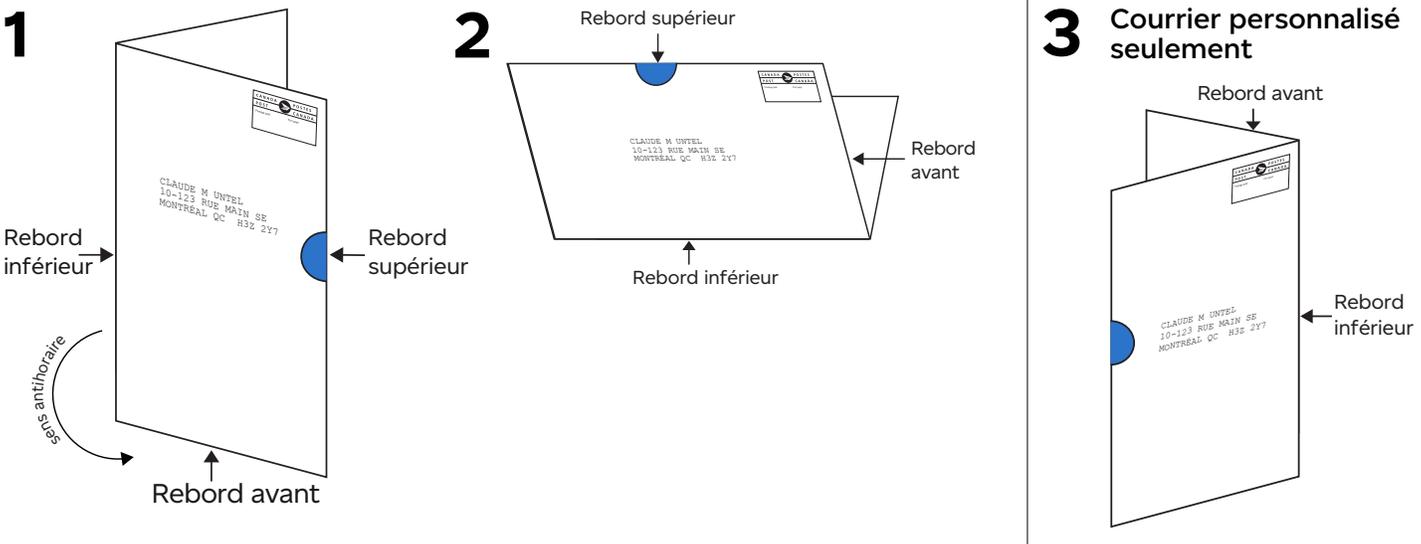
- Le « rebord avant » de tout article de courrier est celui qui entre en premier dans l'équipement de traitement du courrier.
- Lorsque l'article vous fait face, le rebord avant est le premier rebord immédiatement après le bord inférieur, dans le sens antihoraire (image 1).

Emplacements de cachetage acceptables :

Si l'envoi à découvert est plié une seule fois (images 1, 2 et 3)

- Il doit être plié en deux moitiés égales.
- Le pli suit le rebord inférieur.
- Le cachetage est au centre du rebord supérieur.

Les images sont fournies à des fins d'illustration seulement.



Si l'envoi à découvert est plié deux fois ou plus (images 4 et 5) :

- Il doit être plié de manière à ce que le dernier panneau soit plus court que la largeur totale de l'article d'au moins 10 %.
- Le rabat formé par ce dernier panneau peut se trouver au recto (image 4) ou au verso (image 5).
- Le cachetage passe par-dessus le rebord du rabat, au centre de l'article sur la longueur.

Les images sont fournies à des fins d'illustration seulement.

4

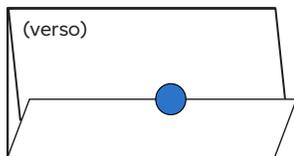


Rebord inférieur
Le rabat est plus court que
la largeur de l'article d'au moins 10 %

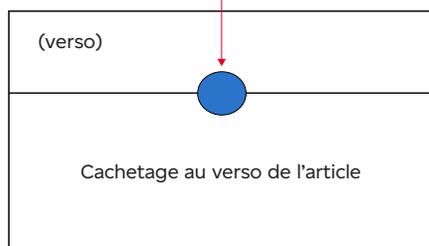


Rebord inférieur

5



(verso)

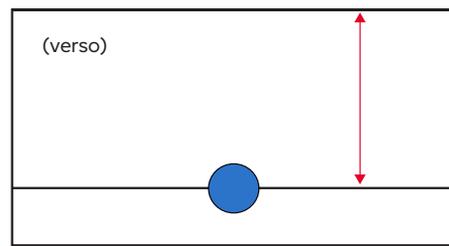


Le cachetage est au centre
de l'article, sur la longueur

(verso)

Cachetage au verso de l'article

Rebord inférieur



Le rabat est plus court que
la largeur de l'article d'au moins 10 %

Rebord inférieur



Envois à découvert à feuilles multiples ou mini-catalogue

Les envois à découvert à feuilles multiples contiennent plusieurs feuilles de papier, pliées une ou plusieurs fois en panneaux et reliées ou cousues ensemble.

- Les envois à découvert doivent comporter un pli ou un sceau en continu liant les pages le long du rebord inférieur.
- Lorsque l'envoi à découvert est à l'horizontale, le rebord inférieur lui sert de base (images 1 et 2). À la verticale, le rebord inférieur se trouve à gauche (images 3 et 4).
- La vignette postale se trouve au recto, dans le coin supérieur droit.

Déterminer le rebord avant et le rebord inférieur :

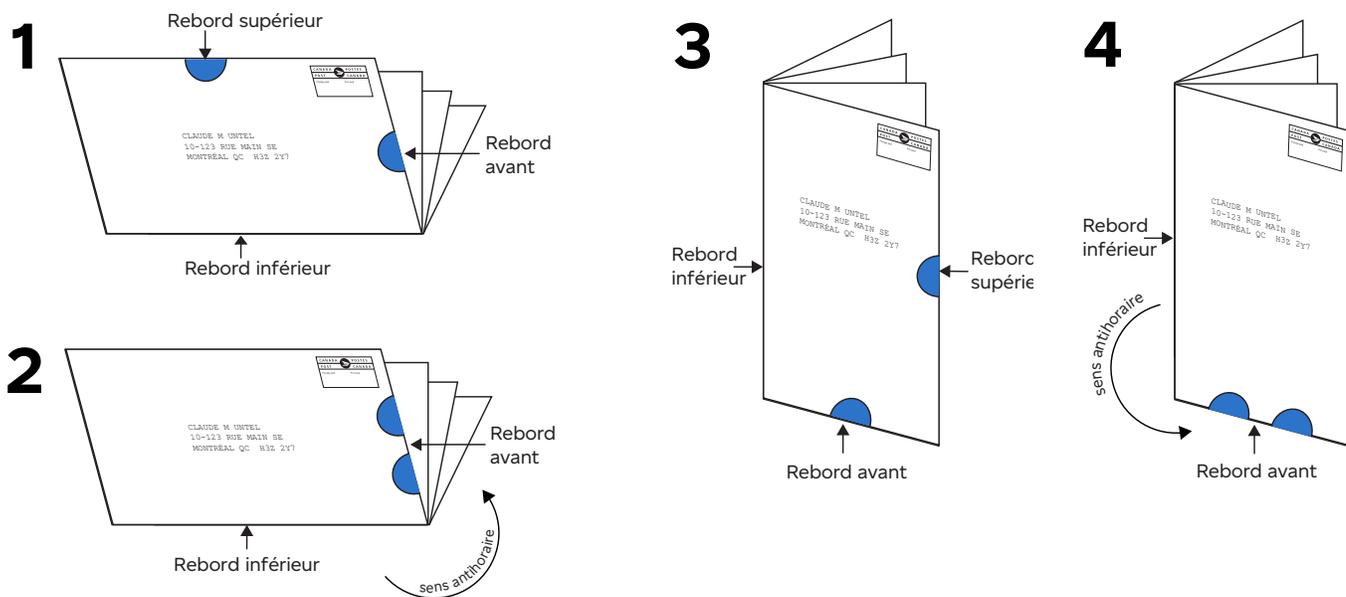
- Le « rebord avant » de tout article de courrier est celui qui entre en premier dans l'équipement de traitement du courrier.
- Lorsque l'article vous fait face, le rebord avant est le premier rebord immédiatement après le rebord inférieur, dans le sens antihoraire (images 2 et 4).

Emplacements de cachetage acceptables

Les options de cachetage sont les suivantes :

- un cachetage sur le rebord supérieur et un autre sur le rebord avant; le pli dans le cachetage permet de fermer l'article (images 1 et 3);
- deux cachetages uniformément espacés sur le rebord avant; le pli dans le cachetage permet de fermer l'article (images 2 et 4).

Les images sont fournies à des fins d'illustration seulement



Conception – Courrier mécanisable – Articles surdimensionnés

Exigences obligatoires – Pour les articles Courrier personnalisé seulement

Articles surdimensionnés	Longueur	Largeur	Épaisseur	Poids
Minimum	140 mm (5,5 po)	90 mm (3,6 po)	0,5 mm (0,02 po)	10 g (0,4 oz)
Maximum	380 mm (14,9 po)	270 mm (10,6 po)	20 mm (0,8 po)	500 g (17,6 oz)

Remarque 1 : Les articles Courrier personnalisé d'un envoi donné peuvent avoir des dimensions, une épaisseur et un poids différents pour autant qu'ils se trouvent dans la même catégorie de poids. Tous les articles d'un envoi doivent provenir du même expéditeur.

Remarque 2 : Des marques peuvent se produire sur votre article de courrier pendant le traitement par notre équipement automatisé.

Exigences du courrier mécanisable

Forme

Doit être rectangulaire ou carrée.

Matériel

- Doit être en papier ou en plastique.
- Poids minimal du papier :
 - enveloppe : 90 g/m² (environ 60 lb pour papier d'édition)
 - envoi à découvert plié : 90 g/m² (environ 60 lb pour papier d'édition)
 - carte ou carte postale : 160 g/m² (environ 60 lb pour papier de couverture)
- Exigences minimales concernant le plastique (emballage) :
 - couvert d'un matériau transparent ou opaque (trouble maximal de 75 %, unité de brillance de 159 ou moins);
 - doit être d'une épaisseur minimale de 0,03 mm (0,001 po) avec un revêtement antidérapant.
- Les articles peuvent être emballés dans un matériau flexible ou rigide.
- Lorsqu'il est tenu dans une main par le rebord, l'article doit rester à l'horizontale.
- Pour les articles non emballés, la page de couverture doit être assez robuste pour résister au traitement mécanisé sans être endommagée (le papier doit être au moins deux fois plus épais que les pages internes).

Pièces jointes

- Toutes les pièces jointes en papier sont acceptables.
- Les aimants souples, une pièce de monnaie, les étiquettes de clés et les cartes en plastique sont acceptables lorsqu'ils sont solidement fixés.
- Les liquides, poudres et gels sont inacceptables, sauf s'ils ont été mis à l'essai et approuvés par Postes Canada avant le dépôt.
- Les pièces jointes dans l'emballage ou l'enveloppe doivent être bien ajustées à l'emballage extérieur ou à l'enveloppe.

Cachetage

Les enveloppes et les articles emballés doivent être fermés et cachetés à l'aide d'un adhésif, et la partie du rabat qui n'est pas scellée à chaque extrémité ne doit pas dépasser 35 mm (1,4 po). Pour éviter que les articles collent les uns aux autres, n'appliquez pas une quantité excessive d'adhésif. Les enveloppes ne doivent pas être scellées avec des agrafes, des pinces ou d'autre matériel similaire.

Caractéristiques créatives

Postes Canada doit mettre à l'essai et approuver les articles présentant les caractéristiques suivantes avant le dépôt :

- cachetage à un autre emplacement
- encarts collés placés sur une carte
- fermetures à glissière ou perforations sur l'extérieur de l'article
- articles découpés à l'emporte-pièce placés sur le bord supérieur, le bord avant ou le bord arrière
- encarts autres qu'en papier dans un envoi à découvert
- polices de caractères décoratives et créatives

Remarque : Les codes à barres IBAD (codes marqueurs) peuvent être utilisés ou suggérés pour garantir l'emplacement approprié du bloc d'adresse pour les articles comportant de nombreux graphiques. Les spécifications sont disponibles sur demande via le processus d'évaluation électronique des échantillons, qui se trouve sur le lien ci-dessous.

Une fois l'article mis à l'essai et approuvé, le numéro du billet de service doit être inscrit sur la commande au moment du dépôt. ([Évaluez vos articles de courrier mécanisable standard ou surdimensionnés](#)).

Lisibilité

Adressage

Chaque article doit porter une adresse complète qui comprend le nom d'une entreprise, d'un particulier précis ou encore un descripteur non personnalisé (p. ex., « À L'OCCUPANT »), une adresse de rue, une municipalité, une province et un code postal valide.

Zone d'adresse de destination

Qu'elle soit orientée verticalement ou horizontalement, l'adresse complète doit s'afficher à l'intérieur de la zone suivante :

- 10 mm (0,4 po) du bas et des bords droit et gauche.
- pour une **adresse orientée à l'horizontale**, 1/4 de la hauteur de l'article, mesuré à partir du bord supérieur vers le bas.
- pour une **adresse orientée à la verticale**, 1/5 de la longueur de l'article, mesuré à partir du bord au-dessus de l'adresse vers le bas.

Les étiquettes et les fenêtres d'adresse doivent se trouver dans la zone d'adresse.

Zone margée

- Cette zone ne doit contenir aucune impression ou couleur foncée : laissez au moins 6 mm (0,24 po) au-dessus du bloc-adresse et 10 mm (0,4 po) à gauche, à droite et au-dessous du bloc-adresse.
- Pour les enveloppes à fenêtre, il faut s'assurer que l'adresse reste clairement visible à travers la fenêtre, même si la pièce jointe bouge à l'intérieur de l'enveloppe.

Zone d'affranchissement

- Le coin supérieur droit réservé à l'affranchissement mesure 74 mm (2,9 po) de longueur et 35 mm (1,4 po) de largeur.
- La vignette doit être placée sur le recto de l'article (du même côté que l'adresse de destination).
- Si la vignette est placée à l'extérieur de la zone d'affranchissement, elle doit être située au-dessus et à la droite de l'adresse.

Zone d'adresse de retour

- L'emplacement privilégié est au recto de l'article, au-dessus de la zone d'adresse de destination (à ¼ du rebord supérieur [à l'horizontale] ou 1/5 du rebord supérieur [à la verticale]).
- Elle doit être orientée dans le même sens que l'adresse de destination.
- Une séparation verticale minimale de 18 mm (0,71 po) est requise entre le bas de l'adresse de retour et le haut de l'adresse de destination.

Polices d'adresse

La police utilisée, disponible sur le marché, doit être facile à lire, avoir des caractères qui sont bien définis et :

- ne pas chevaucher la ligne du dessus ou du dessous;
- ne pas contenir d'effet de texte (p. ex., texte avec ombrage, marqué en relief);
- ne pas contenir de caractères de hauteurs aléatoires;
- ne pas être de type calligraphique
(p. ex. *Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*).

Les polices doivent être de couleur foncée (de préférence noire). Il devrait y avoir un bon contraste entre l'adresse et l'arrière-plan.

Le non-respect de ces exigences obligatoires peut entraîner des retards ou des suppléments. Les conceptions graphiques et les options de cachetage ne sont pas toutes mentionnées ci-dessus; l'évaluation de vos articles de courrier est recommandée ([Évaluez vos articles de courrier mécanisable standard ou surdimensionnés](#)).

Exigences supplémentaires

Articles parfumés ou allergènes

Assurez-vous que chaque article est admissible et tenez compte des éléments suivants :

- S'il contient un article parfumé, l'envoi doit être scellé de sorte qu'aucune odeur ne s'en échappe. De même, les liquides et les poudres doivent être emballés comme il se doit. Toutefois, il n'est pas nécessaire de sceller un envoi contenant un article parfumé par processus d'infusion par micro-encapsulation de particules odorantes d'encre et de laque si la section odorante est recouverte ou contenue à l'intérieur de l'article de courrier.

- Si l'article contient une substance allergène commune comme des arachides, des graines de sésame, des noix (p. ex., des amandes ou des noix de Grenoble) ou des œufs, il doit être emballé de façon appropriée et porter une étiquette afin de réduire les risques de réactions allergiques.

Promotion du cannabis et de ses accessoires (y compris les produits de vapotage)

Assurez-vous que la conception et le contenu de votre article sont compatibles, qu'ils répondent aux exigences de la [Loi sur le cannabis](#) et qu'ils respectent les règlements fédéraux, provinciaux et territoriaux. Des renseignements détaillés se trouvent sous [Promotion du cannabis](#) dans L'ABC de l'expédition du *Guide des postes du Canada*.

Exemple illustré – Courrier mécanisable – Articles surdimensionnés

Des modèles pouvant vous aider à concevoir des enveloppes, des envois à découvert et des cartes sont disponibles dans notre outil [Conseiller pour le courrier mécanisable](#).

1 Zone d'affranchissement

À partir du coin supérieur droit, doit mesurer 74 mm (2,9 po) de large par 35 mm (1,4 po) de haut. La vignette doit être placée du même côté que l'adresse de destination (au recto).

2 Zone d'adresse de retour

L'emplacement privilégié pour l'adresse de retour est au recto de l'article dans le coin supérieur gauche, dans une zone qui mesure 1/4 ou 25 % de la largeur totale de l'article à partir du haut, si l'article est horizontal; si l'article est vertical, la zone mesure 1/5 ou 20 % de la largeur totale. Un espace minimal de 18 mm (0,7 po) est nécessaire entre le bas de l'adresse de retour et le haut de l'adresse de destination.

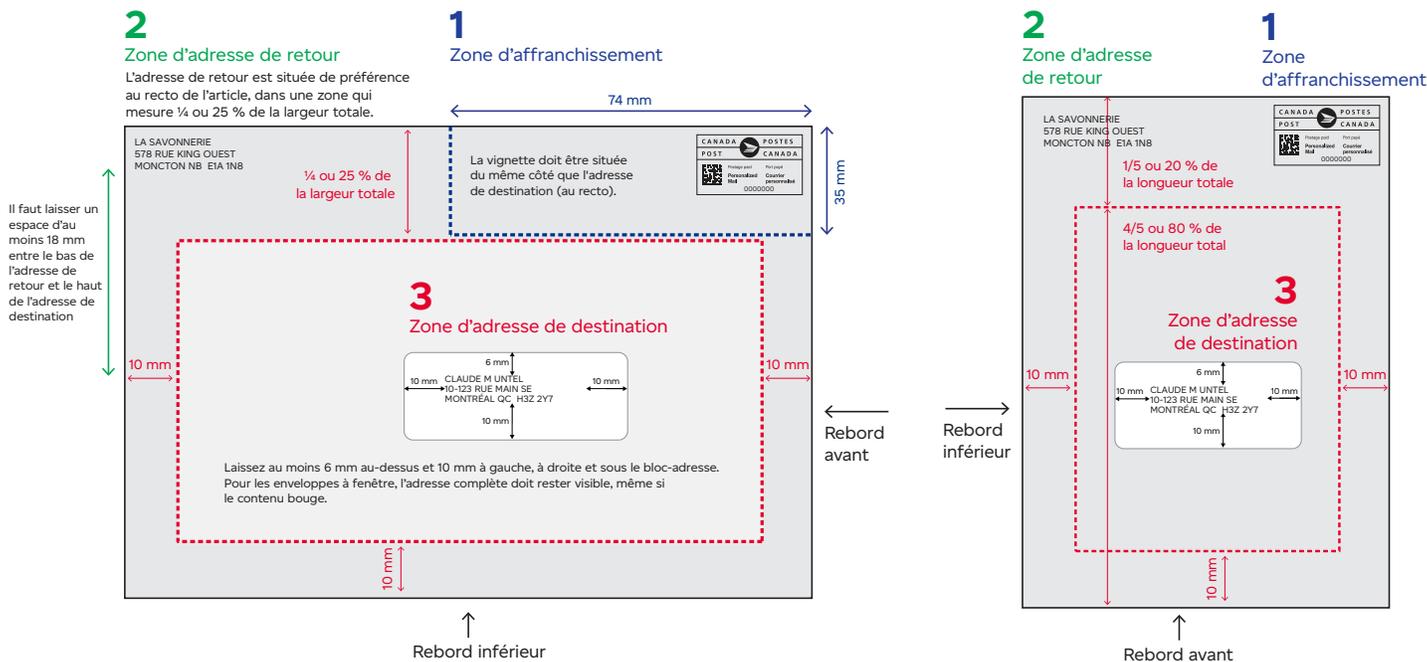
3 Zone d'adresse de destination

Pour les articles à orientation horizontale, la zone d'adresse doit se trouver à 10 mm (0,4 po) des rebords avant, gauche, et inférieur de l'enveloppe, et à 1/4 ou 25 % de la largeur totale à partir du haut.

Pour les articles à orientation verticale, cette zone doit se trouver à 10 mm (0,4 po) des rebords avant, droit et inférieur de l'enveloppe, et à 1/5 ou 20 % de la longueur totale à partir du haut.

Les étiquettes et les fenêtres d'adresse doivent se trouver dans la zone d'adresse. Pour l'étiquette d'adresse, laissez une marge de 6 mm (0,24 po) au-dessus du bloc-adresse et de 10 mm (0,4 po) à gauche, à droite et sous le bloc-adresse sans texte et sans couleurs foncées. Pour les enveloppes à fenêtre, s'assurer que l'adresse complète est visible, même si le contenu bouge.

Les images sont fournies à des fins d'illustration seulement.



Évaluez vos articles de courrier mécanisable standard ou surdimensionnés

Évaluez vos articles de courrier avant l'envoi

Afin de nous assurer que vos envois **Courrier personnalisé** ou **Ciblage par code postal** peuvent être traités par nos machines et que vos articles de courrier sont conformes aux exigences du courrier mécanisable, nous offrons des services d'évaluation gratuits. Plusieurs options d'évaluation s'offrent à vous.

Articles standard – Outil d'auto-évaluation

Effectuez votre propre évaluation à l'aide de notre outil d'auto-évaluation des articles standard :

- Ciblage par code postal : [Ciblage par code postal – Outil d'auto-évaluation](#)
- Courrier personnalisé : [Courrier mécanisable – outil d'auto-évaluation](#)

Évaluation d'un échantillon électronique

Communiquez avec un représentant du Réseau du service aux entreprises (RSE) au 1-866-757-5480 pour fournir un échantillon électronique en format PDF à évaluer. L'échantillon électronique doit clairement démontrer comment l'article sera construit et comprendre les éléments suivants :

- dimensions de l'article fini (longueur, largeur, épaisseur et poids approximatif);
- poids de référence du papier;
- emplacements des plis (envois à découvert);
- emplacement du cachetage et méthode de cachetage (envois à découvert et enveloppes);
- emplacement de la fenêtre (le cas échéant) et emplacement de l'adresse.

Aussi, pour les articles du service Ciblage par code postal :

- zones margées (recto et verso).

Notre représentant du RSE peut demander des essais supplémentaires si l'échantillon électronique ne fournit pas assez d'information. Une évaluation physique est requise si l'article présente des caractéristiques créatives (consultez la section des Exigences obligatoires pour obtenir plus de détails).

Évaluation physique

Les clients qui ont besoin d'un test physique de leurs articles de courrier sur notre équipement de traitement du courrier doivent envoyer 200 échantillons de la version définitive de l'envoi. Pour ce faire, ils doivent communiquer avec un représentant du RSE au 1-866-757-5480 pour obtenir un numéro de billet de service et l'adresse à laquelle envoyer les échantillons. Ce procédé est facultatif, sauf si l'article présente des caractéristiques créatives, lesquelles sont définies dans la section Exigences obligatoires.

1. Pour évaluer la lisibilité :

- Les articles Courrier personnalisé doivent être adressés.
- Les articles Ciblage par code postal doivent être adressés avec une adresse non personnalisée.

2. Vous pouvez utiliser la même adresse pour tous les articles. Toute adresse canadienne valide est acceptable.

Si vous ne disposez pas de 200 échantillons pour l'évaluation physique, le groupe Essais et normes du courrier peut vous offrir une rétroaction au moyen d'un modèle à l'échelle (prototype). Pour faire évaluer votre prototype, communiquez avec le RSE au 1 866 757-5480.

Remarque : Nous ne pouvons pas approuver un prototype. Ce service est conçu pour fournir une rétroaction sur les modèles avant la production de 200 articles pour l'évaluation physique.



Conception – Manutention spéciale

Exigences obligatoires – Pour les articles Courrier personnalisé et Ciblage par code postal seulement

Catégorie	Dimension	Longueur	Largeur	Épaisseur	Poids
Standard	Minimum	100 mm (3,9 po)	70 mm (2,8 po)	0,18 mm (0,007 po)	S.O.
	Maximum	245 mm (9,6 po)	156 mm (6,1 po)	5 mm (0,2 po)	100 g (3,5 oz)
Articles surdimensionnés	Minimum	100 mm (3,9 po)	70 mm (2,8 po)	0,18 mm (0,007 po)	S.O.
	Maximum (flexible)	380 mm (14,9 po)	380 mm (14,9 po)	35 mm (1,4 po)	1,36 kg (3 lb)
	Maximum (rigide)	380 mm (14,9 po)	130 mm (5,1 po)	35 mm (1,4 po)	1,36 kg (3 lb)
Articles extradimensionnels (Courrier personnalisé seulement)	Minimum	100 mm (3,9 po)	70 mm (2,8 po)	35 mm (1,4 po)	S.O.
	Maximum	380 mm (14,9 po)	130 mm (5,1 po)	60 mm (2,4 po)	1,36 kg (3 lb)

Exigences

Forme

Toutes, y compris les formes irrégulières

Matériel

Poids minimal du papier :

- enveloppes et envois à découvert : 60 g/m² (environ 16 lb)
- carte ou carte postale : 135 g/m² (environ 50 lb)

Tout type de papier peut servir à la couverture de l'article de courrier. Voici quelques exemples :

- le papier couché;
- le papier contenant :
 - une impression en relief ou à effet spécial;
 - un motif d'arrière-plan ou un filigrane;
 - des couleurs vives.

Emballage transparent (épaisseur recommandée) :

- sac de plastique – au moins 0,05 mm
- pellicule de plastique – au moins 0,02 mm
- Les articles surdimensionnés de plus de 380 mm sur 130 mm doivent être flexibles pour pouvoir être placés dans les réceptacles à courrier.

Pièces jointes

Pour une manutention et un traitement efficaces, assurez-vous que les pièces jointes :

- ne peuvent pas endommager les autres articles de courrier ni blesser le personnel des postes (les aimants, par exemple, ne doivent pas être trop puissants pour ne pas coller les envois postaux);
- ne s'ouvrent pas ou ne laissent pas leur contenu s'échapper pendant la manutention et la livraison;
- permettent de bien préparer le courrier, entre autres le regroupement et la conteneurisation;
- ne portent pas de vignette postale ou une deuxième adresse de destination pour un autre produit visible sur la surface extérieure de l'article de courrier.

Remarque : Pour confirmer qu'une pièce jointe ne se détache pas de votre article de courrier non emballé, un « test de pincement » doit être effectué. Placez le milieu du pli de l'article (le côté reliure) contre la paume de votre main et tenez-le entre votre pouce et vos autres doigts, l'extrémité ouverte vers le bas. Serrez bien l'article et secouez-le de gauche à droite.

Adressage

Vous devez ajouter le code de mode de livraison (CML) à l'adresse pour que l'envoi soit admissible à l'option de manutention spéciale. Les exigences sont répertoriées dans la section « [Exigences de préparation](#) ».

Zone d'adresse de destination

Courrier personnalisé

Chaque article doit porter une adresse complète qui comprend le nom d'une entreprise, d'un particulier précis ou encore un descripteur non personnalisé (p. ex., « À L'OCCUPANT »), une adresse de rue, une municipalité, une province et un code postal valide.

Qu'elle soit orientée verticalement ou horizontalement, l'adresse complète doit s'afficher à l'intérieur de la zone suivante :

- à au moins 10 mm (0,4 po) de tous les rebords de l'article de courrier;
- du même côté que la vignette;
- à droite et sous l'adresse de retour lorsqu'il y a une adresse de retour;
- à gauche de la vignette et non au-dessus;
- à au moins 10 mm (0,4 po) de la vignette.
- à l'extérieur de la zone normalement prévue pour l'adresse de retour lorsqu'il n'y a pas d'adresse de retour.

Ciblage par code postal

L'adresse de destination ne peut pas inclure une personne, une entreprise ou un descripteur non personnalisé. Chaque envoi doit porter une adresse complète non personnalisée qui comprend une adresse de rue, municipalité, province et un code postal valide, placée sur deux lignes.

Qu'elle soit orientée verticalement ou horizontalement, l'adresse non personnalisée complète doit s'afficher à l'intérieur de la zone suivante :

- Orientation horizontale – Doit mesurer 120 mm (4,7 po) de longueur (à partir du bord inférieur droit) et 45 mm (1,7 po) de hauteur :
 - du même côté que la vignette;
 - à gauche de la vignette et non au-dessus.
- Orientation verticale – Doit mesurer 45 mm (1,7 po) de longueur (à partir du bord inférieur gauche) et 120 mm (4,7 po) de hauteur :
 - à au moins 10 mm (0,4 po) de la vignette;
 - aucune adresse de retour.

Articles emballés ou non emballés

L'adresse de destination doit être entièrement visible sur ou à travers l'emballage transparent, sur la pochette ou sur l'encart, et se trouver à au moins 10 mm (0,4 po) de tous les bords.

Magazines

L'adresse de destination peut être parallèle (orientation horizontale de l'adresse) ou perpendiculaire (orientation verticale de l'adresse) au côté le plus long du magazine.

Zone d'affranchissement

La vignette postale peut être placée dans toute zone du recto de l'article, pourvu qu'elle soit facilement identifiable. Elle doit être à la droite de l'adresse de destination (jamais en dessous) et à au moins 10 mm (0,4 po) de l'adresse de destination.

Zone d'adresse de retour (Courrier personnalisé seulement)

L'adresse de retour, s'il y en a une, doit être orientée dans le même sens que l'adresse de destination et être bien visible sur ou à travers l'emballage. Elle peut figurer au recto (du même côté que l'adresse de destination) ou au verso de l'article.

Pièces jointes autres qu'en papier (exemples, liste non exhaustive)

- CD et DVD;
- pièces de monnaie;
- aimants;
- échantillons d'aliments ou de produits;
- stylos et crayons;
- bijoux;
- clés;
- cartes de plastique;
- graines;
- vidéo imprimée ou publicité numérique.

Exemple illustré – Ciblage par code postal

1 Zone d'affranchissement

À partir du coin supérieur droit, doit mesurer 74 mm (2,9 po) de large par 35 mm (1,4 po) de haut. La vignette doit être placée du même côté que l'adresse de destination (au recto).

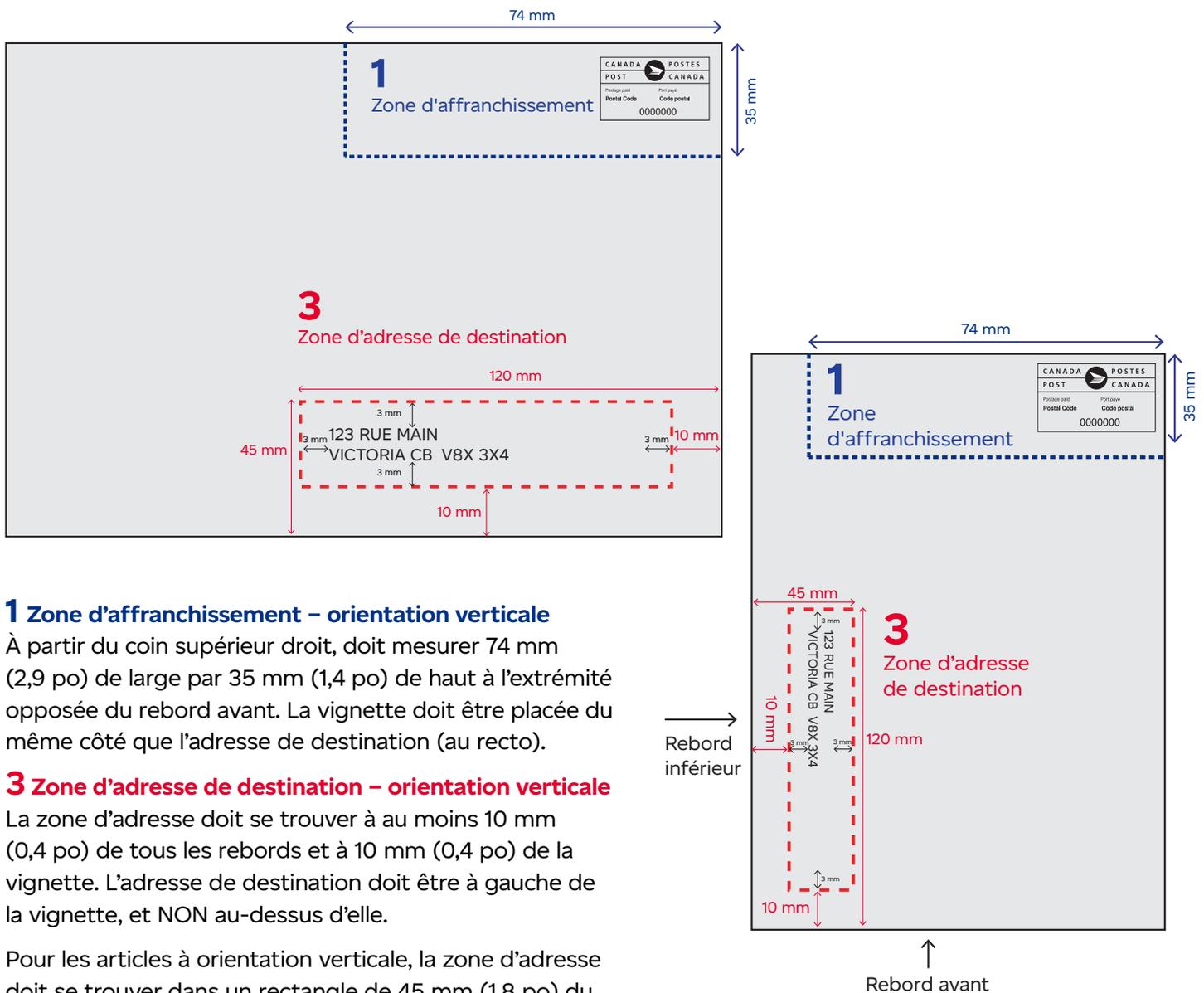
Il n'y a pas d'adresse de retour.

3 Zone d'adresse de destination

La zone d'adresse doit se trouver à au moins 10 mm (0,4 po) de tous les rebords et à 10 mm (0,4 po) de la vignette. L'adresse de destination doit être à gauche de la vignette, et NON au-dessus d'elle.

Pour les articles à orientation horizontale, la zone d'adresse doit être dans un rectangle de 45 mm (1,8 po) du rebord inférieur et de 120 mm (4,75 po) du rebord avant. Il faut laisser 10 mm (0,4 po) sans texte à partir des rebords avant et inférieur.

Les images sont fournies à des fins d'illustration seulement.



1 Zone d'affranchissement – orientation verticale

À partir du coin supérieur droit, doit mesurer 74 mm (2,9 po) de large par 35 mm (1,4 po) de haut à l'extrémité opposée du rebord avant. La vignette doit être placée du même côté que l'adresse de destination (au recto).

3 Zone d'adresse de destination – orientation verticale

La zone d'adresse doit se trouver à au moins 10 mm (0,4 po) de tous les rebords et à 10 mm (0,4 po) de la vignette. L'adresse de destination doit être à gauche de la vignette, et NON au-dessus d'elle.

Pour les articles à orientation verticale, la zone d'adresse doit se trouver dans un rectangle de 45 mm (1,8 po) du rebord inférieur et de 120 mm (4,75 po) du rebord avant. Il faut laisser 10 mm (0,4 po) sans texte à partir des rebords avant et inférieur.

Conception – Courrier de quartier

Exigences obligatoires

Catégorie	Dimension	Longueur	Largeur	Épaisseur*	Poids**
Standard et surdimensionnés	Min.	Aire de 70 cm ² (10,85 po ²)	Aire de 70 cm ² (10,85 po ²)	0,18 mm (0,007 po)	S.O.
Standard	Max.	30,50 cm (12 po)	15,24 cm (6 po)	2,54 cm (1 po)***	500 g (17,64 oz)***
Surdimensionnés	Max.	30,50 cm (12 po)***	28,00 cm (11 po)	2,54 cm (1 po)***	500 g (17,64 oz)***

* Il faut mesurer l'épaisseur d'un article de Courrier de quartier là où l'article est le plus épais.

** Aucun article de Courrier de quartier pesant plus de 50 g ne peut être déposé sans l'autorisation préalable de Postes Canada (voir la section suivante pour obtenir des précisions).

*** Dimensions pour les itinéraires non desservis par facteur – Aucun minimum. Les dimensions maximales sont les suivantes : longueur 35,56 cm (14 po), largeur 28,00 cm (11 po), épaisseur 3,81 cm (1,5 po) et poids 1 000 g (35,3 oz).

Autorisation préalable pour les articles Courrier de quartier pesant plus de 50 g

En raison de la capacité limitée du réseau, vous ne pouvez pas déposer d'articles Courrier de quartier pesant plus de 50 g sans avoir obtenu au préalable l'autorisation de Postes Canada. Communiquez avec un représentant du Réseau du service aux entreprises (RSE) au 1-866-757-5480 si vos articles Courrier de quartier proposés pèsent plus de 50 g. Vous devrez fournir les renseignements raisonnablement demandés par Postes Canada lorsque vous demanderez une autorisation préalable.

Si vous avez l'intention de déposer des articles Courrier de quartier pesant plus de 50 g chaque semaine (ou plus fréquemment), vous devez également fournir un plan de dépôt lorsque vous demandez l'autorisation préalable de Postes Canada. Le plan de dépôt doit comprendre les renseignements que Postes Canada a raisonnablement demandés, y compris, sans toutefois s'y limiter :

- les emplacements de dépôt proposés et la fréquence des dépôts;
- les dates et l'heure des dépôts ainsi que les quantités à déposer à chaque emplacement;
- une répartition des bureaux de livraison prévus et des volumes pour chaque bureau, par région de tri d'acheminement (RTA) et mode de livraison.

Pour remédier à la capacité limitée du réseau, Postes Canada se réserve le droit, à sa seule discrétion, de refuser ou d'imposer des contraintes géographiques, temporelles ou autres sur tout article Courrier de quartier pesant plus de 50 g. Postes Canada vous informera de son refus, des contraintes imposées ou de son approbation (le cas échéant) au plus tard 25 jours ouvrables (excluant les fins de semaine et les jours fériés) après avoir reçu tous les renseignements raisonnablement demandés par Postes Canada pour prendre sa décision.

Toute autorisation préalable accordée par Postes Canada ne s'applique qu'aux envois pour lesquels elle a été accordée, et non aux envois futurs.

Vous devez demander l'autorisation préalable de Postes Canada pour tout changement apporté à un plan de dépôt approuvé précédemment.

Présentation

Désignation du client

Postes Canada exige que le nom du client, lequel peut être l'annonceur, le propriétaire de la convention, un utilisateur autorisé, ou le client « expédié au nom de » ou « expédié par », soit visible à l'extérieur de l'article de courrier.

Aucune adresse de destination

Les articles ne doivent pas être adressés, mais ils peuvent porter une mention telle que « CHEF DE MÉNAGE », « OCCUPANT », « RÉSIDANT », « PROPRIÉTAIRE DE L'ENTREPRISE », « GESTIONNAIRE DU MARKETING », « GESTIONNAIRE DES ACHATS » ou « LOCATAIRE DE CASE POSTALE », sans adresse de destination.

Il est acceptable pour les articles de courrier de porter une adresse (comme l'emplacement d'un magasin, par exemple) sur la page couverture arrière ou avant, cependant cette adresse ne doit pas être imprimée sous la forme d'un bloc d'adresse. On peut omettre la province et/ou le code postal, ou encore mettre tous les éléments de l'adresse sur une même ligne. Pour les articles Correspondance-réponse d'affaires^{MC}, l'adresse spécifique de l'article peut être visible.

Remarque : Il n'existe aucune vignette postale pour le service Courrier de quartier. Les vignettes postales ne sont pas acceptées sur les articles Courrier de quartier, à l'exception de la vignette **Correspondance-réponse d'affaires ou des « Renseignements d'identification de base » pour les articles Poste-publications** expédiés en tant qu'articles Courrier de quartier.

Envois collectifs

Un envoi collectif présente du contenu promotionnel provenant de deux ou plusieurs organismes et prend habituellement la forme d'un livret ou d'une carte, ou est inséré dans une enveloppe.

Les envois collectifs ne sont pas des :

- catalogues;
- répertoires;
- bulletins;
- calendriers;
- journaux communautaires.

Le simple fait d'inclure l'identité de l'expéditeur (nom de l'entreprise ou logo) ne compte pas comme du contenu promotionnel. Postes Canada se réserve le droit de refuser, à son entière discrétion, tout envoi collectif qui ne répond pas à ses critères, y compris, sans s'y limiter, un envoi d'un client qui est principalement engagé dans la vente de l'article collectif, plutôt que de faire la promotion de ses propres produits ou services.

Pièces jointes et encarts

- Échantillons (format d'essai). L'échantillon peut être distribué seul, attaché ou inséré dans une enveloppe avec ou sans imprimés. Une enveloppe scellée peut contenir un seul échantillon ou plusieurs échantillons. Le prix est basé sur le poids total de l'article, échantillons compris.
- Les aimants ne sont acceptables que s'ils sont emballés ou fixés et que la partie magnétisée est couverte.

- Un article de Correspondance-réponse d'affaires (carte ou enveloppe).
- Les encarts peuvent être placés dans un journal, un magazine, un catalogue, une enveloppe ou un envoi à découvert. Pour être acceptables, les encarts doivent être joints ou pliés dans l'article afin qu'ils fassent partie intégrante de l'article, et qu'ils ne puissent s'en séparer durant une manutention normale. Vous devez effectuer un « test de pincement ». Pour ce faire, placez le milieu du pli de l'article (reliure) dans la paume de votre main, entre votre pouce et le reste de vos doigts. Serrez bien l'article et secouez-le horizontalement, l'extrémité ouverte vers le bas. Si les encarts se détachent au cours du test, l'article n'est pas acceptable et vous devez refaire votre emballage. Vous pouvez effectuer l'une des opérations suivantes :
 - placer l'article, y compris les encarts, dans une enveloppe ou un emballage en plastique (sac en polyéthylène);
 - apposer des autocollants, du ruban adhésif ou des languettes sur les ouvertures supérieure et inférieure d'un article de courrier plié, à l'ouverture opposée au pli ou à toutes les ouvertures;
 - placer les encarts dans un journal en regroupant tous les encarts en un seul ou en les insérant dans un emballage pour créer un seul pli, placer ensuite le paquet d'encarts dans un quart du journal en s'assurant que le pli des encarts fait face à la bordure extérieure du journal;
 - placer les encarts entre les pages de l'article, puis replier l'article de manière à faire un pli commun;
 - s'il y a deux sections à l'article, placer les encarts entre les deux sections, puis replier l'article pour former un pli commun;
 - agrafer les encarts, à condition de couvrir les agrafes de manière à éviter leur exposition pendant la manutention normale;
 - coller les encarts, à condition que la colle et le papier soient suffisamment solides pour retenir l'encart dans l'article.

Remarque : Assurez-vous que chaque article, y compris tous les échantillons, peut être expédié et tenez compte des exigences d'emballage particulières (articles parfumés, allergènes courants, etc.). Les articles doivent être correctement emballés et étiquetés de manière à minimiser les risques de réactions allergiques.

Options créatives

Article découpé à l'emporte-pièce

- carton d'un minimum de 7 points pour éviter que l'article ne se plie;
- des articles non imprimés, comme le caoutchouc, le plastique, le stratifié, le vinyle, le cuir ou le bois (sous réserve d'une mise à l'essai et de l'approbation nécessaire).

Application d'encarts collés

- doivent être fixés fermement avec de la colle et ne pas se détacher de l'article pendant le traitement normal;
- doivent être collés à plat sur l'article;
- si l'article est magnétisé, il doit être assez faible pour être traité sans démagnétiser le contenu des autres articles (p. ex., des cartes de crédit).

Notes repositionnables

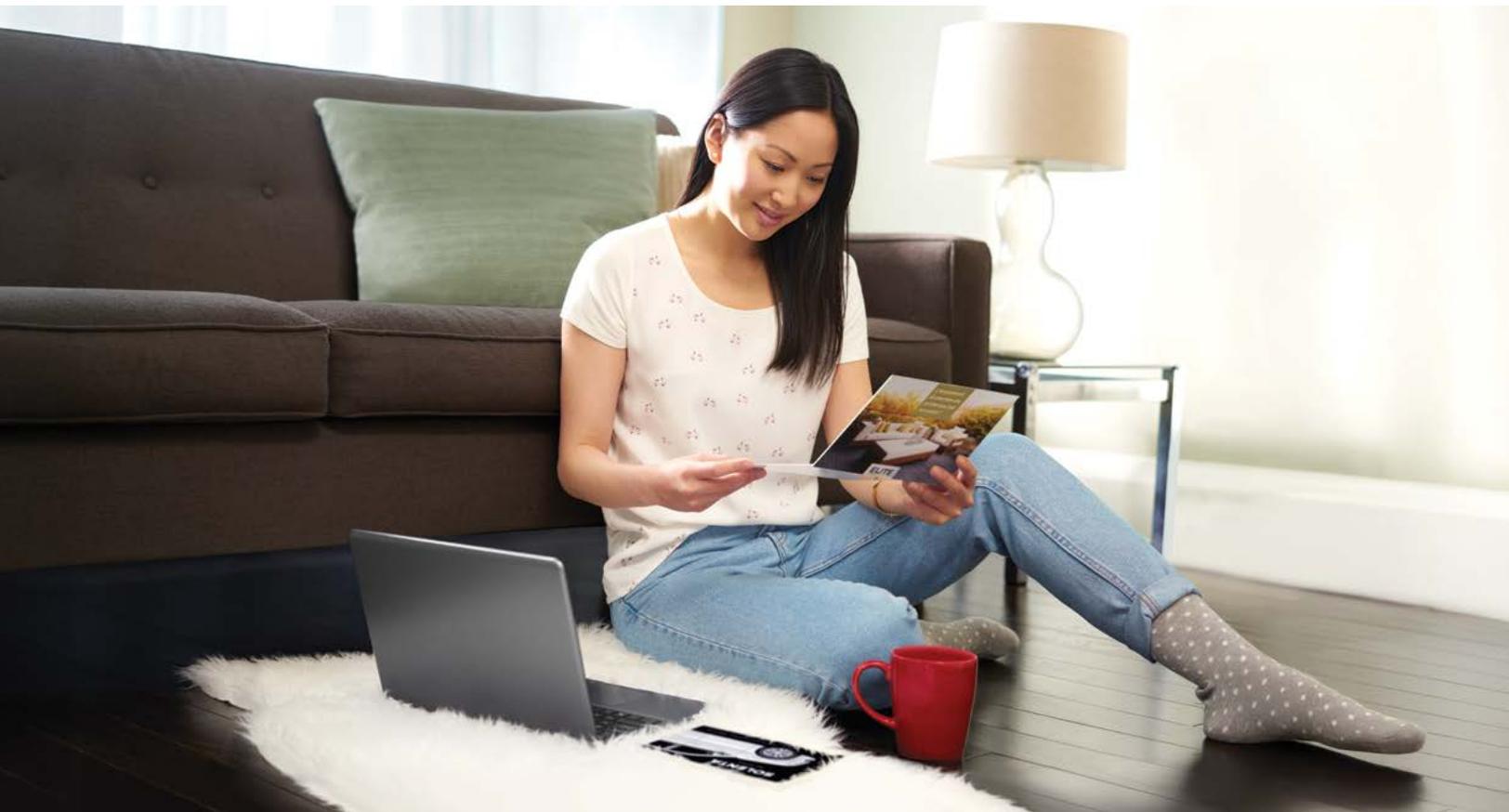
- appliquées au moyen d'une bande collante qui doit représenter au moins un tiers (1/3) de la largeur totale de la note repositionnable (p. ex., 26 mm [1 po] de largeur pour une étiquette de 76 mm [3 po]);
- appliquées mécaniquement;
- apposées n'importe où sur l'article;
- appliquées sur des matières à base de papier, comme des enveloppes.

Articles parfumés

- articles de courrier non scellés contenant de l'encre et des vernis microencapsulés : la partie parfumée doit être recouverte ou se trouver à l'intérieur de l'article de courrier pour éviter la diffusion prématurée du parfum;
- Les articles de courrier scellés qui contiennent des parfums qui ne proviennent pas d'encres et de vernis microencapsulés doivent être scellés afin qu'aucune odeur ne s'en échappe.

Impressions variables

- articles qui contiennent des impressions variables, comme plusieurs offres ou emplacements d'affaires, et qui n'exigent pas des directives de livraison précises. Ces articles sont acceptables pour la livraison à condition que les éléments suivants demeurent les mêmes : l'identité du client, les dimensions physiques et les produits ou services annoncés;
- Ces articles seront distribués aléatoirement et ne doivent pas être soumis à des exigences spéciales d'enlissage ou d'étiquetage.





Marketing Intelliposte Exigences de préparation

Assurez-vous que votre envoi peut
être traité et livré efficacement.



Marketing Intelliposte^{MC}

Exigences de préparation



Il y a deux façons de traiter vos articles de courrier :

1. Sur nos machines – courrier mécanisable
2. Autrement que sur nos machines – Manutention spéciale et Courrier de quartier.

Options de traitement par types de services

Description	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal	Courrier de quartier
Le courrier mécanisable exige que les expéditeurs orientent les articles de courrier, les conteneurs étiquetés et les unités d'expédition étiquetées dans le même sens, et les mettent dans un conteneur.	oui	oui	S.O.
La manutention spéciale exige que les expéditeurs trient leurs articles de courrier en fonction d'itinéraires de facteur précis (ou d'autres itinéraires de livraison) au moyen d'un logiciel de tri préliminaire reconnu par Postes Canada.	oui	oui	S.O.
Courrier de quartier	S.O.	S.O.	oui



Types de conteneurs et unités d'expédition



Conteneur à lettres et à grands objets plats



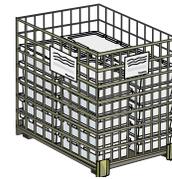
Conteneur à grands objets plats



Pochette Flexifort^{MC}



Conteneur fourni par le client



Monoteneur



Palette

Lorsque vous ciblez plusieurs installations de livraison dans un envoi, vous pouvez varier les types de conteneurs utilisés, à condition d'utiliser le même type de conteneur pour une installation de livraison donnée. Les dimensions du conteneur correspondent aux mesures prises à l'intérieur du conteneur. Les équivalents en système impérial sont fournis pour des raisons pratiques.

Conteneurs fournis par Postes Canada	Longueur	Largeur	Hauteur	Poids des conteneurs (sans couvercle)	Poids maximal (incluant le courrier, le conteneur et le couvercle)
Conteneur à lettres et à grands objets plats (CLGOP) – articles standard	394 mm (15,6 po)	244 mm (9,6 po)	156 mm (6,1 po) avec couvercle	0,995 kg (2,2 lb)	22,7 kg (50 lb)
Conteneurs à grands objets plats – articles surdimensionnés	405 mm (15,9 po)	240 mm (9,4 po)	303 mm (11,9 po)	1,7 kg (3,7 lb)	22,7 kg (50 lb)
Pochette Flexifort – Courrier de quartier seulement (numéro de commande : article 241558)	S.O.	406 mm (16 po)	305 mm (12 po)	S.O.	6 kg (13 lb)

Remarque 1 : Les CLGOP sont conçus pour être utilisés sans couvercle.

Remarque 2 : Les conteneurs à grands objets plats doivent être déposés avec des couvercles. Si des couvercles ne sont pas disponibles, nous recommandons l'utilisation de cartons de séparation entre chaque rangée afin de protéger vos articles de courrier.

Conteneurs fournis par le client	Longueur	Largeur	Hauteur	Poids du conteneur (sans couvercle)	Poids maximal (courrier, conteneur et couvercle compris)
Pour les articles standard et surdimensionnés	535 mm (21,06 po)	251 mm (9,8 po)	303 mm (11,9 po)	S.O.	22,7 kg (50 lb)

Remarque : Les conteneurs en carton fournis par le client doivent respecter les exigences, être complètement scellés et être suffisamment robustes pour résister à la manutention pendant le traitement.

Type d'unités d'expédition

Unité d'expédition	Poids	Longueur	Largeur	Hauteur	Poids maximal (incluant le courrier et l'unité d'expédition)
Monoteneur	97 kg (213,8 lb)	1,322 m (52 po)	1,067 m (42 po)	1,115 m (43,8 po)	900 kg (1 984,2 lb)
Palette (en plastique et en bois) – la quantité minimale à commander est de 40 unités.	9 kg (19,8 lb)	1,22 m (48 po)	1,02 m (40 po)	1,5 m (59 po)	900 kg (1 984,2 lb)

Pour obtenir des renseignements sur la façon de construire votre palette, consultez l'[annexe B : Spécifications pour la construction de palettes](#).

Commande de matériel

Pour vous renseigner sur notre matériel (conteneurs et unités d'expédition) et le commander, communiquez avec le Service des commandes de l'Installation pour l'entreposage, l'entretien et la distribution de l'équipement national (IEDEN), par téléphone au 905-565-0480, par télécopieur au 905-564-6830, par courriel à l'adresse necfteo@postescanada.ca, ou encore par l'entremise d'un coordonnateur régional chargé du matériel.

Nous fournissons l'équipement en fonction des conditions et de la disponibilité. Si nous ne pouvons pas en fournir, il faut utiliser des palettes ou des conteneurs préapprouvés par Postes Canada et fournis par le client (p. ex., des boîtes en carton).

Coordonnateurs régionaux chargés du matériel

Région	Coordonnées
Atlantique	Nouvelle-Écosse / Î.-P.-É. : Halifax, tél. : 902-494-4001, poste 4707
	Nouveau-Brunswick : Moncton, tél. : 506-381-5347 Saint John, tél. : 506-653-5270
Huron et Rideau	Ottawa Tél. : 613-734-1431 Courriel : equipmentline.ompp@postescanada.ca
	Hamilton Installation pour l'entreposage, l'entretien et la distribution de l'équipement national (IEDEN) Tél. : 905-565-0480 Télécopieur : 905-564-6830 Courriel : necfteo@postescanada.ca
	London Tél. : 519-473-6738
Pacifique	Vancouver Tél. : 604-276-5538

Région	Coordonnées
Prairies	Winnipeg Tél. : 204-987-5100, poste 2019
	Edmonton Tél. : 780-945-2600, poste 3292 Télécopieur : 780-945-2608
	Calgary Tél. : 403-974-2000, poste 2170
Québec	Montréal Tél. : 514-345-7369 Courriel : uvcr.mtl@postescanada.ca
Région du Grand Toronto	Installation pour l'entreposage, l'entretien et la distribution de l'équipement national (IEDEN) Tél. : 905-565-0480 Télécopieur : 905-564-6830 Courriel : necfteo@postescanada.ca

Vous ne pouvez utiliser notre équipement que lorsque vous utilisez des produits ou des services de Postes Canada. Il demeure notre propriété exclusive. L'utilisation à des fins personnelles n'est pas permise. Il vous incombe de vous assurer que l'équipement demeure en bon état; une usure raisonnable est acceptable.

Préparation – Courrier mécanisable

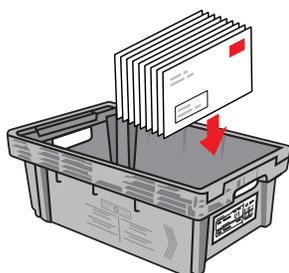
Exigences

Placement des articles de courrier dans des conteneurs acceptables

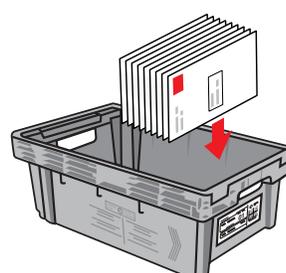
- Afin de faciliter le traitement du courrier, les clients ne devraient pas remplir les contenants à leur pleine capacité. Il doit y avoir suffisamment d'espace libre pour que l'opérateur puisse y mettre les deux mains afin d'en retirer le courrier.
- Seul le dernier conteneur peut être moins rempli. Pour que le courrier du dernier conteneur reste bien en place et ne s'abîme pas, nous vous recommandons d'utiliser du matériel d'emballage.
- Assurez-vous que les articles ne collent pas les uns aux autres, car ils pourraient s'abîmer pendant le traitement ou se bloquer dans les machines ou les endommager.

Conteneurs à lettres et à grands objets plats (CLGOP)

Pour les adresses orientées à l'**horizontale**, la vignette postale doit figurer dans le coin supérieur droit.

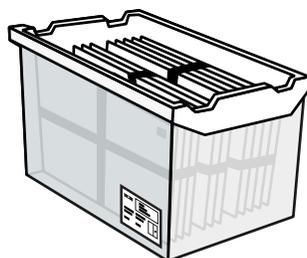


Pour les adresses orientées à la **verticale**, la vignette postale doit figurer dans le coin supérieur gauche.

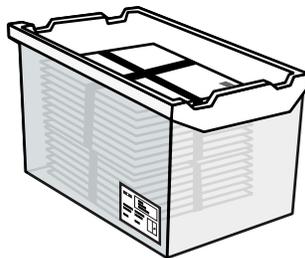


Conteneur à grands objets plats

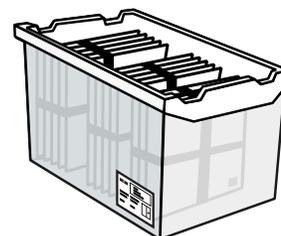
Pour les articles trop larges, il faut placer le courrier **debout**, sur la longueur.



Le courrier peut être placé à **plat** dans le conteneur.



Le courrier peut être placé **debout à la verticale**, face aux côtés étroits du conteneur à grands objets plats.



Étiquetage des conteneurs

Tous les conteneurs doivent porter une étiquette bilingue. Il n'est pas nécessaire d'étiqueter chaque conteneur si tous les conteneurs sont placés dans des monoteneurs ou sur des palettes. Pour les spécifications d'étiquettes, consultez [l'Outil des étiquettes](#).

Remarque : Les gros expéditeurs de courrier peuvent choisir de produire des étiquettes individuelles ou en format continu (en une pose, en deux poses, etc.) de la façon qui convient le mieux au processus de surimpression prévu.

Renseignements sur l'acheminement

- Nom du service
- Format et option de service

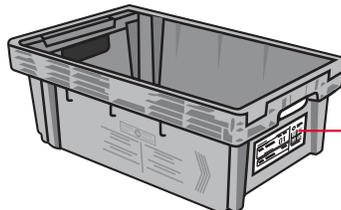
Exemple d'étiquette de conteneur

Si vous utilisez des conteneurs fournis par Postes Canada, insérez les étiquettes de conteneur dans le porte-étiquette avant de déposer votre envoi.

Si vous utilisez vos propres conteneurs en carton, apposez une étiquette de conteneur sur le côté de chaque conteneur. Vous pouvez commander des étiquettes auto-adhésives en ligne à partir du postescanada.ca/magasinier en utilisant le formulaire 33-086-732 ou par téléphone au 1-888-550-6333.

Nous vous recommandons d'inscrire le numéro de la commande (déclaration de dépôt) sur l'étiquette. Si vous désirez inclure d'autres directives internes sur le conteneur, nous recommandons l'utilisation d'étiquettes d'une autre couleur, pour bien les distinguer des étiquettes blanches de Postes Canada.

Exemples d'étiquettes



Exemple d'étiquette non générée par le PERL*

CANADA POST / POSTES CANADA		C123456789	← Commande (Déclaration de dépôt)
Standard Personalized Mail	Standard Courier personnalisé		← Nom du service
Machineable	Mécanisable	\$15	← Option de service

Exemple d'étiquette avec code à barres 2D en option (générée par le PERL*)

CANADA POST / POSTES CANADA		C123456789
MONTREAL QC		
Lettermail Machineable	Poste-lettres mécanisable	CLM 
P X MSAICD 011 1234 5682 3 0010 1 0927		MAX 1A1 M&A 8VV9 62 8439

* PERL : Programme d'évaluation et de reconnaissance de logiciel

Placement de conteneurs dans des unités d'expédition

Les unités d'expédition (monoteneurs ou palettes) servent à regrouper les conteneurs d'une même commande ou devant être acheminés à la même destination (p. ex., tous les articles de courrier destinés à Vancouver arrivent sur une même palette). Cette méthode réduit la manutention et aide à assurer une livraison rapide.

Unité	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal
Palette	Minimum : Aucun minimum Maximum : <ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP • ou 32 conteneurs à grands objets plats • ou hauteur de 1,5 m (y compris la hauteur de la palette) 	Minimum : Aucun minimum Maximum : <ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP • ou hauteur de 1,5 m (y compris la hauteur de la palette)
Monoteneur	Minimum: Aucun minimum Maximum: <ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP (40 CLGOP avec couvercle) • ou 24 conteneurs à grands objets plats • ou laisser un espace d'au moins 25 mm (1 po) entre le haut du contenu empilé et le haut du monoteneur 	Minimum: Aucun minimum Maximum: <ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP (40 CLGOP avec couvercle)

Sécurisation des palettes

Toutes les palettes doivent être bien attachées et avoir une structure solide pour être manipulées et transportées en toute sécurité.

Si des palettes en plastique sont utilisées, il est recommandé de maintenir les conteneurs sur le fond de la palette en enserrant le tout par quatre sangles de serrage. Les courroies métalliques ne sont pas permises.



Empilage de palettes ou de monoteneurs

Remarque : Ce ne sont pas tous les emplacements qui sont équipés pour traiter le courrier reçu en palettes ou en monoteneurs qui sont superposés. Consultez l'outil [Trouver un lieu de dépôt](#) pour vous assurer que le lieu de dépôt est bien équipé et capable de traiter votre courrier.

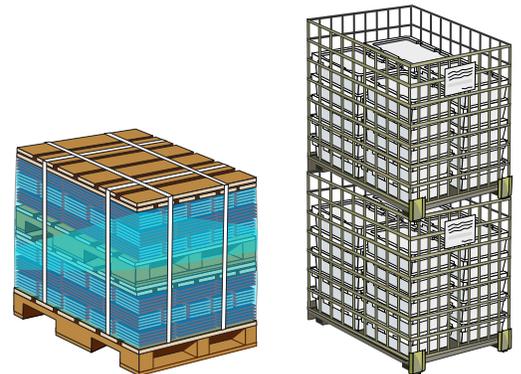
Plusieurs palettes qui partagent la même destination, selon le Schéma de tri préliminaire national (STPN), peuvent être empilées deux par deux, pourvu qu'elles soient fixées ensemble à l'aide de courroies. Lors de l'entreposage et du transport, l'empilage des palettes permet d'utiliser l'espace de l'entrepôt plus efficacement. Par exemple, supposons qu'il y a deux palettes, l'une destinée à la succursale de Vanier et l'autre, au poste de facteurs Merivale, à Ottawa dans les deux cas. Ces deux palettes peuvent être fixées ensemble à l'aide de sangles et acheminées à Ottawa (regroupement du courrier urbain).

Palettes

Deux palettes empilées ne peuvent mesurer au total plus de 1,5 m (4,9 pi) ou peser plus de 900 kg (1 tonne).

Monoteneurs

Deux monoteneurs empilés ne doivent pas peser au total plus de 1 800 kg (2 tonnes); chaque monoteneur ne doit pas peser plus de 900 kg (1 tonne).



Étiquetage des unités d'expédition

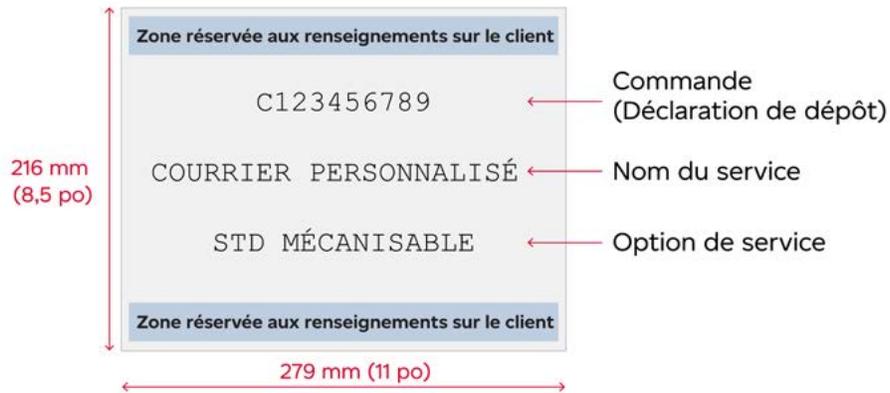
Spécifications relatives aux étiquettes

Toutes les palettes et tous les monoteneurs doivent être étiquetés. Ainsi, votre courrier sera acheminé à l'installation appropriée dans le réseau de Postes Canada. Une étiquette d'unité d'expédition avec code à barres bidimensionnel facultative est offerte aux clients qui utilisent le logiciel du Programme d'évaluation et de reconnaissance de logiciel (PERL) pour préparer leur courrier mécanisable.

Les étiquettes doivent être blanches et satisfaire aux exigences suivantes :

- mesurer 279 mm sur 216 mm (11 po sur 8,5 po) en format de lettre paysage ou portrait. Les étiquettes peuvent également être préparées en format portrait légal 216 mm sur 355 mm (8,5 po sur 14 po);

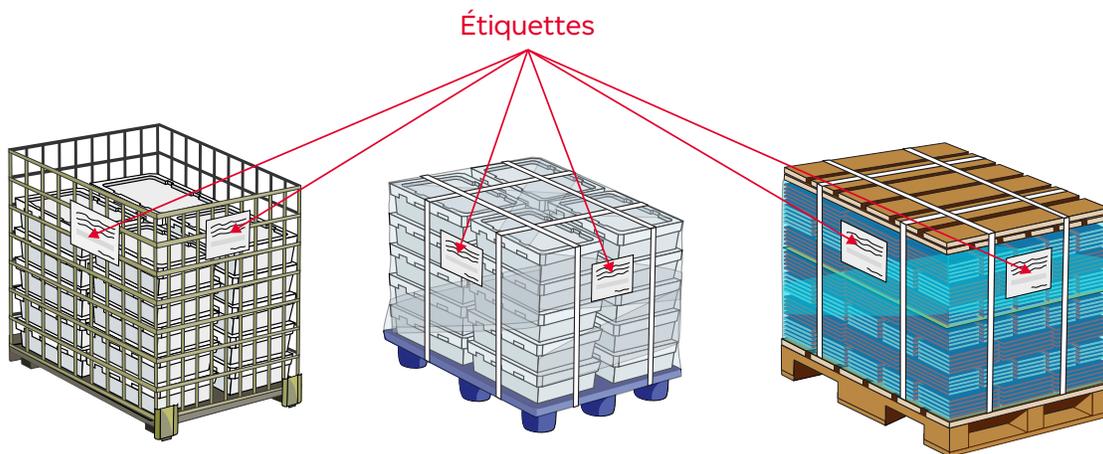
- être imprimées dans un lettrage en noir dont la taille de la police est suffisamment grande pour couvrir toute l'étiquette;
- afficher de façon visible le nom de l'installation (qui doit ressortir par rapport aux autres renseignements);
- être visible sur deux côtés de la palette ou du monoteneur.



Renseignements sur l'acheminement

- Nom du service
- Option du service

Nous vous recommandons d'inscrire le numéro de la commande sur l'étiquette. Si vous désirez inclure d'autres directives internes sur l'unité d'expédition, nous recommandons l'utilisation d'étiquettes d'une autre couleur, pour bien les distinguer des étiquettes blanches de Postes Canada.



Préparation – Manutention spéciale

La manutention spéciale est offerte aux clients qui veulent faire preuve de créativité ou aux clients qui préféreraient que leurs articles de courrier ne soient pas traités sur nos machines.

Assurez-vous d'utiliser un logiciel de tri préliminaire reconnu par Postes Canada. Le logiciel fait les tâches suivantes :

- trie les articles de courrier par code postal et selon l'itinéraire de livraison désigné par le code de mode de livraison (CML);
- regroupe les articles de courrier selon une destination commune conformément au Schéma de tri préliminaire national (STPN).

Éléments de manutention spéciale

Programme d'évaluation et de reconnaissance de logiciel (PERL)

Notre Programme d'évaluation et de reconnaissance de logiciel (PERL) évalue la précision des logiciels de tri préliminaire.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour trouver une liste de nos fournisseurs approuvés, consultez la page [Fournisseurs de logiciels reconnus de tri préliminaire](#).

Code postal

Le code postal est un code alphanumérique à six caractères au format ANA NAN dans lequel « A » représente une lettre de l'alphabet et « N » représente un chiffre. Il fait partie intégrante de toute adresse postale au Canada et il a été conçu pour faciliter le tri mécanisé et manuel du courrier.

Les zones rurales sont désignées par un zéro dans la RTA (p. ex., M0L 3K2).

Pour obtenir plus de renseignements, consultez la [Section 5](#) des Directives d'adressage dans le *Guide des postes du Canada*.



Code de mode de livraison (CML)

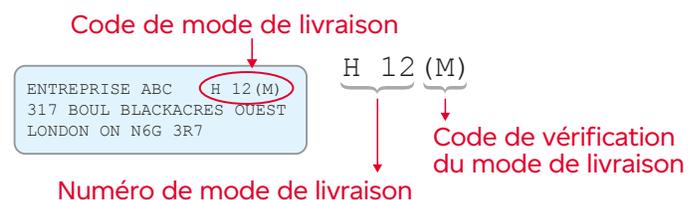
Le code de mode de livraison est un identificateur d'itinéraire de livraison précis (aussi appelé mode) pour une adresse individuelle.

Le CML est composé de deux parties : un code de vérification du mode de livraison (CVML) et un numéro de mode de livraison (NML).

Le **numéro de mode de livraison (NML)** indique l'itinéraire de facteur ou le mode de livraison ainsi que le facteur responsable de la livraison.

Le **code de vérification du mode de livraison (CVML)** désigne la version du STPN et du produit de données sur les modes de livraison qui a été utilisée pour la préparation d'un envoi.

Le CML doit être imprimé et placé dans le bloc-adresse de chaque article.

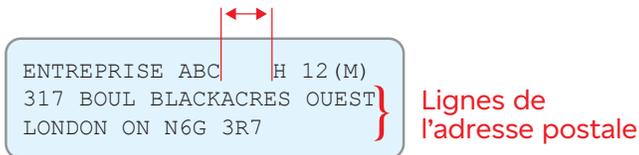


Emplacement du code de mode de livraison. Le CML peut figurer sur une ligne sans adresse dans le bloc-adresse ou au-dessus, c'est-à-dire sur une ligne qui n'appartient pas à l'adresse postale. Lorsqu'il est placé sur la même ligne que l'adresse municipale, le nom de la ville ou de la province ou le code postal, un espace de 10 mm (0,4 po) doit être maintenu entre le CML et la ligne de l'adresse.

Emplacement du CML sur les adresses – Courrier personnalisé

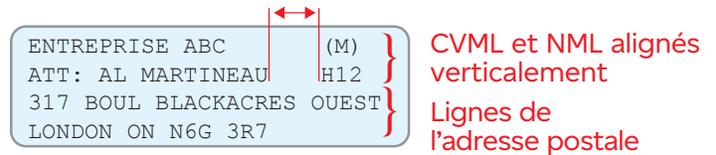
Bloc-adresse de trois lignes ou plus :

Laisser 3 ou 4 espaces vides à la droite d'une ligne qui n'appartient pas à l'adresse postale.



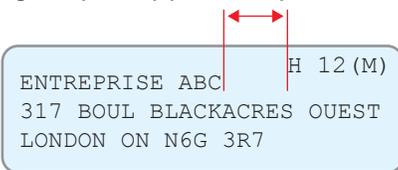
Bloc-adresse de quatre lignes ou plus :

Laisser 3 ou 4 espaces vides à la droite de la plus longue ligne qui n'appartient pas à l'adresse postale.



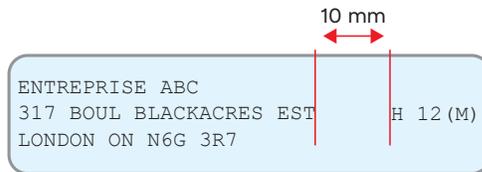
Au-dessus du bloc-adresse :

Jusqu'à 2 lignes au-dessus du bloc-adresse, laisser 3 ou 4 espaces vides à la droite d'une ligne qui n'appartient pas à l'adresse postale.



Sur la même ligne que l'adresse :

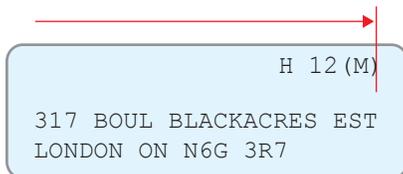
Laisser un espace de 10 mm (0,4 po) entre le CML et la ligne de l'adresse postale.



Emplacement du CML sur les adresses non personnalisées – Ciblage par code postal

Au-dessus du bloc-adresse :

Jusqu'à deux lignes au-dessus du bloc-adresse et aligné à droite.



Sur la même ligne que l'adresse :

Laisser un espace de 10 mm (0,4 po) entre le CML et la ligne de l'adresse.

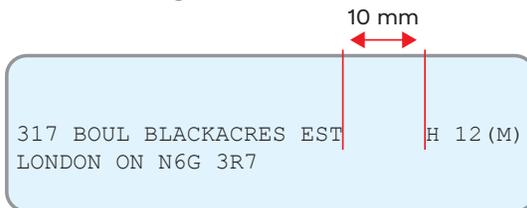


Schéma de tri préliminaire national (STPN)

Le Schéma de tri préliminaire national (STPN) indique de quelle façon le courrier est distribué à des installations précises de Postes Canada. Il énumère toutes les régions de tri d'acheminement (RTA) et explique comment regrouper le courrier dans des regroupements et des conteneurs. Les quatre niveaux de regroupement du STPN sont les suivants :

Niveau	Niveau 1 – IL	Niveau 2 – Urbain	Niveau 3 – CDP	Niveau 4 – CRCA
Regroupement	Installation de livraison	Urbain	Centre de desserte postale	Centre de regroupement du courrier d'acheminement

Tous les articles de courrier qui ne peuvent être regroupés selon l'un des quatre niveaux du STPN seront regroupés comme courrier résiduaire. Postes Canada met à jour le STPN mensuellement afin de rendre compte de changements dans les adresses canadiennes. Ces mises à jour mensuelles s'affichent également dans les logiciels de tri préliminaire reconnus par Postes Canada. Pour éviter les retards et les frais de manutention supplémentaire, vous devez utiliser la version actuelle des données sur les modes de livraison et du logiciel de tri préliminaire reconnu. Pour en savoir plus, visitez la page [Schéma de tri préliminaire national](#).

Regroupement et identification des articles de courrier

Tous les articles d'un envoi doivent faire partie d'un regroupement. Tous les regroupements (à l'exception du courrier résiduaire) doivent contenir un minimum de huit articles. Si cette exigence minimale n'est pas respectée, les articles seront regroupés au niveau suivant.

Une fois que votre courrier a fait l'objet d'un tri préliminaire, assurez-vous qu'il peut résister à la manutention. Préservez l'intégrité de vos regroupements en les séparant dans leurs conteneurs en utilisant l'une des méthodes acceptables suivantes : enliassage, cartes de séparation et marquage à jet d'encre.

Niveaux de regroupement

Types de regroupement	Le logiciel de tri préliminaire regroupe les articles de courrier ayant la même destination ou le même niveau de tri.
Mode de livraison direct (MLD)	Regroupe tous les articles qui seront livrés par le même facteur.
Niveau 1 du STPN – Installation de livraison (IL)	Regroupe tous les articles qui seront livrés par la même succursale postale ou le même poste de facteurs.
Niveau 3 du STPN – Centre de desserte postale (CDP)	Regroupe tous les articles à livrer dans la même zone, telle qu'une ville et ses environs.
Niveau 4 du STPN – Centre de regroupement du courrier d'acheminement (CRCA)	Regroupe tous les articles à livrer dans la même province.
Courrier résiduaire	Place tous les articles restants dans un regroupement d'envois résiduaire.

Séparation et identification des regroupements

Enliassage

Une liasse est une quantité d'articles de courrier identifiés et attachés ensemble au moyen de sangles (par exemple, des bandes élastiques, des ficelles ou des sangles en plastique) ou d'un emballage sous vide. L'emballage sous vide est une méthode d'enliassage acceptable pour les articles surdimensionnés et extradimensionnels seulement. Lorsqu'une liasse dépasse l'épaisseur maximale, il est préférable de la diviser en deux liasses égales.

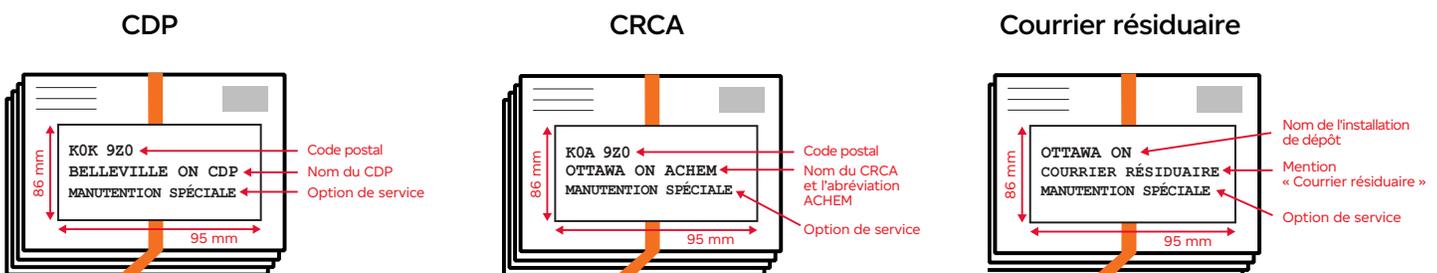
L'épaisseur maximale prévaut sur le nombre minimal d'articles. La dernière liasse résiduaire n'a pas de nombre minimal d'articles établi, mais elle doit respecter l'épaisseur maximale par liasse.

Type d'envoi	Épaisseur maximale de la liasse	Nombre minimum d'articles par liasse
Standard	100 mm (4 po)	8 articles
Articles surdimensionnés et extradimensionnels	200 mm (8 po)	8 articles

Options d'étiquetage des liasses

Option 1 – Étiquette de liasse

Lorsque l'enliassage est utilisé comme méthode de séparation, les liasses destinées aux centres de desserte postale (CDP) et aux centres de regroupement du courrier d'acheminement (CRCA), ainsi que celles des envois résiduares, doivent être identifiées au moyen d'une étiquette de liasse. Les liasses regroupées par mode de livraison direct (MLD) et installation de livraison (IL) n'ont pas besoin d'étiquettes.



Catégorie	CDP	CRCA	Courrier résiduaire
Renseignements d'acheminement indiqués sur les étiquettes de liasses	<ul style="list-style-type: none"> Code postal du CDP, selon le STPN (par ex., KOK 9Z0) Nom du CDP (p. ex., CDP BELLEVILLE, ON) Option de service 	<ul style="list-style-type: none"> Code postal du CRCA, selon le STPN (p. ex., KOA 9Z0) Nom du CRCA avec l'abréviation « ACHÉM » (pour acheminement) (p. ex, OTTAWA ON ACHÉM) Option de service 	<ul style="list-style-type: none"> Nom de l'installation de dépôt (p. ex., OTTAWA ON) Mention « COURRIER RÉSIDUAIRE » Option de service

D'autres renseignements peuvent apparaître au-dessus ou en dessous des renseignements sur l'acheminement, à condition que ces derniers soient mis en évidence.

Option 2 – Ligne de confirmation facultative (LCF)

Les LCF peuvent être générées par le logiciel de tri préliminaire et imprimées directement sur le premier article de chaque liasse. Les LCF doivent satisfaire aux exigences suivantes :

- les renseignements concernant le regroupement ne doivent être imprimés que sur la ligne supérieure de l'étiquette ou du bloc-adresse;
- le type et la taille des polices de caractères doivent être les mêmes que ceux utilisés pour l'adresse (une police de caractères en MAJUSCULES est recommandée);
- elle doivent être visibles si elles se trouvent dans une fenêtre.

CDP

K0A 9Z0 OTTAWA ON CDP
C. SMITH H15(C)
362 RUELLE KELLY
CUMBERLAND ON K4C 1A7

CRCA

K0A 9Z0 OTTAWA ON ACHEM
T. CHARLES H5(C)
423 CH SARAH
HAWKESBURY ON K6A 2A5

Courrier résiduaire

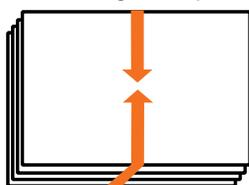
OTTAWA ON RÉSIDUAIRE
T. CHARLES XX12(C)
123 CH MAIN
CORNWALL ON K6B 1B5

Sécurisation des liasses

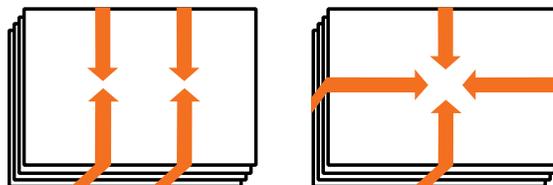
Les **sangles** doivent être assez solides et serrées pour que le contenu de la liasse ne glisse pas lorsqu'elle est maintenue verticalement.

Format	Exigences de cerclage
Articles standard Articles surdimensionnés Seulement pour les liasses déposées dans des conteneurs pour le niveau 1 (IL)	Cerclage simple <ul style="list-style-type: none">• Attaches de plastique ou de papier• Bandes élastiques si les liasses sont déposées dans des conteneurs aux côtés rigides ou dans des boîtes fournies par le client.• Il est recommandé, mais non obligatoire, d'effectuer le cerclage sur la partie la plus étroite de la liasse.
Articles surdimensionnés et extradimensionnels À l'exception des liasses déposées dans des conteneurs pour le niveau 1 (IL)	Cerclage double <ul style="list-style-type: none">• Ficelles ou attaches en plastique appliquées manuellement.

Cerclage simple



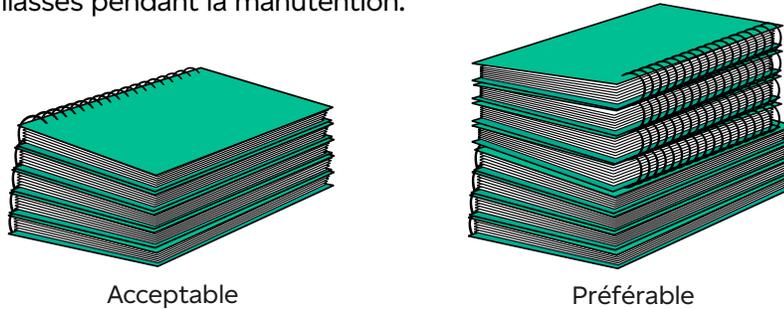
Cerclage double



Si vos articles de courrier sont dotés d'une reliure, vous pouvez orienter la moitié de la liasse dans un sens et l'autre moitié dans le sens inverse, pour donner à la liasse une épaisseur uniforme.

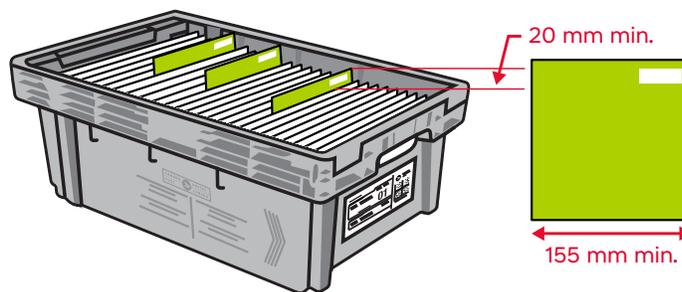
Remarque : L'emballage sous vide est une méthode d'enlissage acceptable pour les articles surdimensionnés et extradimensionnels.

Le plastique utilisé pour l'emballage sous vide doit être assez solide pour maintenir les liasses pendant la manutention.



Cartes de séparation

- Elles doivent être faites de carton fin et rigide de n'importe quelle couleur (un poids de 120 à 160 g par mètre carré).
- Elles doivent dépasser d'au moins 20 mm (0,8 po) les articles de courrier.
- Elles doivent avoir une largeur d'au moins 155 mm (6,1 po).
- Elles doivent être placées devant le premier article de chaque regroupement. Si un regroupement est trop volumineux pour entrer dans un seul conteneur, une deuxième carte de séparation est requise à l'avant du deuxième conteneur.



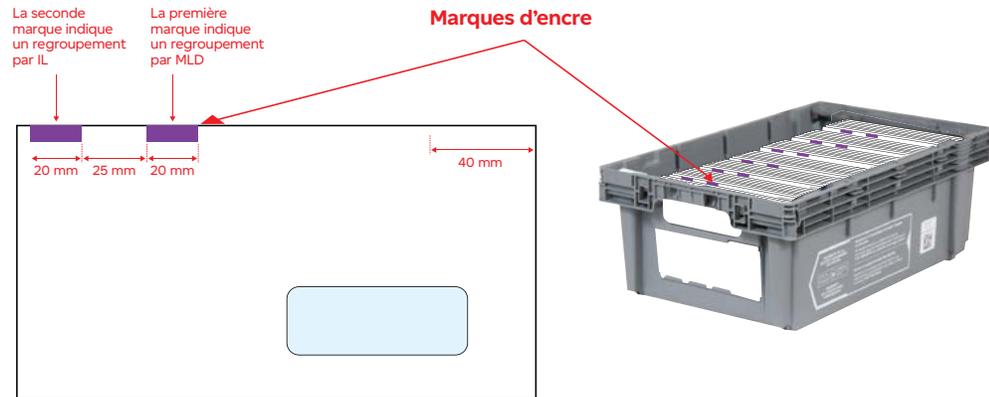
Lorsque vous utilisez des **cartes de séparation** comme méthode de séparation, vous devez indiquer les regroupements par CDP, par CRCA et par courrier résiduaire sur la partie visible de la carte de séparation qui dépasse des articles de courrier. Vous devrez fournir les renseignements suivants :

Catégorie	Regroupements par CDP	Regroupements par CRCA	Regroupements par courrier résiduaire
Renseignements requis	<ul style="list-style-type: none"> • Code postal du CDP, selon le STPN (p. ex., K0K 9Z0) • Nom du CDP (p. ex., BELLEVILLE ON CDP) • Option de service 	<ul style="list-style-type: none"> • Code postal du CRCA, selon le STPN (p. ex., K0A 9Z0) • Nom du CRCA avec l'abréviation « ACHEM » (pour acheminement) (p. ex., OTTAWA ON ACHEM) • Option de service 	<ul style="list-style-type: none"> • Nom de l'installation de dépôt (p. ex., OTTAWA ON) • Mention « COURRIER RÉSIDUAIRE » • Option de service

Marquage à jet d'encre

Le marquage doit respecter les exigences suivantes :

- sa couleur doit produire un contraste important avec celle de l'article de courrier;
- la même couleur doit être utilisée pour le marquage à jet d'encre de l'ensemble de l'envoi;
- les marques doivent commencer après une zone d'environ 40 mm (1,6 po) du coin supérieur droit de l'article.



Les marques doivent avoir une longueur d'environ 20 mm (0,8 po) et être séparées par un espace d'environ 25 mm (1 po) :

- la marque la plus près du coin supérieur droit indique un regroupement par mode de livraison direct (MLD);
- les marques additionnelles indiquent les regroupements par installation de livraison (IL), par centre de desserte postale (CDP) et par centre de regroupement du courrier d'acheminement (CRCA).

Il est acceptable que les regroupements par CDP et CRCA n'aient que deux marques, mais ces dernières doivent se trouver aux endroits indiqués pour le MLD et l'IL.

Remplissage des conteneurs

Afin de limiter les risques de blessures lorsque notre personnel traite votre courrier, nous vous demandons de ne pas trop remplir les conteneurs. Nous vous recommandons de laisser 2 pouces d'espace dans chaque conteneur pour permettre à l'employé de retirer le courrier. Une façon simple de vérifier si le conteneur à lettres et à grands objets plats (CLGOP) est assez rempli est de l'incliner de sorte que les enveloppes gravitent vers le bas. Quand il reste environ 2 pouces, le conteneur est plein. Cette pratique permet aussi de protéger vos articles de courrier contre les dommages.

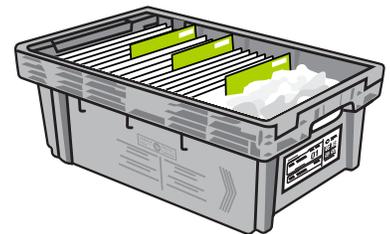
Exigences minimales de remplissage des conteneurs

Niveau de regroupement	Quand un seul conteneur est acheminé à une destination	Quand plusieurs conteneurs sont acheminés à la même destination	
	Remplir à une capacité minimale de :	Pour tous les conteneurs, sauf le dernier, remplir à une capacité minimale de :	Dernier conteneur
Niveau 1 – IL	50 %	95 %	Aucun minimum
Niveau 2 – Urbain	70 %	95 %	Aucun minimum
Niveau 3 – CDP	70 %	95 %	Aucun minimum
Niveau 4 – CRCA	50 %	95 %	Aucun minimum
Courrier résiduaire	Aucun minimum	95 %	Aucun minimum

Préservation de l'intégrité de la préparation du courrier

Pour tout conteneur rempli à moins de 95 % lorsque vous utilisez :

- des **cartes de séparation** ou le **marquage à jet d'encre** comme méthode de séparation, vous devez utiliser du rembourrage;
- des **liasses avec des sangles** comme méthode de séparation, nous recommandons d'ajouter du rembourrage.



Étiquetage des conteneurs

Tous les conteneurs doivent porter une étiquette affichant les détails sur leur destination, selon les renseignements d'acheminement du Schéma de tri préliminaire national (STPN). Un étiquetage dans les règles des conteneurs permet de veiller à ce que votre courrier soit acheminé au bon centre de travail au sein d'une installation de Postes Canada.

Remarque : L'utilisation d'étiquettes de conteneur avec code à barres bidimensionnel est obligatoire pour le courrier nécessitant une manutention spéciale. Le logiciel de tri préliminaire vous fournira les renseignements dont vous avez besoin pour imprimer les étiquettes de conteneur. Ces étiquettes doivent être bilingues.

Les étiquettes pour les monoteneurs ou les palettes de courrier résiduaire, ainsi que toutes les étiquettes non générées par le logiciel PERL, doivent afficher le nom de l'installation de dépôt et la mention « Résiduaire ».

Remarque : Pour éviter les retards ou les frais de manutention supplémentaires, il est très important de suivre les directives du plan de dépôt produit par le PERL.



Placement de conteneurs dans des unités d'expédition

Les unités d'expédition (monoteneurs ou palettes) servent à regrouper les conteneurs ou empiler les articles qui font partie d'une même commande ou qui doivent être acheminés à la même destination (p. ex., tous les articles de courrier destinés à Vancouver arrivent sur une même palette). Cette méthode réduit la manutention et aide à assurer une livraison rapide.

Exigences de remplissage des unités d'expédition

Type d'unité d'expédition	Destination	Volume	Maximum
PaLETTE	Toute destination (lors de l'utilisation de conteneurs)	<ul style="list-style-type: none"> • 18 CLGOP • ou 12 conteneurs à grands objets plats • ou hauteur de 500 mm (19,7 po) (excluant la hauteur de la palette) 	<ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP • ou 32 conteneurs à grands objets plats • ou hauteur de 1,5 m (hauteur de la palette comprise)
Monoteneur	Courrier expédié dans la province de dépôt	<ul style="list-style-type: none"> • 18 CLGOP • ou 12 conteneurs à grands objets plats 	<ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP (40 CLGOP avec couvercle) • ou 24 conteneurs à grands objets plats • ou laisser un espace d'au moins 25 mm (1 po) entre le haut du contenu empilé et le haut du monoteneur
	Courrier expédié hors de la province de dépôt	<ul style="list-style-type: none"> • 27 CLGOP • ou 18 conteneurs à grands objets plats 	<ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP (40 CLGOP avec couvercles) • ou 24 conteneurs à grands objets plats • ou laisser un espace d'au moins 25 mm (1 po) entre le haut du contenu empilé et le haut du monoteneur

Remarque 1 : Des renseignements détaillés sur l'empilage des articles de courrier se trouvent à [l'annexe A : L'empilage en rangées irrégulières](#).

Remarque 2 : Lorsque des palettes sont utilisées pour regrouper les pochettes Flexifort, il faut utiliser un emballage en carton de type monoteneur pour stabiliser les palettes.

Remarque 3 : Les clients qui préparent des envois dans des conteneurs à parois rigides pour un monoteneur d'installation de livraison urbaine directe ou d'installation de livraison rurale (les deux de niveau 1) peuvent emboîter des conteneurs à parois rigides sans couvercle. Il est recommandé de recouvrir les monoteneurs de carton pour protéger la charge. L'emboîtement de conteneurs à parois rigides sans couvercle n'est pas acceptable lors de l'utilisation de palettes.

Étiquetage des unités d'expédition

Toutes les palettes et tous les monoteneurs doivent être étiquetés. Les étiquettes générées par le PERL contiennent un code à barres bidimensionnel. Ainsi, votre courrier sera acheminé à l'installation appropriée dans le réseau de Postes Canada. **Nous vous recommandons d'inscrire le numéro de la commande sur l'étiquette.**

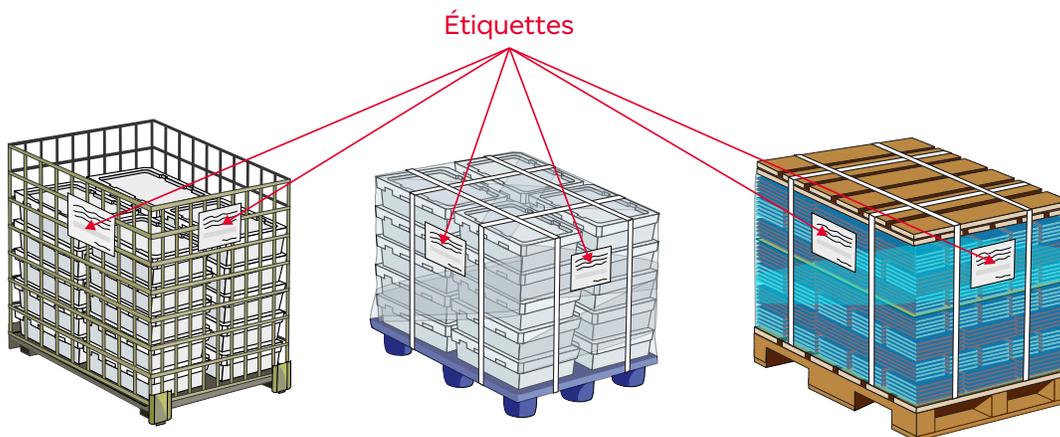


Renseignements sur l'acheminement

- le nom du service (Courrier personnalisé/Personalized Mail, Courrier personnalisé extradimensionnel/Dimensional Personalized Mail)
- le format (Standard [STD] ou Surdimensionné/Oversize [SURD/OS]) et l'option de service (Manutention spéciale/Special Handling [MS/SH])

Chaque palette ou monoteneur doit être étiqueté sur deux côtés

Si vous désirez inclure d'autres directives internes sur l'unité d'expédition, nous recommandons l'utilisation d'étiquettes d'une autre couleur, pour bien les distinguer des étiquettes blanches d'acheminement.



Sécurisation des palettes

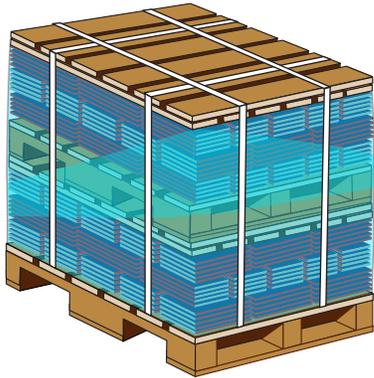
Toutes les palettes doivent être bien attachées et avoir une structure solide pour être manipulées et transportées en toute sécurité.

Si des palettes en plastique sont utilisées, il est recommandé de maintenir les conteneurs sur le fond de la palette en enserrant le tout par quatre sangles de serrage. Les courroies métalliques ne sont pas permises.

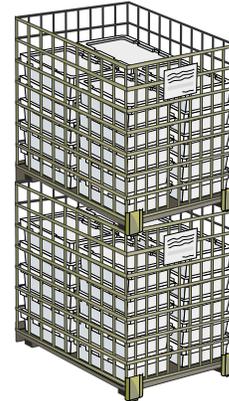


Empilage de palettes ou de monoteneurs

Plusieurs palettes qui partagent la même destination, selon le Schéma de tri préliminaire national (STPN), peuvent être empilées deux par deux, pourvu qu'elles soient fixées ensemble à l'aide de courroies. Lors de l'entreposage et du transport, l'empilage des palettes permet d'utiliser l'espace plus efficacement. Par exemple, supposons qu'il y a deux palettes, l'une destinée à la succursale de Vanier et l'autre, au poste de facteurs Merivale, à Ottawa dans les deux cas. Ces deux palettes peuvent être fixées ensemble à l'aide de sangles et acheminées à Ottawa (regroupement du courrier urbain).



Deux palettes empilées ne peuvent mesurer au total plus de 1,5 m (4,9 pi) de haut ou peser plus de 900 kg (1 tonne).



Deux monoteneurs empilés ne doivent pas peser au total plus de 1 800 kg (2 tonnes); chaque monoteneur ne doit pas peser plus de 900 kg (1 tonne).

Remarque : Ce ne sont pas tous les emplacements qui sont équipés pour traiter le courrier reçu en palettes ou en monoteneurs qui sont superposés. Consultez l'outil [Trouver un lieu de dépôt](#) pour vous assurer que le lieu de dépôt est bien équipé et capable de traiter votre courrier.



Préparation – Courrier de quartier

Les articles Courrier de quartier doivent être enliassés et conteneurisés pour le plan de distribution et de dépôt choisis.

Autorisation préalable pour les articles pesant plus de 50 g

Avant de préparer un envoi contenant des articles Courrier de quartier pesant plus de 50 g, assurez-vous d'avoir reçu l'autorisation préalable de Postes Canada conformément à la section [Conception – Courrier de quartier](#).

Remarque : Si vous avez l'intention de déposer des articles Courrier de quartier pesant plus de 50 g chaque semaine (ou plus fréquemment), vous devez également fournir à Postes Canada un plan de dépôt lorsque vous demandez l'autorisation préalable. Consultez la section [Conception – Courrier de quartier](#) pour en savoir plus.

Plans de distribution et de dépôt

Avant de préparer l'envoi, vous avez besoin d'un plan de distribution ou d'un plan de dépôt. Ces plans indiqueront le nombre de conteneurs nécessaires pour chaque installation de livraison ainsi que l'étiquetage adéquat.

Nombre et cartes des secteurs de ménages et de commerces

Nombre de secteurs de livraison

Nous segmentons les renseignements sur les secteurs de livraison desservis par nos bureaux de livraison selon le nombre de maisons, d'appartements, de fermes et de points de remise commerciaux afin d'aider le client à déterminer le nombre d'articles que devrait contenir son envoi. La base de données nationale sur le nombre de chefs de ménage peut être téléchargée à partir du site SFTP sécurisé de Postes Canada, en souscrivant à un abonnement de 12 mois qui comprend des mises à jour mensuelles. Consultez les [Données sur les publics cibles et solutions](#) pour en savoir plus au sujet des données sur le nombre de chefs de ménage ou envoyez un courriel à l'adresse centre.solutionsdedonnees@postescanada.ca.

Cartes des RTA

Les cartes des régions de tri d'acheminement (RTA) indiquent les limites géographiques précises de chaque RTA au Canada. Ces cartes aident à déterminer des territoires de vente, planifier la couverture d'une campagne de publipostage ou évaluer de nouveaux emplacements possibles pour un magasin de détail ou une entreprise.

Cartes des itinéraires

Les cartes des secteurs de ménages et d'entreprises décrivent les itinéraires suivis par les facteurs. Ces itinéraires sont particulièrement utiles pour cibler certains quartiers.

Remarque : Visitez la page [Cibleur précis](#) pour consulter les cartes des RTA.

Modes de livraison

Les modes de livraison sont définis dans le [glossaire](#).

- Itinéraire de facteur (IF)
- Remise au comptoir (RC)
- Livraison directe (DIR)
- Poste restante (PR)
- Route rurale (RR)
- Case postale (CP)
- Service suburbain (SS)
- Itinéraire de livraison motorisée (IM)

Schéma de tri préliminaire national

Le Schéma de tri préliminaire national (STPN) est utilisé pour le service Courrier de quartier et indique de quelle façon le courrier est distribué à des installations précises de Postes Canada. Il énumère toutes les régions de tri d'acheminement (RTA) et explique comment consolider les conteneurs dans les unités d'expéditions. Les quatre niveaux de regroupement du STPN sont les suivants :

Niveau	Niveau 1 – IL	Niveau 2 – Urbain	Niveau 3 – CDP	Niveau 4 – CRCA
Emplacement	Installation de livraison	Urbain	Centre de desserte postale	Centre de regroupement du courrier d'acheminement

Postes Canada met à jour le STPN mensuellement afin de rendre compte de changements dans les adresses canadiennes. Pour éviter les retards et les frais de manutention supplémentaire, vous devez utiliser la version actuelle du STPN. Pour en savoir plus, visitez la page du [STPN](#).

Enliassage

Une liasse est une quantité d'articles attachés ensemble, y compris les encarts et les échantillons.

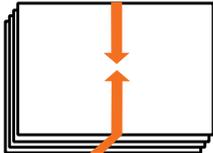
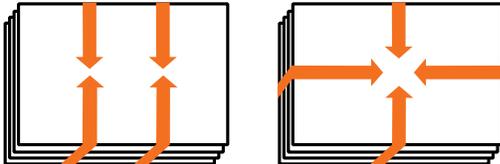
Toutes les liasses doivent contenir le même nombre d'articles (p. ex., liasses de 25, de 50 ou de 100 articles), à l'exception de la dernière liasse du dépôt destiné à une même installation de livraison qui peut être plus petite; c'est ce qu'on appelle une liasse résiduaire. Les articles Courrier de quartier, y compris les encarts et les échantillons, doivent être solidement enliassés pour éviter leur éparpillement pendant la manutention ou lors du transport vers l'installation de livraison.

La hauteur maximale d'une liasse

Catégorie de poids	Hauteur maximale d'une liasse	Poids maximal d'une liasse
Articles pesant moins de 500 g (17,6 oz)	15,24 cm (6 po)	4 kg (8,8 lb)
Articles pesant entre 500 g et 1 000 g (17,6 oz et 35,3 oz)	20,0 cm (8 po)	4 kg (8,8 lb)

Chaque installation de livraison ciblée par votre envoi recevra au moins une liasse. Utilisez le plan de distribution généré par les Outils électroniques d'expédition (OEE) de Postes Canada ou l'application Cibleur précis à titre de référence.

Les **sangles** doivent être assez solides et serrées pour que le contenu de la liasse ne glisse pas lorsqu'elle est maintenue verticalement. L'emballage sous film rétractable n'est pas permis pour les liasses de Courrier de quartier.

Type de cerclage	Description	Exigence de cerclage
Cerclage simple	<ul style="list-style-type: none">• Matériel de cerclage en plastique ou en papier.• Bandes élastiques si les liasses sont déposées dans des conteneurs aux côtés rigides ou dans des boîtes fournies par le client.• Il est recommandé, mais non obligatoire, d'effectuer le cerclage sur la partie la plus étroite de la liasse.	<p>Cerclage simple</p> 
Cerclage double	<ul style="list-style-type: none">• Ficelles ou attaches en plastique appliquées manuellement.	<p>Cerclage double</p> 

Placement des liasses dans les conteneurs

Les articles Courrier de quartier doivent être placés dans un ou plusieurs conteneurs pour chaque installation de livraison.

Tous les conteneurs doivent être remplis selon les renseignements inscrits sur l'étiquette du conteneur, sans dépasser 22,7 kg (50 lb). Il n'y a pas d'exigences minimales de remplissage à respecter lorsque des conteneurs à côtés rigides avec couvercles sont utilisés. Il est recommandé d'utiliser un couvercle lorsque les conteneurs sont à moins de 50 % de leur capacité, selon la disponibilité.

Les liasses de forme irrégulière peuvent être placées dans le sens de la largeur ou de la longueur pour maximiser le remplissage du conteneur. Pendant la préparation des conteneurs, assurez-vous que les articles ne dépassent pas la hauteur maximale.



Étiquetage des conteneurs

Tous les conteneurs doivent être étiquetés selon leur destination en fonction du nombre de chefs de ménage ou le STPN (niveau 1 – installation de livraison). Les outils d'expédition de Postes Canada généreront des étiquettes de conteneur qui répondent aux exigences de Postes Canada.

Exigences pour la production des étiquettes

Les étiquettes de conteneur doivent être bilingues et inclure le nom du service. Les étiquettes servent à désigner l'installation de livraison, l'envoi et les exigences en matière de service. L'information suivante est requise :

- **Envoyé par** : Le nom et l'adresse postale de l'entreprise qui prépare et dépose l'envoi.
- **Envoyé au nom de** : Le nom et l'adresse postale de l'entreprise propriétaire des articles de courrier.
- **Installation de livraison** : Le nom du bureau de livraison indiqué dans la base de données nationale de Postes Canada sur le nombre de ménages ou le niveau 1 du STPN.
- **Nombre de conteneurs** : Le nombre de conteneurs destinés à une même installation de livraison dans le format indiqué (p. ex., « 2 de 3 » signifie que le conteneur est le deuxième d'une série de trois destinés à cette installation de livraison).
- **Date de début de livraison** : Le premier jour de livraison prévu des articles.

Options pour la production d'étiquettes

Production d'étiquettes

Générées par les outils de Postes Canada

Les étiquettes sont générées automatiquement lorsque vous utilisez les applications haut de gamme, telles que la version en ligne ou la version 2.0 des Outils électroniques d'expédition, l'outil Cibleur précis et la Saisie d'une commande express. Utilisez du papier vierge (papier d'impression, minimum de 20 lb), ou les étiquettes vierges autocollantes (#33-086-813) ou de papier cartonné (#33-086-877) fournies par Postes Canada. Lorsque vous imprimez les étiquettes de conteneurs, sélectionnez le mode d'impression en taille réelle.

Générées par le client ou préparées manuellement

Le client prépare ses propres étiquettes en utilisant du papier ordinaire, une étiquette autocollante préimprimée ou de papier cartonné disponible auprès de Postes Canada. Consultez [l'outil des étiquettes](#).

Commandez des étiquettes dans le postescanada.ca/magasiner ou par téléphone au 1-888-550-6333 ou 1-800-260-7678.

L'étiquette autocollante no 33-086-813 ne doit être utilisée que pour les conteneurs fournis par le client ou les pochettes Flexifort. Si elle est utilisée pour les conteneurs fournis par Postes Canada, placez-la dans le porte-étiquette sans retirer l'étiquette de son support papier. L'étiquette autocollante et la version en papier cartonné doivent toutes deux entrer (ou être pliées pour y entrer) dans le porte-étiquette et pouvoir en être retirées facilement. Gardez la zone du code à barres du conteneur exempte de ruban adhésif ou de matériaux qui pourraient entraver la capacité de balayer correctement le code à barres.

- **Conteneurs fournis par Postes Canada :** la version en papier cartonné doit être remplie et placée dans le porte-étiquette de chaque conteneur avant le dépôt à une installation de Postes Canada.
- **Conteneurs fournis par le client ou pochettes Flexifort :** les étiquettes doivent être apposées au même endroit sur chaque conteneur, soit sur le dessus ou sur le côté. Si vous utilisez des pochettes Flexifort, vous devez apposer l'étiquette à l'endroit prévu à cet effet sur chacune des pochettes.

Il est possible d'expédier vos conteneurs de Courrier de quartier en utilisant un autre service de livraison, comme les services de colis de Postes Canada (Priorité^{mc}, Xpresspost^{mc} ou Colis accélérés^{mc}). L'étiquette de conteneur du service Courrier de quartier doit être utilisée conjointement avec l'étiquette d'expédition (l'exigence de 22,7 kg [50 lb] pour le poids maximum du conteneur s'applique). L'étiquette de conteneur Courrier de quartier fournit les directives pour le traitement et la livraison de vos articles à l'installation de livraison. L'étiquette de conteneur et l'étiquette d'expédition doivent être visibles, toute la surface doit être bien apposée et sans plis et elles doivent être placées côte à côte sur le rabat de la boîte ou sur le plus grand côté du conteneur.

^{mc} Marques de commerce de la Société canadienne des postes

Type d'unité d'expédition	Destination	Minimum	Maximum
Palette	Toute destination (lors de l'utilisation de conteneurs)	<ul style="list-style-type: none"> • 18 CLGOP • ou 12 conteneurs à grands objets plats • ou hauteur de 500 mm (19,7 po) (excluant la hauteur de la palette) 	<ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP • ou 32 conteneurs à grands objets plats • ou hauteur de 1,5 m (4,9 pi) (incluant la hauteur de la palette)
Monoteneur	Courrier expédié dans la province de dépôt	<ul style="list-style-type: none"> • 18 CLGOP • ou 12 conteneurs à grands objets plats 	<ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP (40 CLGOP avec couvercle) • ou 24 conteneurs à grands objets plats • ou laisser un espace d'au moins 25 mm (1 po) entre le haut du contenu empilé et le haut du monoteneur.
	Courrier expédié hors de la province de dépôt	<ul style="list-style-type: none"> • 27 CLGOP • ou 18 conteneurs à grands objets plats 	<ul style="list-style-type: none"> • 48 CLGOP (40 CLGOP avec couvercle) • ou 24 conteneurs à grands objets plats • ou laisser un espace d'au moins 25 mm (1 po) entre le haut du contenu empilé et le haut du monoteneur.

Remarque 1 : Des renseignements détaillés sur l'empilage des articles de courrier se trouvent à [l'annexe A : L'empilage en rangées irrégulières](#).

Remarque 2 : Lorsque des palettes sont utilisées pour regrouper les pochettes Flexifort, il faut utiliser un emballage en carton de type monoteneur pour stabiliser les palettes.

Remarque 3 : Les clients qui préparent des envois dans des conteneurs à parois rigides pour un monoteneur d'installation de livraison urbaine directe ou d'installation de livraison rurale (les deux de niveau 1) peuvent emboîter des conteneurs à parois rigides sans couvercle. Il est recommandé de recouvrir les monoteneurs de carton pour protéger la charge. L'emboîtement de conteneurs à parois rigides sans couvercle n'est pas acceptable lors de l'utilisation de palettes.



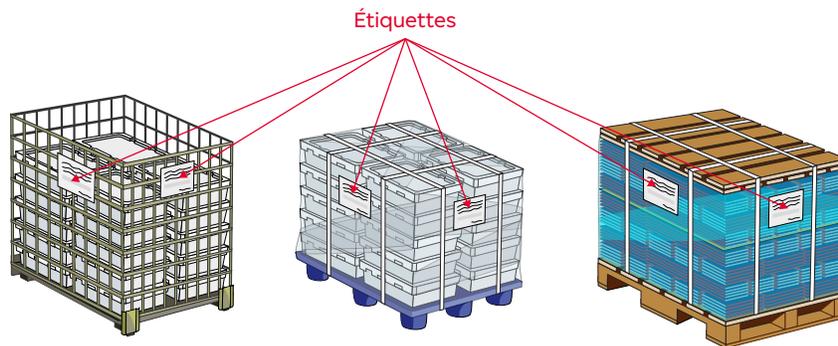
Étiquetage des unités d'expédition

Toutes les palettes et tous les monoteneurs doivent être étiquetés. Les étiquettes sont générées par les outils d'expédition de Postes Canada.

Spécifications pour les étiquettes

Les étiquettes doivent être blanches et satisfaire aux exigences suivantes :

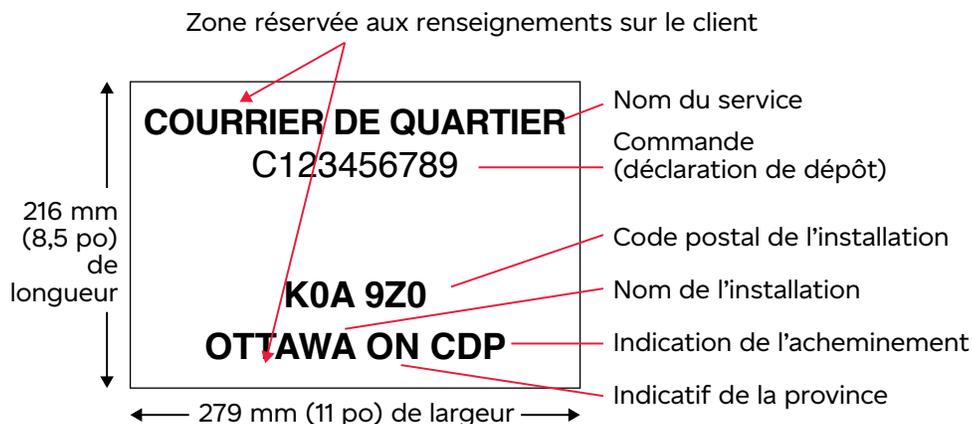
- mesurer 279 mm sur 216 mm (11 po sur 8,5 po) en format de lettre paysage ou 216 mm sur 279 mm (8,5 po sur 11 po) en format de lettre portrait.
- être imprimées en noir dont la taille dans une police de caractères suffisamment grande pour couvrir toute l'étiquette;
- afficher clairement le nom de l'installation (qui doit être visiblement plus grand que les autres renseignements);
- être visible sur deux côtés de la palette ou du monoteneur.



Renseignements sur l'acheminement

- Le nom du service (Courrier de quartier/Neighbourhood Mail);
- Les renseignements sur l'acheminement du STPN, comme suit :
 - le code postal de l'installation (p. ex., KOA 9Z0);
 - le nom de l'installation (p. ex., OTTAWA);
 - l'abréviation de la province (p. ex., ON);
 - la destination d'acheminement (p. ex., CDP).

Nous vous recommandons d'inscrire le numéro de la commande sur l'étiquette.





Marketing Intelliposte Création d'une commande

Lancez une campagne et obtenez
une meilleure réponse pour
chaque dollar de votre budget



Marketing Intelliposte^{MC}

Création d'une commande



Comment passer une commande

Description	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal	Courrier de quartier ¹
Création d'une commande	Outils électroniques d'expédition (OEE) (versions en ligne et 2.0)	Outils électroniques d'expédition (OEE) (versions en ligne et 2.0)	Outils électroniques d'expédition (versions en ligne, Saisie d'une commande express [SCE] et 2.0) ou Cibleur précis
Commande (déclaration de dépôt [DD])	Le courrier mécanisable peut figurer sur la même DD que le courrier nécessitant une manutention spéciale.	Une commande par DD	Une commande par DD
Fichier d'importation du plan de dépôt	Courrier mécanisable = S.O. Manutention spéciale = obligatoire	Courrier mécanisable = S.O. Manutention spéciale = obligatoire	Facultatif
Échantillon de courrier	Obligatoire*	Obligatoire*	Obligatoire*
ID de l'envoi	S.O.	Obligatoire (l'ID d'envoi de chaque commande Ciblage par code postal est unique)	S.O.
Poids moyen pondéré	Un dépôt peut être composé d'articles de divers poids – voir l' annexe C pour obtenir des directives de calcul.	Un dépôt peut être composé d'articles de divers poids – voir l' annexe C pour obtenir des directives de calcul.	S.O.

1. Lorsque vous utilisez les OEE ou l'application Cibleur précis pour les envois à date de début de livraison précisée, l'application calculera votre date de dépôt à partir du jour de dépôt (jour 0) auquel est ajouté le nombre de jours ouvrables que requiert la livraison. Le nombre de jours indiqué ne comprend pas le jour du dépôt, les fins de semaine ni les jours fériés. Les dépôts effectués la fin de semaine et les jours fériés sont considérés comme ayant été déposés le jour ouvrable suivant.

* Si votre envoi n'est pas placé dans une enveloppe, comme les cartes postales, les publipostages ou les magazines, vous pouvez choisir de fournir un échantillon pour chaque dépôt. Toutefois, vous devez fournir un échantillon si vos articles sont dans une enveloppe ou un emballage. Si un échantillon n'est pas fourni et que nous ne pouvons pas faire la vérification, ou s'il y a des problèmes de traitement, vous consentez qu'un article de l'envoi sera retiré pour les dossiers de Postes Canada. Si vous ne souhaitez pas qu'un échantillon réel soit prélevé, vous devez fournir un échantillon représentatif lorsque vous déposez votre envoi.

Remarque : Il est recommandé d'indiquer le nombre de conteneurs sur votre commande.

Création de votre commande

Une commande (déclaration de dépôt) doit être dûment remplie et soumise électroniquement au moyen des Outils électroniques d'expédition (OEE). Les commandes qui ne sont pas transmises par voie électronique peuvent être assujetties à un supplément. Les commandes Courrier de quartier préparées manuellement sont assujetties à des tarifs sans convention et nécessitent un bordereau de livraison Courrier de quartier.

Remise d'un échantillon

Si votre envoi n'est pas placé dans une enveloppe, comme les cartes postales, les publipostages ou les magazines, vous pouvez choisir de fournir un échantillon représentatif de chaque variation (poids, dimensions, contenu) pour chaque dépôt. Toutefois, vous devez fournir un échantillon si vos articles sont dans une enveloppe ou un emballage. Si un échantillon n'est pas fourni et que nous ne pouvons pas faire la vérification, ou s'il y a des problèmes de traitement, vous consentez qu'un article de l'envoi sera retiré pour les dossiers de Postes Canada. Si vous ne souhaitez pas qu'un échantillon réel soit prélevé, vous devez fournir un échantillon représentatif lorsque vous déposez votre envoi.

Nous vous invitons à vous assurer de la conformité des articles de courrier avant de les déposer. Vous pouvez le faire en communiquant avec un représentant du Réseau du service aux entreprises (RSE) au 1-866-757-5480.

Sommaire de dépôt et Détails de l'envoi

Le Sommaire de dépôt comporte des renseignements généraux à propos de vous et du logiciel de tri préliminaire utilisé pour l'envoi. Le document Détails de l'envoi présente une analyse détaillée des renseignements sur la préparation et le tri préliminaire du courrier.

Postes Canada et les fournisseurs du Programme d'évaluation et de reconnaissance des logiciels (PERL) ont mis au point une fonction d'importation de fichiers, le programme d'importation du plan de dépôt du courrier prétrié, qui réduit la quantité de données que vous devez saisir lors de la préparation des commandes.

Cette fonction permet d'importer vos plans de dépôt directement dans les OEE, à l'aide des OEE 2.0 et des OEE en ligne. Le logiciel PERL générera également la copie papier des rapports Sommaire de dépôt et Détails de l'envoi, qui sont exigés seulement si nous en faisons la demande. Vous pouvez consulter en ligne la liste des [fournisseurs de logiciels reconnus de tri préliminaire](#). Vous trouverez les renseignements sur la façon de créer un fichier d'importation de courrier mécanisable (facultatif) dans la page [Outils](#).



Dépôts partiels

Si un envoi est déposé sur plus d'une journée :

- vous devez choisir l'option de **dépôt partiel** si vous utilisez les OEE ou cocher la case pertinente sur la commande manuelle;
- vous devez déclarer le montant total de l'envoi pour la totalité du dépôt dans la commande accompagnant la première partie de l'envoi. Nous vous facturerons l'envoi complet comme il est déclaré sur la commande;
- la commande et un échantillon représentatif de chacun des articles doivent être déposés en même temps que le premier dépôt partiel;
- chaque dépôt partiel subséquent doit être accompagné d'une copie de la commande pour le lieu de dépôt déclaré sur la commande;
- chaque dépôt partiel doit respecter les exigences de volume minimal :
 - Courrier mécanisable – 100 articles
 - Courrier nécessitant une manutention spéciale – 1 000 articles
 - Courrier de quartier – la distribution complète d'un itinéraire donné; ou la distribution complète seulement aux résidences, aux appartements, aux fermes, aux commerces ou une combinaison de ces destinations pour un itinéraire donné;
- Tous les dépôts partiels d'une même commande doivent être effectués au complet dans les 15 jours ouvrables suivant la date du premier dépôt.

Pour le service Courrier de quartier seulement :

- Les dates de dépôts et les volumes associés doivent être déclarés dans les OEE lors d'envoi sur réception d'articles Courrier de quartier en tant que dépôt partiel.
 - **Pour les « Dépôts sur réception » – envoi avec transport payé**
Si une seule date de dépôt est spécifiée et que l'envoi est déposé sur plusieurs dates, la date de livraison sera ajustée pour refléter la date du dernier dépôt.
- Les commandes pour les dépôts partiels ne peuvent être préparées ou soumises à l'aide de la version « Saisie d'une commande express » des OEE ou l'application Cibleur précis.

Informations supplémentaires pour les envois Courrier de quartier

Informations supplémentaires

Dépôts en aval

Si vous désirez déposer un envoi Courrier de quartier sur plusieurs jours à plus d'un établissement, vous devriez :

- saisir chaque dépôt partiel sur une ligne distincte lorsque vous utilisez les OEE haut de gamme (versions en ligne ou 2.0) avec la date de dépôt applicable, le lieu de dépôt et le volume associé;
- soumettre une copie de la commande avec le premier dépôt;
- chaque dépôt subséquent doit être accompagné d'une copie de la commande applicable à la date et au lieu de dépôt déclarés;
- effectuer le dépôt en entier au plus tard 15 jours ouvrables après la date du premier dépôt.

Les commandes pour les envois à des établissements en aval ne peuvent être préparées ou soumises à l'aide de la version « Saisie d'une commande express » des OEE ou l'application Cibleur précis.

Envois propres à une version

Si vous souhaitez envoyer différentes versions des articles dans le même envoi du service Courrier de quartier (p. ex., des enveloppes identiques avec des contenus différents) à un itinéraire spécifique à l'intérieur d'une installation de livraison, vous devez assurer que chaque version :

- est identifiée avec un titre distinct dans le champ **Titre de l'article de courrier** sur l'étiquette de conteneur;
- est consignée sur une ligne distincte de la commande;
- est enliassée et conteneurisée séparément;
- porte la Région de tri d'acheminement (RTA) et le secteur cible (c.-à-d. résidences, appartements, fermes ou commerces) imprimés sur l'article, s'il y a différentes versions par itinéraire spécifique de livraison.

Lorsque vous préparez une commande manuelle, vous devez vous assurer que chaque version :

- est accompagnée de sa propre Feuille de dépôt Courrier de quartier;
- porte des étiquettes de conteneur qui indiquent que le numéro de contrôle du bordereau de livraison du Courrier de quartier est enliassé et conteneurisé séparément.

Choix des consommateurs

Vous pouvez effectuer un ciblage plus efficace en respectant la volonté des consommateurs qui indiquent ne pas souhaiter recevoir de courrier sans adresse. Lorsqu'une personne au Canada choisit de faire partie du programme Choix des consommateurs, nous continuerons de livrer les articles suivants :

- Journaux communautaires (sans pièces jointes ni encarts commerciaux) – seuls les encarts d'intérêt public sont acceptables.
- Envois d'intérêt public (plutôt que d'intérêt commercial) de la part des ministères et organismes gouvernementaux fédéraux, provinciaux et territoriaux, ainsi que des administrations municipales ou des conseils de bande.

- Envois d'Élections Canada, du directeur général des élections d'une province ou d'un territoire et des responsables des élections municipales (ou du scrutateur), y compris les envois de partis politiques et de candidats au cours d'une élection.

Consultez l'outil [Cibleur précis](#) pour connaître la répartition des points de livraison comportant ou non des avis Choix des consommateurs. Sous réserve de ce programme, la livraison des articles Courrier de quartier se fait au point de remise habituel des consommateurs (c'est-à-dire à domicile, dans les boîtes aux lettres, aux boîtes postales communautaires, aux boîtes postales multiples et aux cases postales).

Journaux communautaires

Pour qu'un article soit considéré comme un journal communautaire, il doit :

- être un journal;
- respecter les spécifications en matière de dimensions et de poids des articles Courrier de quartier;
- contenir un ratio maximal de 70 % de publicité et 30 % de nouvelles, de contenu rédactionnel et d'avis communautaires, y compris toutes les pièces jointes;
- être publié au plus trois fois par semaine;
- servir la collectivité dans laquelle il est publié, au moyen de son contenu de nouvelles et d'éditoriaux, celui-ci devant être pertinent pour les autres collectivités qui reçoivent cette publication à titre de journal communautaire et non de bulletin d'information;
- ne pas être un bulletin d'information destiné à un groupe d'intérêts et ne pas être présenté sous forme de feuille ou de dépliant imprimé contenant des nouvelles ou de l'information.

Remarque : Les journaux communautaires ne doivent contenir aucun encart ni pièce jointe de nature commerciale pour pouvoir être exemptés du programme Choix des consommateurs. Les encarts et pièces jointes d'intérêt public sont permis.

Si les exigences en matière de contenu ne sont pas respectées, l'article peut être considéré comme du Courrier de quartier, mais n'est pas considéré comme pouvant être exempté du programme Choix des consommateurs (c.-à-d. que l'article ne sera pas admissible à la livraison au nombre total des points de remise).

Envois parlementaires

Les députés de la Chambre des communes peuvent utiliser les envois du service Courrier de quartier pour envoyer gratuitement des documents imprimés aux électeurs, jusqu'à quatre fois par année civile. Ces envois doivent être composés d'imprimés seulement.

Les députés de la Chambre des communes ont droit au service Courrier de quartier parlementaire à compter de la parution de l'avis de leur élection dans la *Gazette du Canada* et jusqu'à 10 jours après qu'ils cessent d'être députés.

Tous les envois doivent être postés au bureau de poste de la Chambre des communes, à Ottawa. Après les quatre premiers envois, les envois additionnels devront être payés au tarif approprié. Communiquez avec un représentant de Postes Canada pour connaître les tarifs.



Marketing Intelliposte Dépôt

Dernière étape pour mettre votre
marque dans les mains des clients



Marketing Intelliposte^{MC}

Dépôt



Les articles doivent être déposés conformément aux exigences de la convention et des documents complémentaires. Si des articles sont déposés selon une option particulière de préparation (courrier mécanisable, manutention spéciale et Courrier de quartier) et qu'ils ne respectent pas les exigences pour cette option, alors vous pouvez choisir :

- de payer un supplément, s'il y a lieu;
- de préparer de nouveau l'envoi afin de répondre aux exigences;
- de demander le traitement du courrier en se servant d'une autre option, si les articles y sont admissibles;
- d'utiliser un autre service approprié de Postes Canada.

Au moment du dépôt

Description	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal	Courrier de quartier
Une copie imprimée de la commande	oui	oui	oui
Un échantillon* identique à l'article que vous expédiez (y compris les pièces jointes, les encarts et l'emballage)	oui	oui	oui
Le plan de dépôt (le courrier nécessitant une manutention spéciale doit comprendre le fichier exportable des plans de dépôt générés et importés dans les OEE)	oui	oui	S.O.**
Rapport sommaire du service Ciblage par code postal	S.O.	oui	S.O.

* Si votre envoi n'est pas placé dans une enveloppe, comme les cartes postales, les publipostages ou les magazines, vous pouvez choisir de fournir un échantillon représentatif de chaque variation (poids, dimensions, contenu) pour chaque dépôt. Toutefois, vous devez fournir un échantillon si vos articles sont dans une enveloppe ou un emballage. Si un échantillon n'est pas fourni et que nous ne pouvons pas faire la vérification, ou s'il y a des problèmes de traitement, vous consentez qu'un article de l'envoi sera retiré pour les dossiers de Postes Canada. Si vous ne souhaitez pas qu'un échantillon réel soit prélevé, vous devez fournir un échantillon représentatif lorsque vous déposez votre envoi.

** Il n'est pas nécessaire de fournir un plan de distribution au moment du dépôt, mais aucun article Courrier de quartier pesant plus de 50 g ne peut être déposé sans l'autorisation préalable de Postes Canada. Si vous avez l'intention de déposer des articles Courrier de quartier pesant plus de 50 g chaque semaine (ou plus fréquemment), vous devez également fournir à Postes Canada un plan de dépôt lorsque vous demandez l'autorisation préalable. Consultez la section [Conception – Courrier de quartier](#) pour obtenir plus de renseignements.

Trouver un lieu de dépôt

L'outil [Trouver un lieu de dépôt](#) vous permet de trouver le lieu de dépôt convenant à votre envoi, en fonction du code postal, du type de courrier et de la quantité. Cet outil vous offrira aussi d'autres renseignements utiles, comme les adresses et les heures limites des lieux de dépôt.

Les articles laissés après l'heure limite du lieu de dépôt sont considérés comme ayant été déposés le jour ouvrable suivant.

Types d'emplacements pour le dépôt

Nous avons évalué la capacité de nos installations de dépôt pour nous assurer qu'elles sont bien équipées et en mesure de traiter votre courrier efficacement et à temps. Le type et le volume de courrier acceptables dans les installations sont définis pour chaque type de lieu de dépôt.

Unité de vérification du courrier reçu (UVCR)

Accepte tous les produits et tous les volumes à l'exception du courrier mécanisable (c.-à-d. le courrier préparé selon les exigences du courrier mécanisable). Certaines UVCR ne peuvent pas accepter tous les types de courrier mécanisable.

Centre de dépôt commercial (CDC)

Accepte, vérifie et traite des envois commerciaux à l'exception du service Poste-publications mécanisable (les clients seront redirigés à l'UVCR la plus près). Les envois commerciaux déposés à un CDC continueront d'être traités à un établissement de traitement du courrier de Postes Canada. Les clients qui dépassent le volume maximal seront dirigés vers l'UVCR la plus près.

Bureau de poste de la Société

Accepte tous les produits commerciaux, à l'exception du courrier Poste-publications mécanisable. Les clients qui dépassent le volume maximal seront dirigés vers l'UVCR la plus près ou le CDC le plus près.

Installation de livraison

Accepte les articles Courrier de quartier pour la livraison locale (jusqu'à la couverture complète pour cette installation de livraison).





Lieu de dépôt

Tous les articles doivent être remis à un représentant autorisé au lieu de dépôt sélectionné sur la commande. Les articles ne peuvent pas être déposés dans les boîtes aux lettres publiques ni dans d'autres boîtes aux lettres.

Des volumes quotidiens maximums de courrier s'appliquent à certains types de lieux de dépôt.

Emplacement	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal	Courrier de quartier
Unité de vérification du courrier reçu	Pas de maximum	Pas de maximum	Pas de maximum
Centre de dépôt des envois commerciaux ¹ Niveau 1	2 monoteneurs ou palettes	2 monoteneurs ou palettes	2 monoteneurs ou palettes ²
Centre de dépôt des envois commerciaux ¹ Niveau 2	3 monoteneurs ou palettes	3 monoteneurs ou palettes	3 monoteneurs ou palettes ²
Centre de dépôt des envois commerciaux ¹ Niveau 3	7 monoteneurs ou palettes	7 monoteneurs ou palettes	7 monoteneurs ou palettes ²
Bureaux de poste de la Société ¹ Niveau 1	5 conteneurs	S.O.	5 conteneurs
Bureaux de poste de la Société ¹ Niveau 2	12 conteneurs	S.O.	12 conteneurs
Installation de livraison	S.O.	S.O.	Pas de maximum à l'installation de livraison responsable de la livraison locale.

1 Les centres de dépôt des envois commerciaux et les bureaux de poste de la Société ne sont pas équipés pour traiter le courrier reçu en palettes ou en monoteneurs qui sont superposés.

2 Le maximum n'inclut pas les monoteneurs ou palettes qui seront ensuite transportés par Postes Canada vers d'autres secteurs de livraison.

Remarque : Les envois du service Courrier de quartier parlementaire ne peuvent être déposés qu'au bureau de poste de la Chambre des communes, à Ottawa.

Lors du dépôt d'articles Courrier de quartier

Vous pouvez choisir entre l'une des deux options de livraison suivantes : Dépôts avec date de début de livraison et Dépôts sur réception.

Lors du dépôt...	Dépôts avec date de début de livraison précisée	Dépôts avec livraison sur réception
à une installation de livraison responsable de la livraison locale dans un centre urbain :	<ul style="list-style-type: none">vous devez effectuer votre dépôt au plus tard à 11 h la veille de la date de début de livraison précisée.aucun envoi ne peut être déposé plus de 72 heures (3 jours ouvrables) avant la date de début de livraison.	<ul style="list-style-type: none">tout dépôt effectué au plus tard à 11 h pourrait être livré (sous réserve de la capacité opérationnelle) à partir du jour ouvrable suivant.tout dépôt reçu après 11 h pourrait être livré à partir du deuxième jour ouvrable suivant le moment du dépôt.
à un bureau non desservi par facteurs pour livraison locale (y compris les bureaux de poste de la Société et les postes de facteurs autorisés à accepter les envois Courrier de quartier) :	<ul style="list-style-type: none">vous pouvez effectuer votre dépôt en tout temps le jour ouvrable précédant la date de début de livraison.aucun envoi ne peut être déposé plus de 72 heures (3 jours ouvrables) avant la date de début de livraison.	<ul style="list-style-type: none">la livraison du courrier pourrait commencer le jour ouvrable suivant (selon la capacité opérationnelle).
à un lieu de remise en vue du transport par Postes Canada à l'échelle nationale ou régionale aux installations de livraison locales :	<ul style="list-style-type: none">vous pouvez effectuer votre dépôt en fonction du nombre de jours ouvrables nécessaires, selon les normes de livraison de Postes Canada, pour respecter la date de début de livraison; votre outil de création de commande vous aidera à déterminer la date de dépôt.aucun envoi ne peut être déposé plus de 48 heures (2 jours ouvrables) avant la date de dépôt prévue.	<ul style="list-style-type: none">la livraison commencera selon les consignes ci-dessus une fois que l'envoi sera arrivé à l'installation de livraison locale.

La date de début de livraison indiquée sur la commande sera remplacée par la mention « livraison sur réception » pour tout dépôt effectué avant ou après les heures indiquées ci-dessus.

Tous les articles destinés à la même installation de livraison de Postes Canada doivent être déposés à la même date. Les dates de début et de fin du cycle de livraison seront ajustées en fonction de la date et l'heure à laquelle le dépôt sera réellement reçu.

Vous pouvez déposer des envois dont une partie est destinée à la livraison locale et une seconde partie requiert le transport. Ces parties doivent cependant être regroupées dans des unités d'expédition ou des conteneurs distincts, s'il y a lieu.

Si vous nous demandez d'envoyer vos articles déposés à un autre secteur de livraison, des frais de transport s'appliqueront.



Marketing Intelliposte Paiement et modalités

En savoir plus sur le paiement et les modalités vous permet de tirer le meilleur parti de votre convention avec Postes Canada.



Marketing Intelliposte^{MC}

Paiement et modalités



Paiement des dépôts

1 Application

La présente section « Paiement des dépôts » s'applique aux produits et services suivants : Courrier personnalisé de Postes Canada, Ciblage par code postal et Courrier de quartier de Postes Canada.

2 Options liées au mode de paiement

Ce qui suit décrit diverses options de mode de paiement acceptables pour Postes Canada. Cependant, il se peut que certaines installations de Postes Canada n'acceptent pas toutes les options.

2.1 Emploi d'un compte

2.1.1 Courrier personnalisé, Ciblage par code postal et Courrier de quartier

- Les clients disposant de conditions de crédit préautorisées peuvent sélectionner « COMPTE » comme mode de paiement si le dépôt doit être facturé au compte du client et pour que les conditions de crédit s'appliquent. Pour obtenir d'autres renseignements, consultez la [section 3 « Conditions de crédit préautorisées – Compte »](#).
- Les clients qui ne sont pas admissibles aux conditions de crédit doivent verser la totalité du paiement au moment du dépôt. Sinon, le dépôt ne sera pas accepté. Consultez la [section 5 « Preuve de paiement et utilisation de la vignette postale »](#) pour obtenir plus de renseignements.

3 Conditions de crédit préautorisées – Compte

3.1 Emploi d'un compte

Les clients disposant de conditions de crédit préautorisées peuvent sélectionner « COMPTE » comme mode de paiement si le dépôt doit être facturé à leur compte et pour que les conditions de crédit s'appliquent. Une fois la demande de crédit approuvée par Postes Canada et sous réserve de la solvabilité continue du client, à la discrétion de Postes Canada, le paiement devra être versé net dans les 15 jours suivant la date de facturation.

3.2 Facture

Pour les services Courrier personnalisé, Ciblage par code postal et Courrier de quartier, si le compte a été sélectionné pour payer un envoi, Postes Canada fournira au client une facture qui résume les frais portés à son compte. Les frais indiqués sur la facture sont un résumé des envois et des commandes (déclarations de dépôt) qu'un client a soumis à Postes Canada, à l'exception de ce qui suit :

- a) Les clients qui choisissent de payer les services par carte de crédit à l'aide de nos outils en ligne peuvent recevoir une facture par l'entremise de notre programme de notification de facture. Communiquez avec le Groupe de gestion du crédit au 1-800-267-7651 pour vous inscrire. Pour obtenir d'autres renseignements sur l'option de paiement par carte de crédit, consultez la [section 4.2, « Carte de crédit »](#).
- b) Les commandes manuelles (déclarations de dépôt) pour les articles Courrier personnalisé soumis à un bureau de poste ou à un poste de facteurs (emplacements où les articles Courrier personnalisé sont acceptés) ne figurent pas sur la facture.
- c) Les clients peuvent accéder à une copie de leur facture par l'intermédiaire de notre service en ligne gratuit. Consultez la [section 3.6, « Gestion de mes comptes »](#), pour obtenir d'autres renseignements.

Postes Canada se réserve le droit d'inclure sur une facture courante tout montant qui n'a pas déjà été facturé jusqu'à 90 jours avant la date de la facture courante.

Pour tous les services, le client doit aviser le Groupe de gestion du crédit de tout écart de facturation, en composant le 1-800-267-7651. Les écarts de facturation doivent être portés à l'attention de Postes Canada dans les 90 jours suivant la date indiquée sur la facture; après ce délai, on considérera la facture comme acceptée par le client.

Si Postes Canada doit répondre à tout écart de facturation signalé par (i) le client ou, (ii) une tierce partie au nom du client dans les délais indiqués ci-dessus, Postes Canada se réserve le droit de facturer le client pour un rajustement ou des frais d'enquête (des frais d'enquête s'appliqueront dans les situations où Postes Canada détermine que les frais en litige ont été calculés correctement sur la facture ou commande originale).

Postes Canada se réserve le droit, à sa seule et entière discrétion, de refuser une demande de remboursement ou un crédit équivalant aux frais de toute commande, lorsqu'une telle demande est effectuée par une partie autre que le payeur.

3.3 Règlement des comptes

Les comptes peuvent être réglés comme suit :

- Prélèvement bancaire automatique;
- Paiement automatique des factures par carte de crédit, une fois l'approbation de Postes Canada obtenue;
- Paiement en ligne (voir la [section 3.6, « Gestion de mes comptes »](#));
- Paiement par chèque ou mandat-poste.

Les clients désirant s'inscrire au paiement automatique des factures ou au paiement en ligne devront remplir et soumettre le formulaire pertinent qu'ils peuvent obtenir dans le postescanada.ca/facturation ou auprès d'un représentant de Postes Canada.

Les chèques ou mandats-poste doivent être libellés à l'ordre de la « SOCIÉTÉ CANADIENNE DES POSTES », contenir le numéro de client de Postes Canada et être accompagnés du talon de paiement. Le paiement doit être envoyé à l'adresse suivante :

TRAITEMENT DES PAIEMENTS
POSTES CANADA
2701 PROMENADE RIVERSIDE
OTTAWA ON K1A 1L7

Le client doit compter trois jours ouvrables pour le traitement de son paiement.

3.4 Soldes en souffrance et frais administratifs

3.4.1 Paiement en retard

Les soldes en souffrance seront assujettis à un supplément pour paiement en retard. Ce supplément sera calculé au taux de 1,5 % par mois, 0,34615 % par semaine (soit 18 % par année). Postes Canada peut modifier le montant de ce supplément en tout temps en émettant un avis au client.

Dans le cas d'un montant en souffrance, Postes Canada peut choisir de porter immédiatement à la dette toute somme reçue du client ou redevable par Postes Canada au client. Ce droit de compensation s'ajoute à tous les autres droits et recours à la disposition de Postes Canada et ne restreint nullement la capacité de Postes Canada de les exercer. Postes Canada ne versera aucun intérêt sur les fonds détenus dans le compte du client.

3.4.2 Frais de gestion des comptes

Paiements retournés : Des frais administratifs seront perçus pour tout paiement refusé, quelle qu'en soit la raison, y compris un paiement retourné pour insuffisance de provision. Le client doit rembourser à Postes Canada tous les frais, y compris les honoraires juridiques et les frais bancaires, engagés par celle-ci pour le recouvrement de paiements en retard ou de factures impayées.

Copies des documents : Les clients désirant un exemplaire des factures peuvent y accéder par l'entremise de notre service en ligne gratuit. Pour obtenir plus de renseignements, voir la [section 3.6](#). Les demandes d'exemplaires de factures ou d'autres documents (p. ex., commande [déclaration de dépôt], bordereaux d'expédition) traitées par notre groupe de gestion des comptes sont assujetties à des frais de service pour les documents jusqu'à six mois de leur date de création. Des frais supplémentaires s'appliqueront pour les éléments dont la création date de plus de six mois, s'il y a lieu.

Corrections : Les clients désirant que des corrections soient apportées aux commandes ou aux factures, ou les clients transmettant des commandes électroniques invalides ou en retard, lorsque Postes Canada n'est pas responsable, sont assujettis à des frais de service supplémentaires.

Postes Canada se réserve le droit de modifier les frais d'administration, à tout moment et sans préavis. Le client peut demander une liste des frais de gestion des comptes en communiquant avec le Groupe de gestion du crédit au 1-800-267-7651.

Enquêtes : Dans le cas où Postes Canada doit mener une enquête sur des écarts liés à la facture (y compris, sans toutefois s'y limiter, relativement au non-respect des garanties de service), elle peut appliquer des frais supplémentaires pour chaque contestation pour laquelle l'enquête révèle que la facture initiale était correcte.

3.5 Relevé de compte

Le client recevra un relevé de compte mensuel s'il utilise son compte pour le paiement des envois et que son compte a été créé avant le 1^{er} août 2022. Ce relevé résume les factures traitées, tout rajustement connexe et les paiements effectués au cours du mois, en plus du solde dû à la fin du mois.

Remarque : Le relevé de compte ne sera plus disponible après le 2 juillet 2025. La nouvelle facture consolidée fournira un résumé des frais par produits et services.

3.6 Gestion de mes comptes

La section « Gestion de mes comptes » du postescanada.ca/facturation offre un environnement pratique et sécurisé grâce auquel :

- Les clients peuvent accéder aux renseignements sur leur compte en ligne.
- Les clients peuvent vérifier l'état de leur compte et effectuer un paiement en ligne.

4 Paiement au moment du dépôt – Aucune condition de crédit

Cette section s'applique aux services Courrier personnalisé, Ciblage par code postal et Courrier de quartier.

4.1 Aperçu des options liées au mode de paiement au moment du dépôt

Les clients sans conditions de crédit préautorisées doivent verser la totalité du paiement par l'un des modes suivants :

- par chèque commercial certifié (les paiements effectués par chèque commercial non certifié ne sont acceptés qu'avec l'approbation de Postes Canada);
- en argent comptant (bureaux de poste seulement);
- par mandat-poste;
- par carte de crédit (certaines conditions s'appliquent). Voir la [section 4.2 « Carte de crédit »](#).
- par carte de débit (certaines conditions s'appliquent);
- par machine à affranchir (certaines conditions s'appliquent). Voir la [section 4.3 « Machine à affranchir »](#).

4.2 Carte de crédit

Les cartes de crédit Visa, Mastercard et American Express peuvent être utilisées comme mode de paiement dans les situations suivantes :

- lorsque le client utilise les Outils électroniques d'expédition (OEE) de Postes Canada et qu'il sélectionne l'option « Carte de crédit ». Le montant sera imputé à la carte de crédit au moment de l'envoi
- tel qu'il est stipulé dans le *Guide des postes du Canada* ou d'autres documents publiés par Postes Canada et d'application générale pour les clients de Postes Canada, lesquels peuvent être modifiés de temps à autre.

Remarque 1 : Certaines conditions et restrictions s'appliquent.

Remarque 2 : À l'exception des clients inscrits au paiement préautorisé par carte de crédit, les cartes de crédit ne sont pas acceptées pour le paiement de factures ou pour le règlement de soldes de comptes.

Remarque 3 : Les cartes de crédit ne sont acceptées qu'aux installations de Postes Canada dotées de systèmes d'autorisation de cartes de crédit.

4.3 Machine à affranchir

Le paiement par empreinte de machine à affranchir est un mode de paiement offert uniquement pour les services suivants :

- **Courrier personnalisé** – Courrier mécanisable standard et surdimensionné pesant jusqu'à 50 g, manutention spéciale standard pesant jusqu'à 100 g, manutention spéciale surdimensionnée pesant jusqu'à 50 g et manutention spéciale surdimensionnée pesant plus de 50 g jusqu'à 500 g, à l'exception du Courrier personnalisé extradimensionnel.

Le client peut choisir « MACHINE À AFFRANCHIR » comme mode de paiement pour les articles admissibles en apposant une empreinte de machine à affranchir sur chaque article afin de couvrir suffisamment le coût de l'envoi.

- **Courrier personnalisé :** Indiquez seulement le mois et l'année sur les articles (le jour n'est pas requis), soit six caractères numériques dans le format suivant : AAAA.MM. Le nom du service doit figurer à gauche de l'empreinte de machine à affranchir en français et en anglais.

Remarque 1 : Le paiement par empreinte de machine à affranchir sur l'article ne peut pas être utilisé pour payer le service Ciblage par code postal ou les envois Courrier de quartier.

Remarque 2 : Les options du service Renvoi à l'expéditeur ne sont pas offertes si le paiement par empreinte de machine à affranchir est utilisé.

Remarque 3 : Pour obtenir plus de renseignements sur les empreintes de machine à affranchir, consultez la section Paiement des dépôts, « [Preuves de paiement acceptées](#) » du *Guide des postes du Canada*. Consultez la [section 5 « Preuve de paiement et utilisation de la vignette postale »](#) pour obtenir plus de renseignements.

5 Preuve de paiement et utilisation de la vignette postale

Les articles Courrier personnalisé et Ciblage par code postal doivent porter la vignette postale appropriée du côté adressé de chaque article pour toutes les options de paiement, à moins que les articles soient payés au moyen d'une empreinte de machine à affranchir (articles Courrier personnalisé seulement).

Le paiement par machine à affranchir fait référence au paiement effectué en plaçant une empreinte de machine à affranchir sur chaque article de courrier admissible au paiement par machine à affranchir (voir la [section 4.3 « Machine à affranchir »](#)).

Une vignette postale ne peut être utilisée pour les articles Courrier de quartier.

Remarque : Les exigences pour les vignettes postales et les maquettes peuvent être obtenues auprès d'un représentant de Postes Canada ou dans l'[outil de vignette postale](#) en ligne.

6 Utilisateurs autorisés

Le client peut permettre à un tiers d'utiliser son numéro de client ou son numéro de convention. Reportez-vous au formulaire d'activation d'une convention ainsi qu'à la [section 7, « Définitions »](#) dans les conditions générales. Un représentant de Postes Canada peut vous expliquer dans quelles conditions cela est possible et quelles personnes peuvent être considérées comme des utilisateurs autorisés.



Marketing Intelliposte
Conditions générales
pour les clients qui
détiennent une
convention à
commandes



Marketing Intelliposte^{MC}

Conditions générales pour les clients qui détiennent une convention à commandes

Postes Canada fournit des services de courrier et d'autres produits et services de livraison. Les parties souhaitent établir les modalités régissant l'offre de ces produits et services par Postes Canada ainsi que l'utilisation de ceux-ci par le client. Selon les obligations mutuelles précisées dans la présente convention, les parties s'entendent sur les définitions ci-après.

7 Définitions

7.1 « Société affiliée » correspond à l'ensemble des personnes morales telles qu'elles sont définies dans la [Loi canadienne sur les sociétés par actions](#), laquelle peut être modifiée de temps à autre.

7.2 « Convention » correspond au sens donné à la [section 19](#).

7.3 « Année de convention » correspond aux 12 mois civils consécutifs séparant deux dates anniversaires.

7.4 « Tarifs publiés applicables » correspond, dans le cas de chaque produit et service, aux tarifs applicables comprenant les frais ou suppléments établis par Postes Canada sans inclure les réductions applicables et entrant en vigueur au moment du dépôt, tels qu'ils sont publiés ou rendus disponibles par Postes Canada en vue d'une application générale à ses clients et modifiés de temps à autre.

7.5 « Utilisateur autorisé » correspond à une personne désignée par le client et approuvée par Postes Canada pour avoir accès aux produits et services offerts en vertu de la présente convention. Sauf disposition contraire de la présente convention, l'utilisateur autorisé détient un accès illimité aux produits et services offerts en vertu de la présente convention.

7.6 « Jour ouvrable » correspond aux jours autres que le samedi, le dimanche, les jours fériés et toute autre journée habituellement considérée comme un congé par Postes Canada.

7.7 « Guide du client » correspond au document du même nom publié par Postes Canada pour chacun des produits et services, et pouvant être modifié de temps à autre.

7.8 « Objets électroniques » correspond à des appareils électroniques ou à leurs mécanismes, à leur mémoire et à tous les appareils auxiliaires ou de stockage des données connexes, y compris, sans toutefois s'y limiter, les ordinateurs, les téléviseurs, les tablettes, les téléphones cellulaires, les montres intelligentes, l'équipement audio, les dispositifs d'enregistrement des médias, les appareils photo, les caméscopes, les systèmes de localisation GPS et l'équipement audio pour les voitures.

7.9 « Outils électroniques d'expédition (OEE) » correspond au logiciel offert (sous licence) par Postes Canada qui permet la préparation automatisée de documents d'expédition, y compris les étiquettes, offre d'autres caractéristiques qui simplifient l'expédition d'envois par Postes Canada et est décrit en détail dans la page [Outils](#).

7.10 « Articles fragiles » correspond aux articles fragiles en raison de leur nature même, tels que, sans toutefois s'y limiter, le verre, le verre encadré, les miroirs, les articles de cristal, les articles de céramique, la poterie, la porcelaine, les articles périssables ou les articles devant être réfrigérés ou conservés à température contrôlée pendant le transport.

7.11 « Article » correspond à un article unique ou à un objet de correspondance, préparé et posté à l'aide d'un produit ou service conformément à la présente convention.

7.12 « Produits et services » correspond aux produits et services vendus, tels qu'ils sont décrits dans le *Guide des postes du Canada* ou toute autre publication de Postes Canada s'appliquant aux clients commerciaux en général, y compris le Guide du client applicable.

7.13 « Filiale » correspond à la filiale d'une personne morale telle qu'elle est définie dans la [Loi canadienne sur les sociétés par actions](#), laquelle peut être modifiée de temps à autre.

7.14 « Durée » correspond à la période fixée dans le Guide du client pour chaque produit ou service.

7.15 La signification des autres termes qui ne sont pas définis précisément dans la présente convention provient du Guide du client applicable, du *Guide des postes du Canada* ou de toute autre publication de Postes Canada s'appliquant aux clients en général.

8 Obligations de Postes Canada

8.1 Postes Canada convient de livrer les articles de chaque produit et service déposés en vertu de la présente convention, conformément aux normes de livraison applicables établies dans le Guide du client ou dans la section [Normes de livraison](#) du *Guide des postes du Canada* ou s'appliquant de façon générale aux clients de Postes Canada, ainsi qu'à toute modification qui peut leur être apportée. À moins d'être expressément énoncées dans la présente convention, les normes de livraison établies par Postes Canada relativement à ses produits et services ne sont pas des garanties d'exécution.

8.2 Postes Canada convient de fournir ou de rendre accessible au client, et ce, dès l'exécution de la présente convention, le *Guide des postes du Canada* ou toute autre documentation publiée par Postes Canada, y compris le Guide du client applicable à un produit ou service donné s'appliquant aux clients de façon générale et toute modification qui peut leur être apportée dans les versions ultérieures.

9 Obligations du client

9.1 Le client convient de préparer et de déposer les articles conformément à la présente convention.

9.2 Le client convient d'acheter les produits et services selon les tarifs publiés applicables stipulés dans la grille tarifaire qui sont assujettis aux pourcentages de réduction applicables et qui comprennent tous les frais, droits supplémentaires et taxes en vigueur. Les tarifs publiés applicables demandés peuvent faire l'objet d'une vérification, d'une correction ou d'un rajustement relativement aux frais, aux droits supplémentaires et aux taxes en vigueur.

9.3 Le client convient de payer les produits et services qu'il a achetés en utilisant les modes de paiement indiqués dans le Guide du client pertinent.

9.4 Si la convention le précise, le client convient de respecter le volume minimal d'articles requis par dépôt ou le volume annuel convenu pour chacun des produits et services.

9.5 Si la convention applicable à un produit ou service le précise, le client doit annexer une commande électronique précise, dans le format approuvé ou indiqué par Postes Canada, à chaque dépôt.

9.6 Si l'entente relative à un produit ou à un service le précise, le client convient d'obtenir l'autorisation préalable de Postes Canada avant de déposer tout article nécessitant une telle autorisation. Le présent article 9.6 ne limite pas l'article 9.1.

9.7 Utilisation des marques et obligation d'indemnisation

Sauf stipulations contraires expressément ci-énoncées, ni l'une ni l'autre des parties n'utilisera des marques de commerce, des désignations commerciales, des marques officielles ou des éléments, quels qu'ils soient, assujettis à des droits d'auteur appartenant à l'autre (« les marques ») sans y avoir été autorisée au préalable par écrit. Rien dans la présente convention ne sera interprété comme la cession ou l'octroi d'un droit, d'un titre ou d'un intérêt quelconque quant aux marques. Le client certifie qu'il est le propriétaire ou l'utilisateur autorisé des marques et qu'il a le pouvoir d'accorder à Postes Canada et à son représentant désigné le droit d'utiliser ces marques pour s'acquitter de ses obligations aux termes de la convention. Toute utilisation par le client de la propriété intellectuelle de Postes Canada ou de la propriété intellectuelle d'une tierce partie utilisée sous licence par Postes Canada, notamment, mais sans s'y limiter, l'utilisation de tous les logotypes et de toutes les appellations commerciales de Postes Canada, devra avoir été préalablement autorisée par écrit par Postes Canada.

Le client s'engage à indemniser Postes Canada de toute réclamation et demande de même que de tout préjudice et dommage que Postes Canada et son représentant désigné pourraient subir à la suite de l'utilisation des illustrations et maquettes (y compris des marques) qu'il leur aura fournies ou qui leur auront été fournies au nom du client, ou en rapport de quelque façon que ce soit avec ces illustrations et maquettes.

9.8 Vignette postale personnalisée – Utilisation des images

L'image soumise doit convenir à un public familial.

L'image ne peut pas contenir des marques de commerce, des désignations commerciales, des marques officielles ou des éléments, quels qu'ils soient, assujettis à des droits d'auteur appartenant à l'autre (« les marques ») sans y avoir été autorisée au préalable par écrit. Le client certifie qu'il est le propriétaire ou l'utilisateur autorisé des marques et qu'il a le pouvoir d'accorder à Postes Canada et à ses agents le droit d'utiliser ces marques pour s'acquitter de ses obligations.

Le client s'engage à indemniser Postes Canada de toutes réclamations et demandes de même que de tout préjudice et dommage que Postes Canada et ses agents pourraient subir à la suite de l'utilisation des illustrations et maquettes (y compris des marques) qu'il leur aura fournies ou qui leur auront été fournies au nom du client, ou en rapport de quelque façon que ce soit avec ces illustrations et maquettes.

Dans le cas où une image montre une ou plusieurs personnes, le client déclare et garantit qu'il a la permission de la ou des personnes représentées d'utiliser l'image. Dans le cas d'une image d'une célébrité ou d'une image qui semble avoir été prise à l'insu de la personne qui est illustrée, on pourrait demander au client de fournir une preuve écrite de la permission d'utiliser l'image (par courriel ou par la poste).

Postes Canada se réserve le droit, à sa seule discrétion, de refuser toute proposition de conception de vignette personnalisée qu'elle juge inappropriée, pour quelque raison que ce soit.

Les articles portant une vignette postale personnalisée ne sont pas considérés comme affranchis et doivent être déposés avec une commande (déclaration de dépôt) à une installation de Postes Canada.

Les motifs des produits de vignette postale personnalisée peuvent changer sans préavis.

10 Privilège exclusif

10.1 Le client reconnaît que, conformément à la [Loi sur la Société canadienne des postes](#) et aux règlements y afférents, Postes Canada a le privilège exclusif de la levée, de la transmission et de la livraison des lettres au Canada. Sans porter préjudice à tout autre droit ou recours que pourrait autrement avoir Postes Canada, il est convenu que Postes Canada peut résilier la convention si le client, ou l'un de ses utilisateurs autorisés, enfreint ce privilège, directement ou indirectement. Si la convention est résiliée pour cause d'infraction au privilège, le client devra verser à Postes Canada, en plus des autres montants dus, une somme égale à la différence entre le montant payé ou à payer pour tous les articles déposés jusqu'à la date de la résiliation et le montant qui aurait dû être payé pour ce volume d'articles aux tarifs en vigueur, en l'absence de la présente convention.

11 Critères d'admissibilité

11.1 Le client doit s'assurer que tous les articles satisfont aux exigences établies dans la présente convention et à celles de la [Loi sur la Société canadienne des postes](#) et des règlements y afférents; et pour ce qui est des articles du régime international, à celles de l'Union postale universelle (UPU), de l'exploitant désigné, des administrations postales d'arrivée et des lois des pays de destination, toutes ces exigences pouvant être modifiées de temps à autre. Les articles non conformes aux exigences susmentionnées ne pourront pas être expédiés aux termes de la présente convention. Postes Canada se réserve le droit de refuser, à sa seule discrétion, tout article qu'elle juge non admissible.

11.2 Les envois qui n'ont pas déjà été approuvés par Postes Canada et évalués par le client, ou au nom du client, font l'objet d'une vérification de la tarification et d'une correction par Postes Canada.

11.3 Les articles présentés pour dépôt à Postes Canada peuvent être examinés afin de déterminer s'ils respectent les modalités applicables. Les articles considérés comme non conformes peuvent, à la discrétion de Postes Canada, être :

- a) renvoyés à l'expéditeur à ses frais pour qu'il les rende conformes, lorsque c'est possible;
- b) traités et facturés dans la catégorie de produit ou service suivante ou la plus appropriée, le cas échéant;
- c) être assujettis à un supplément;
- d) refusés.

11.4 Postes Canada peut corriger la commande du client lorsque des renseignements s'avèrent incomplets ou inexacts.

11.5 Postes Canada n'est pas tenue de satisfaire à une norme de livraison quelconque, s'il y a lieu, dans le cas des retards causés par le dépôt d'articles non conformes.

12 Suppléments

12.1 Les articles déposés aux termes de la présente convention peuvent être assujettis à un ou à plusieurs des suppléments suivants :

- supplément pour non-conformité aux spécifications ou aux exigences de conditionnement de courrier;
- supplément pour carburant;
- supplément pour tube d'expédition;
- supplément pour article surdimensionné;
- supplément pour article non emballé;
- supplément pour commande non transmise;
- supplément pour article sans manifeste.

Les détails concernant ces suppléments sont énoncés dans le Guide du client pertinent. Postes Canada peut modifier les suppléments en tout temps à condition de donner un préavis au client.

12.2 Supplément de l'administration postale de destination ou de l'exploitant désigné

Le client accepte de rembourser à Postes Canada tous les coûts additionnels liés aux droits terminaux notamment, mais sans s'y limiter, pour le courrier en vrac et les frais de réexpédition imposés par l'administration postale de destination ou l'exploitant désigné, comme le stipule la Convention postale universelle.

13 Devises

13.1 Sauf indication contraire, tous les montants indiqués doivent être payés en devises canadiennes.

14 Vérifications

14.1 Sur demande, le client permettra à Postes Canada et à ses représentants autorisés d'avoir accès à ses locaux, et, le cas échéant, à ceux des utilisateurs autorisés et de la personne chargée d'expédier l'article au nom du client, pendant la durée de la convention et pour une période raisonnable après la fin ou la résiliation de la présente convention. Le client convient de faciliter, pour Postes Canada, l'accès, l'examen et la vérification des dossiers, des bases de données et des renseignements liés aux articles déposés aux termes de la présente convention ainsi qu'à ses obligations et, le cas échéant, à celles des utilisateurs autorisés et de la personne chargée d'expédier en son nom, en vertu de la même convention.

15 Utilisateurs autorisés

15.1 Toute référence au client comprend les utilisateurs autorisés du client; toute intervention de la part d'un utilisateur autorisé est présumée être l'intervention du client. Le choix de l'utilisateur autorisé doit être approuvé par Postes Canada. La liste des utilisateurs autorisés figure à une annexe de la présente convention.

Le client peut modifier la liste des utilisateurs autorisés à condition d'avoir obtenu le consentement de Postes Canada.

Tout utilisateur autorisé qui cesse d'être une société affiliée, une filiale ou un franchisé du client perd son droit de déposer des envois en vertu de la présente convention à partir de la date à laquelle il cesse d'être une société affiliée, une filiale ou un franchisé du client. Si un utilisateur autorisé cesse d'être une société affiliée, une filiale ou un franchisé du client, le client doit en aviser Postes Canada dans un délai de 30 jours civils suivant la date du changement de relation.

Le client est responsable de la conformité de chaque utilisateur autorisé aux termes de la présente convention. Dans le cas où un utilisateur autorisé ne paierait pas certains produits ou services visés par la convention, le client devra acquitter les sommes dues.

16 Expéditeurs au nom du client

16.1 Postes Canada acceptera les articles déposés par une autre partie au nom du client à condition que le dépôt de ces articles respecte les conditions de la présente convention. Le client exigera que la personne expédiant l'envoi au nom du client respecte les dispositions de la convention. Toute initiative de la part de la personne expédiant l'envoi au nom du client est présumée être une initiative du client.

17 Revente des services ou transport interréseaux

17.1 Le client convient que les produits et services achetés aux termes de la présente convention lui sont destinés à titre d'utilisateur final ou sont destinés à un utilisateur autorisé. Sauf autorisation contraire expresse de Postes Canada, le client s'engage à ne vendre aucun des services ou fournitures reçus de Postes Canada et à ne pas en permettre la revente, et à ne pas utiliser les services offerts aux termes de la présente convention à des fins de transport interréseaux. L'expression « transport interréseaux » désigne tout arrangement aux termes duquel un transporteur a recours aux services d'un autre transporteur pour assurer l'acheminement ininterrompu d'un envoi.

18 Cession

18.1 Le client ne peut céder la convention sans avoir obtenu au préalable le consentement écrit de Postes Canada. Toute présumée cession effectuée sans avoir obtenu un tel consentement sera considérée comme nulle. Postes Canada peut céder à un tiers les avantages de la présente convention ou prendre des dispositions pour que soient exécutées, en totalité ou en partie, ses obligations en vertu de cette convention par ce dernier.

18.2 Si le client fait l'objet d'une fusion ou d'un regroupement semblable avec une autre entité, y compris, sans restriction, par a) l'acquisition de la totalité ou d'une partie importante des actifs d'une autre entité ou b) par la vente de la totalité ou d'une partie importante de ses actifs à une autre partie, alors, aux fins de la présente convention, une telle fusion ou un tel regroupement sera considéré comme une cession nécessitant l'obtention au préalable du consentement écrit de Postes Canada.

19 Convention entière et modifications

19.1 Toute mention de la présente convention désigne l'ensemble des documents suivants :

- a) les formulaires d'activation d'une convention;
- b) les présentes conditions générales;
- c) les guides du client pertinents;
- d) toute grille tarifaire applicable;
- e) le formulaire Demande de crédit, s'il y a lieu;
- f) le *Guide des postes du Canada*;
- g) toute autre annexe ou tout autre document dont il est question dans la présente convention.

Les documents susmentionnés peuvent être modifiés de temps à autre.

19.2 Sans limiter la portée générale de ce qui précède, en cas de manque d'uniformité entre la présente convention, et tout autre document que la [Loi sur la Société canadienne des postes](#) ou les règlements y afférents, les conditions de la présente convention auront préséance et seront interprétées selon l'ordre de priorité indiqué ci-dessus.

19.3 Aucune représentation, garantie, négociation ou condition verbale ou écrite ne lie les parties, à l'exception de celles établies expressément dans la présente convention. Sauf dans les cas stipulés à la section « [Renonciation](#) » ci-dessous, aucun agent ou représentant de l'une ou l'autre des parties à la convention n'est habilité à modifier les stipulations de la présente convention; pareille modification est sans valeur et ne lie pas les parties.

20 Renonciation

20.1 Sauf stipulations expressément énoncées à cet effet dans la présente convention, aucune renonciation ou modification ne sera exécutoire à moins d'être signifiée par écrit par le représentant dûment autorisé de la partie qui modifie, renonce ou résilie. Toute renonciation à faire appliquer une clause quelconque de la présente convention ne constituera pas une renonciation permanente, à moins que cela ne soit formellement précisé. L'acceptation d'articles aux fins de dépôt ne constituera pas une renonciation de la part de Postes Canada aux obligations du client en vertu de la présente convention.

21 Modifications

21.1 Postes Canada se réserve le droit de modifier ou d'interrompre des produits ou des services, ou de modifier la convention, y compris les tarifs, à condition de donner un préavis écrit de 30 jours civils, tel qu'il est précisé dans la présente convention.

21.2 Postes Canada se réserve le droit de modifier le *Guide des postes du Canada* sans donner de préavis au client.

22 Maintien des dispositions

22.1 La résiliation ou l'expiration de la présente convention ne doit pas influencer sur le maintien et le caractère exécutoire des dispositions de la présente convention expressément indiquées comme telles ou implicitement conçues pour demeurer en vigueur après une telle résiliation ou expiration.

23 Dissociabilité

23.1 Si une partie de la convention est inexécutoire ou invalide pour quelque raison que ce soit, cette partie devra être séparée du reste de la convention, et son caractère inexécutoire ou invalide ne touchera pas le caractère exécutoire ni la validité des autres parties de la présente convention.

24 Loi applicable

24.1 La présente convention est conclue conformément à la [Loi sur la Société canadienne des postes](#) (« la Loi »), L.R.C. 1985, ch. C-10, telle qu'elle est modifiée de temps à autre, et aux règlements adoptés en application de cette Loi ou pouvant l'être de temps à autre.

24.2 Si le client n'est pas domicilié dans une province ou un territoire canadien, la présente convention sera interprétée conformément aux lois en vigueur dans la province de l'Ontario au Canada, lesquelles la régissent. Le tribunal pour toute action en justice doit être celui de la province de l'Ontario au Canada.

25 Retard excusable

25.1 Hormis les obligations qui incombent au client en matière de paiement, ni l'une ni l'autre des parties ne sera redevable en cas de retard ou d'inexécution des obligations aux termes de la convention pour des raisons indépendantes de sa volonté dont, entre autres et sans limitations, les conflits de travail, les épidémies et les cas de force majeure, les pannes ou les fluctuations d'énergie électrique, les défaillances de systèmes de chauffage, d'éclairage, de conditionnement de l'air et de télécommunications ou de lignes électriques ou d'autre équipement, le cas échéant, ou les retards liés à l'intervention des autorités douanières, à condition que la partie faisant l'objet de ces circonstances avise immédiatement l'autre partie par écrit des circonstances et réduise, dans des limites raisonnables, l'incidence de telles circonstances sur l'exécution des obligations en vertu de la présente convention.

26 Limitation de responsabilité

26.1 Postes Canada se réserve le droit d'examiner et de vérifier de façon indépendante toute réclamation effectuée par le client en raison d'une non-livraison ou d'un manquement envers les engagements de service.

26.2 Sauf indication contraire dans le *Guide du client* pour le produit ou service, Postes Canada ne peut pas être tenue responsable d'un dommage direct, indirect, général, particulier ou consécutif découlant de la convention.

27 Résiliation

27.1 Le client ou Postes Canada peut résilier la convention à tout moment sans motiver sa décision, à condition de donner à l'autre partie un préavis écrit de 30 jours civils.

27.2 Chaque partie peut résilier sur-le-champ la présente convention pourvu qu'elle en avise l'autre partie par écrit si, en tout temps pendant la durée de la présente convention, l'une ou l'autre des parties :

- a) cesse ses activités commerciales ou procède à une vente en bloc de la totalité ou de la quasi-totalité de ses biens;
- b) devient insolvable ou fait faillite, présente une proposition de cession à ses créanciers ou cède à ceux-ci son actif;
- c) se voit nommer un administrateur judiciaire, un fiduciaire ou toute autre personne ayant des pouvoirs semblables responsable d'une partie de ses activités ou de ses biens;
- d) est visée par une ordonnance de mise en liquidation de ses activités;
- e) persiste à ne pas respecter une obligation quelconque qui lui incombe après avoir été informée du manquement en question par un préavis écrit de 30 jours civils.

27.3 Si le client omet d'acheter les produits et services prévus par la présente convention pendant une période supérieure à 12 mois consécutifs, Postes Canada peut mettre fin à la présente convention ou modifier la liste des utilisateurs autorisés sans préavis.

27.4 La résiliation de la présente convention ne doit pas porter atteinte aux droits respectifs du client et de Postes Canada qui ont été acquis avant la date de la résiliation.

27.5 Ni l'une ni l'autre des parties ne sera en droit de réclamer des dommages-intérêts à la suite de la résiliation de la présente convention.

28 Avis

28.1 Tout avis donné par l'une ou l'autre des parties doit être communiqué par écrit et livré en mains propres par les services Courrier recommandé, Priorité, Colis accélérés ou Xpresspost. Postes Canada peut également choisir d'aviser le client de toute modification qu'elle apporte à la présente convention en lui transmettant un message électronique ou en publiant un avis sur le site Web de Postes Canada ([Changements aux tarifs et aux services](#)), y compris en particulier [Information sur les services](#) postaux, lequel sera présumé reçu au moment de sa diffusion.

Les avis destinés à Postes Canada doivent être adressés comme suit :

SUIVI DES CONVENTIONS
SOCIÉTÉ CANADIENNE DES POSTES
2701, PROM RIVERSIDE BUREAU B0230
OTTAWA ON K1A 0B1

Postes Canada fera parvenir les avis destinés au client à la personne-ressource principale à l'adresse postale ou électronique indiquée dans le formulaire d'activation d'une convention.

28.2 Les avis livrés en mains propres seront réputés reçus au moment de la livraison; les avis envoyés par Courrier recommandé et Colis accélérés seront réputés reçus le quatrième jour ouvrable suivant la date de l'envoi, et les avis envoyés par Priorité ou Xpresspost seront réputés reçus le deuxième jour ouvrable suivant la date de l'envoi. Le délai de transmission des avis postés un jour férié ou pendant une fin de semaine ne commencera que le jour ouvrable suivant.

28.3 Chaque partie peut changer d'adresse à condition d'en aviser l'autre partie.

28.4 Le client accepte que Postes Canada mette à jour les renseignements liés à son adresse obtenus à partir de n'importe quelle source, y compris tout formulaire de réacheminement du courrier soumis à Postes Canada, dans le but de communiquer avec le client à l'égard de la présente convention.

29 Confidentialité

29.1 À l'exception des dispositions prévues par la loi ou des modalités qui ont été mises à la disposition du grand public par Postes Canada, ni l'une ni l'autre des parties, leur personnel (y compris les administrateurs et dirigeants) ou les mandataires ne doivent divulguer, à toute autre tierce partie, à l'exception des utilisateurs autorisés, les tarifs ou toute autre modalité de la présente convention.

29.1.1 Par souci de clarté, l'information confidentielle n'inclut pas les observations et les connaissances générales sur les tendances relatives aux consommateurs ou aux entreprises en ce qui concerne l'achat et la vente de produits et de services qu'une des parties pourrait recueillir en fournissant ou en recevant tout produit ou service en vertu de la présente convention, et dont elle pourrait se servir dans le cadre de l'élaboration et de la vente de nouveaux produits ou services.

29.2 Chaque partie (la « partie receveur ») accepte de maintenir l'information confidentielle relative à l'autre partie (la « partie fournisseur ») en toute confidentialité et de ne pas utiliser cette information autrement que de la façon expressément permise par la présente convention. La partie receveur ne divulguera pas, à moins d'obtenir un consentement écrit préalable de la part de la partie fournisseur, toute information confidentielle relative à la partie fournisseur, mis à part à son personnel, à ses agents, à ses sous-traitants ou à ses représentants, dans la mesure où cette information leur est nécessaire aux fins envisagées dans la présente convention.

29.3 Le paragraphe 29.2 ne s'applique pas à l'information qui :

- a) est accessible publiquement;
- b) est développée indépendamment par la partie receveur;
- c) était connue de la partie receveur sans restriction de divulgation avant qu'elle ne soit divulguée par la partie fournisseur;
- d) est reçue légitimement d'un tiers à titre non confidentiel;
- e) devra être divulguée en vertu d'un processus légal du gouvernement ou par ordre de la cour, dans la mesure où la partie receveur avisera rapidement la partie fournisseur de cette obligation et qu'elle prendra des mesures raisonnables pour permettre à la partie fournisseur d'éviter ou de limiter une telle divulgation.

29.4 La partie receveur doit gérer l'information confidentielle de la même manière qu'elle gère sa propre information confidentielle de nature semblable, et, peu importe la situation, l'information confidentielle doit être conservée avec autant de précautions que prendrait une personne raisonnable et prudente à l'égard de cette information confidentielle.

29.5 Postes Canada a mis en place des politiques et des procédures pour assurer la protection de l'information confidentielle et des renseignements personnels (tels qu'ils sont définis dans la [Loi sur la protection des renseignements personnels](#)) qu'elle traite. Postes Canada est assujettie à la [Loi sur la protection des renseignements personnels](#) du gouvernement fédéral et à la [Loi sur la Société canadienne des postes](#). Toute tierce partie qui participe à la manipulation d'information de nature confidentielle au nom de Postes Canada doit respecter les dispositions contractuelles à ce sujet.

29.6 Dès la signature de la présente convention, toute obligation de confidentialité énoncée dans toute autre convention liée de quelque manière que ce soit aux services des colis et signée par les parties doit être assujettie à ces conditions générales, y compris, sans toutefois s'y limiter, la limitation de responsabilité énoncée à la section D. En cas d'incohérence ou de conflit entre les conditions générales d'une telle convention et les présentes conditions générales, les présentes conditions générales auront préséance sur cette incohérence ou ce conflit.

30 Langue

30.1 Les parties ont demandé expressément que la présente ainsi que tout document afférent soient rédigés en anglais. *It is the express wish of the parties that this Agreement, as well as all related documents, be written in the English Language.*

31 Propriété du courrier (à l'exception du service Correspondance-réponse d'affaires)

31.1 Le client convient que les articles expédiés en vertu de la présente convention seront expédiés uniquement au nom du client ou de son utilisateur autorisé, et que les articles n'incluront pas le courrier mélangé, soit du courrier regroupé d'un type ou de sources autres que ceux approuvés par Postes Canada.

Marketing Intelliposte Annexes



Marketing Intelliposte^{MC}

Annexe A : L'empilage en rangées irrégulières

L'empilage en rangées irrégulières permet de fixer les articles de courrier sur une palette ou un monoteneur sans utiliser de conteneur. Vous pouvez utiliser des palettes et des monoteneurs pour le transport (en une seule unité) d'articles de votre emplacement jusqu'à l'une des installations approuvées de Postes Canada où vous déposerez le courrier.

Articles acceptables pour l'empilage en rangées irrégulières

Description	Courrier personnalisé	Ciblage par code postal	Courrier de quartier
Manutention spéciale – Articles surdimensionnés et extradimensionnels	oui	oui	S.O.
Courrier de quartier – Articles standard et surdimensionnés	S.O.	S.O.	oui

Type	Exigences de remplissage des unités d'expédition – Minimum	Exigences de remplissage des unités d'expédition – Maximum
Palette	<ul style="list-style-type: none">à l'échelle locale : hauteur de 100 mm (3,4 po) – une rangéepour l'acheminement : hauteur de 200 mm (7,87 po) – deux rangées	<ul style="list-style-type: none">Hauteur : 1,5 m (4,9 pi)Poids : 900 kg (1 tonne) (la palette de Postes Canada pèse 9 kg [19,8 lb])
Monoteneur	<ul style="list-style-type: none">Courrier expédié dans la province de dépôt – 50 % de la hauteur du monoteneurCourrier expédié hors de la province de dépôt – 75 % de la hauteur du monoteneur	<ul style="list-style-type: none">Hauteur – 1,115 m (3,65 pi)Poids – 900 kg (1 tonne)

Empilage des articles sur les palettes ou dans les monoteneurs

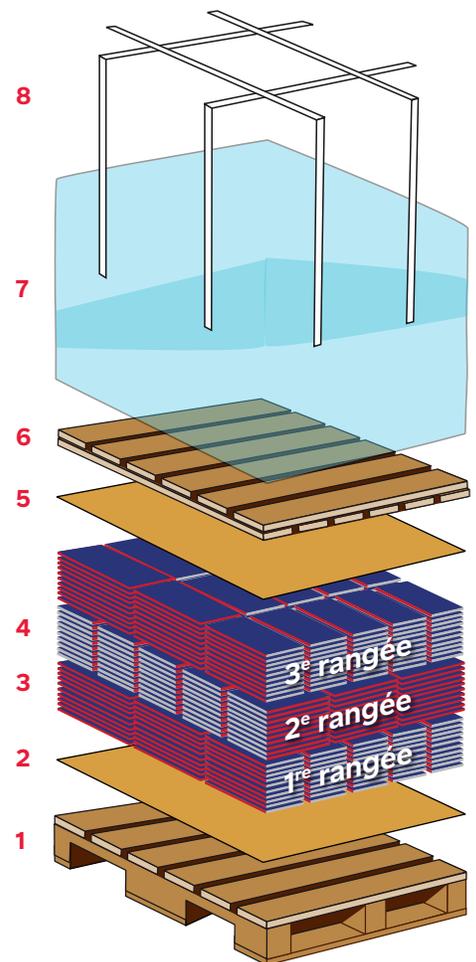
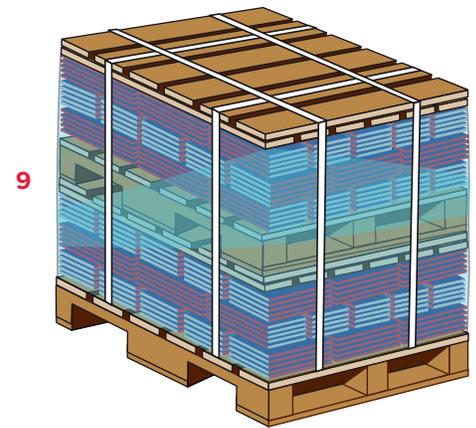
1. Assurez-vous que la palette est à l'endroit.
2. Couvrez les trous de la palette avec une doublure en carton appropriée.
3. **Première rangée** : placez les liasses de courrier dans le sens de la longueur de la palette ou du monoteneur pour couvrir complètement la surface de la palette. Le centre de la palette ne doit pas rester vide.

Remarque : Les liasses ne doivent pas être attachées ensemble et chaque liasse sécurisée doit être empilée librement. Les liasses ne doivent pas dépasser 200 mm (8 po).

4. **Deuxième rangée** : placez les liasses de courrier dans le sens de la largeur du monoteneur ou de la palette; continuez d'alterner la direction des liasses pour assurer une charge uniforme et stable pendant la manutention.
5. Les palettes dont la hauteur dépasse 500 mm (19,7 po) doivent être dotées d'une doublure en carton au milieu. Lorsque vous utilisez une doublure en carton, placez les liasses dans le même sens au-dessus et au-dessous de la doublure en carton, plutôt que dans des directions opposées.
 - Le courrier avec une reliure nécessite une doublure en carton pour chaque nouvelle rangée en palette et en monoteneur. Alternez l'orientation des reliures pour chaque rangée. Tournez les livres à 180 degrés au lieu de 90 degrés, comme vous le feriez pour les autres types de courrier.
 - La hauteur maximale, **y compris** la base et le couvercle de la palette, est de 1,5 m (4,9 pi) (le couvercle de la palette peut être fait de bois ou de papier ou de carton solide).
6. Les palettes remplies doivent être recouvertes sur le dessus du chargement.
 - Les monoteneurs n'ont pas besoin de couvercles s'ils sont empilés correctement en rangées irrégulières.
 - Toutes les palettes doivent être bien attachées et structurellement solides.
7. Recouvrez la palette et son chargement de trois épaisseurs de film plastique.
8. Utilisez des courroies croisées pour fixer le chargement (les courroies métalliques ne sont pas permises).

Remarque : Lorsque les articles de courrier sont de forme irrégulière ou qu'ils ont un fini brillant et peuvent glisser, quatre courroies croisées doivent être fixées autour du chargement en passant par-dessus le couvercle et sous la palette pour bien sécuriser la charge. Pour tous les autres envois, les quatre courroies croisées sont facultatives, mais il est fortement recommandé de les utiliser pour sécuriser davantage la charge.

9. Les palettes sont complètement sécurisées (Postes Canada peut refuser les palettes mal sécurisées).



Annexe B : Spécifications pour la construction de palettes

Spécifications pour la construction de palettes

Les palettes doivent être conformes à ce qui suit :

- ASTM – D1185 – [Standard Test Methods for Pallets and related Structures Employed in Materials Handling and Shipping](#) (en anglais seulement)
- ISO-8611 – [Palettes pour la manutention – Palettes plates – Partie 3 : Charges maximales](#)
- [Uniform Standard for Wood Pallets, National Wooden Pallet and Container Association](#) (États-Unis) (en anglais seulement)

Les palettes doivent être construites de sorte que les planches inférieures n'entravent pas l'accès par un chariot élévateur. Les palettes doivent être accessibles par un chariot élévateur à fourche sur les quatre côtés et par transpalette à main sur deux côtés.

Les ouvertures pour les fourches doivent mesurer :

- au minimum 102 mm (4 po) de hauteur sur les côtés de la palette sans planches de palettes inférieures;
- au minimum 89 mm (3,5 po) de hauteur sur les côtés de la palette dotée de planches de palettes inférieures.

Dimensions essentielles de l'équipement de manutention :

- largeur totale des fourches : maximum de 686 mm (27 po);
- écart entre les fourches : minimum de 204 mm (8 po);
- hauteur de la fourche abaissée : maximum de 89 mm (3,5 po).

Exigences additionnelles pour les palettes en bois

- Nous recommandons la conception en bloc.
- Les palettes doivent pouvoir résister à des températures allant de -40°C à 40°C ainsi qu'à des conditions météorologiques extrêmes.
- Les palettes ne pas avoir de défauts importants (p. ex., clous apparents, fissures importantes, bois manquant ou parties pourries, endommagées ou irrégulières).
- La partie supérieure de la palette doit être plate et stable pour permettre un chargement et un déchargement sécuritaires du courrier sans basculer ou glisser.

Annexe C : Poids moyen pondéré

Poids moyen pondéré

Un envoi peut être composé d'articles de divers poids (y compris des articles dont le poids est supérieur ou inférieur au poids de base). Dans de tels cas, vous pouvez saisir des renseignements sur la commande (déclaration de dépôt) en utilisant le poids moyen pondéré par article.

Les poids moyens distincts peuvent être calculés en utilisant la version 2.0 des OEE ou saisis manuellement sur la commande pour les catégories de poids suivantes :

Catégories	Format des articles	Catégorie de poids
Courrier mécanisable	Standard	Jusqu'à 50 g (1,76 oz)
	Surdimensionnés	Jusqu'à 500 g (17,6 oz)
Manutention spéciale	Standard	Jusqu'à 50 g (1,76 oz)
	Standard	Plus de 50 g (1,76 oz) jusqu'à 100 g (3,5 oz)
	Surdimensionnés	Jusqu'à 500 g (17,6 oz)
	Surdimensionnés	Plus de 500 g (17,6 oz) jusqu'à 1,36 kg (3 lb)
	Extradimensionnels	Jusqu'à 500 g (17,6 oz)
	Extradimensionnels	Plus de 500 g (17,6 oz) jusqu'à 1,36 kg (3 lb)

Lorsque vous saisissez des poids individuels dans les OEE 2.0, l'application détermine les échelles de poids appropriées. Dans la commande, une ligne est créée pour chaque échelle de poids avec la quantité appropriée et le poids moyen. La commande affiche à la fois le poids réel et le poids moyen calculé. Vous avez toujours la possibilité d'entrer un poids moyen.

Exemple : Un client dépose un envoi de 5 000 articles standard nécessitant une manutention spéciale. Le poids des articles diffère, certains pesant plus de 50 g (1,76 oz) et d'autres pesant moins. Dans cet exemple, il faut effectuer deux calculs du poids moyen, puis inscrire séparément le résultat sur la commande aux fins d'établissement du tarif : soit un calcul pour la partie de l'envoi pesant moins de 50 g et un autre pour la partie pesant plus de 50 g (1,76 oz).

Calcul du poids moyen pondéré – jusqu'à 50 g

Manutention spéciale	A Nombre d'articles	B Poids par article	C Poids total	D Total (C) divisé par total (A) = poids moyen pondéré
Article 1	1 500	30 g	45 000 g	S.O.
Article 2	500	45 g	22 500 g	S.O.
Total	2 000	S.O.	67 500 g	33,8 g

Calcul du poids moyen pondéré – plus de 50 g

Manutention spéciale	A Nombre d'articles	B Poids par article	C Poids total	D Total (C) divisé par total (A) = poids moyen pondéré
Article 3	1 000	55 g	55 000 g	S.O.
Article 4	2 000	60 g	120 000 g	S.O.
Total	3 000	S.O.	175 000 g	58,3 g

Annexe D : Commandes du service Ciblage par code postal

Création de commandes au moyen de la version en ligne des OEE

Étape 1. Sous la rubrique Outils électroniques d'expédition, sélectionnez le service Courrier personnalisé.

The screenshot shows the top navigation bar with 'Outils électroniques d'expédition', 'English', and 'Aide'. Below it, 'Courrier personnalisé' is highlighted in blue. To the right, the contact information 'Centre de dépannage: 1-800-277-4799' and a note '* indique un champ obligatoire' are visible.

Étape 2. Sous la rubrique Articles à expédier, naviguez jusqu'au menu déroulant des produits et sélectionnez le service Ciblage par code postal applicable dans le menu déroulant.

The screenshot shows the 'Articles à expédier' section. The 'Service' dropdown is set to 'Ciblage par code postal'. A red circle with the number '2' highlights the dropdown menu for selecting a product, which is currently open and showing several options related to 'Ciblage par code postal'.

Étape 3. L'ID d'envoi est obligatoire. Cet identificateur peut être trouvé sur le Rapport sommaire Ciblage par code postal et est unique à chaque commande (déclaration de dépôt).

The screenshot shows the 'Articles à expédier' section. The 'ID de l'envoi' field is highlighted with a red circle and the number '3'. The field is currently empty.

Création de commandes à l'aide de la version hors ligne des OEE

Étape 4. Une fois votre session ouverte, remplissez manuellement les champs requis.

The screenshot shows the offline OEE version interface for creating a shipment. The 'Envoi' form is displayed, with several fields highlighted by red arrows. The 'Préparation' dropdown is set to 'Ciblage par code postal - Manutention spéciale'. The 'ID d'envoi' field is highlighted with a red arrow and contains the value '123456789'.

L'ID d'envoi est obligatoire. Cet identificateur peut être trouvé sur le Rapport sommaire Ciblage par code postal et est unique à chaque commande (déclaration de dépôt).