



iAddress™ Mise à Jour

février 2017, Volume 8, Numéro 2

L'admissibilité versus la lisibilité pour le courrier mécanisable canadien

Lorsque les expéditeurs traitent le courrier mécanisable comme une méthode de préparation économique, ils doivent considérer des questions différentes à comparer au Courrier à manutention spéciale. Est-ce que vous connaissez la différence entre l'admissibilité et la lisibilité, et comment ils impact vos envois ?

L'admissibilité est l'aisance avec laquelle vos pièces passent à travers l'équipement automatisé. Ceci est déterminé par les caractéristiques physiques de vos pièces, tel le papier, le poids, la dimension, les pièces jointes, et le ratio des dimensions. Les pièces qui ne sont pas admissibles peuvent rester collées ensemble, se coincer dans l'équipement, se déchirer ou se faire endommager durant le processus d'envoi au destinataire. Aucun de ces scénarios sont bons pour vous en tant qu'expéditeur ou pour Postes Canada!

La lisibilité est la mesure à laquelle les scanners peuvent lire l'adresse sur vos pièces. Ceci est déterminé par le type de papier et d'encre, le placement de l'adresse, la quantité d'espace autour de l'adresse, et la police. Les pièces qui ont une lisibilité basse peuvent être tachées, croches, trop pâles, avoir un faible contraste avec la couleur du fond, ou peut avoir bouger et ne plus paraître dans la fenêtre. Postes Canada s'attend qu'un minimum de 95% des pièces mécanisables standards soient lisibles sans problème.

Postes Canada offre un service gratuit pour l'évaluation de l'admissibilité et la lisibilité de vos pièces de courrier. Vous devez fournir 200 échantillons pour passer à travers leur équipement. Ils vont vous fournir un rapport avec les détails de leurs résultats pour que vous puissiez voir si vos pièces doivent être ajustées pour assurer qu'elles rencontrent les exigences d'admissibilité et de lisibilité.

Quel code à barres?

Il y a eu beaucoup d'information sur les codes à barres 2D pour le courrier canadien durant la dernière année. Cependant, il y a différents codes à barres 2D disponibles à travers Postes Canada, ce qui peut être mélangeant et nous recevons souvent des questions au sujet de la différence entre les codes. Voici la description de chaque :

1. Vignettes postale avec code à barres 2D
 - Obligatoire pour le Courrier personnalisé
 - S'applique seulement au Courrier personnalisé
 - Paraît à l'intérieur de la boîte de la vignette
 - Le code à barres est statique – il est exactement pareille sur toutes les pièces



2. Code à barres 2D pour Courrier mécanisable

- Facultatif pour le Courrier mécanisable
- S'applique à tout le Courrier personnalisé mécanisable, la Poste-publications et la

Poste-lettres

- Est unique à chaque adresse de destination, avec 21 caractères pour les expéditeurs
- Est utilisé si l'adresse n'est pas lisible
- Permet d'utiliser plus de créativité (polices, couleurs, etc.) avec les pièces de courrier
- Le numéro du client dans le code à barres doit concorder avec la vignette, le propriétaire du courrier ou la partie payante



3. Codes à barres 2D pour Ciblage par code postal

- Obligatoire pour les envois avec Ciblage par code postal
- Fourni par Postes Canada au lieu d'une adresse
- Est unique à l'adresse de destination
- Ne peut pas être traité si le code à barres n'est pas lisible

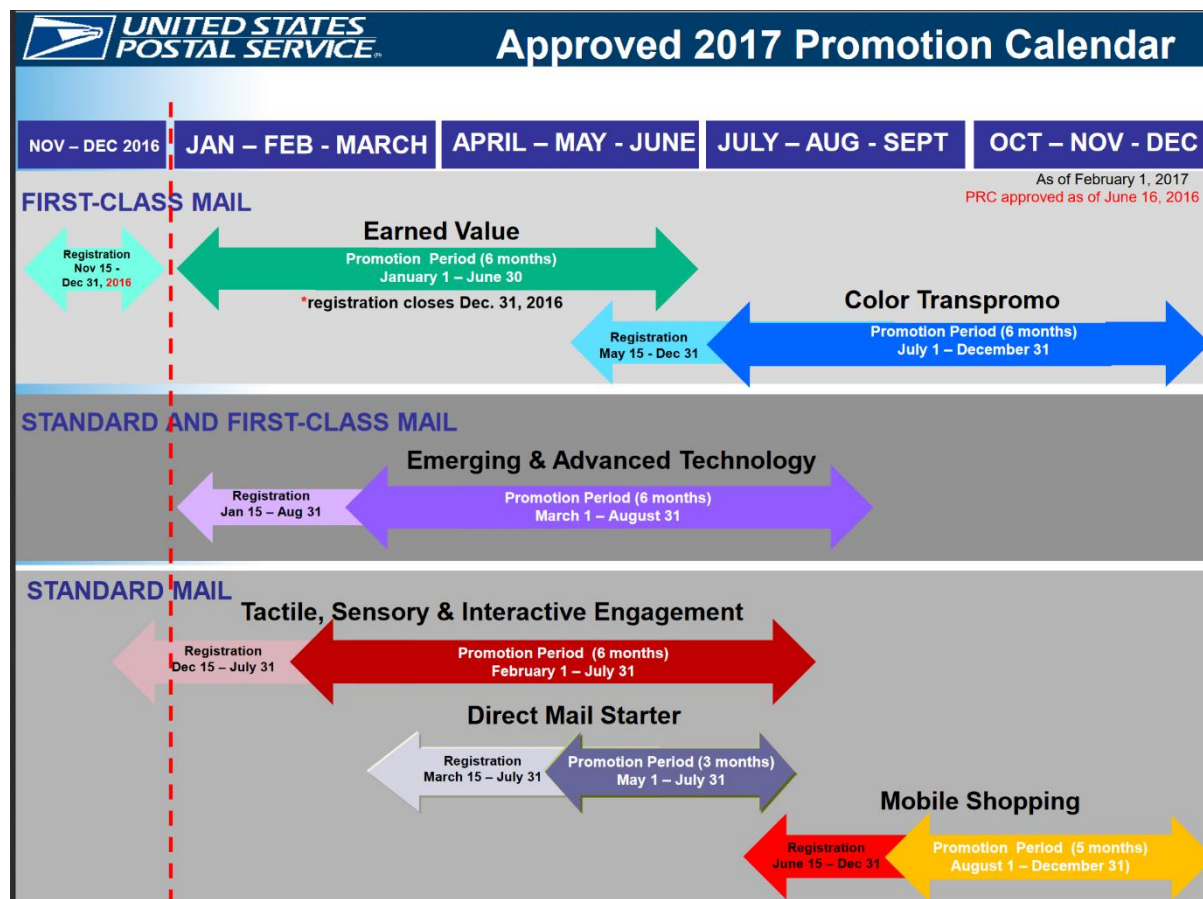


Si vous avez des questions au sujet des codes à barres, comme si vous en avez besoin ou si vous utilisez le bon code, contactez support@flagshipsoftware.com.

Promotion du service postal américain

L'USPS a introduit 6 nouveaux programmes incitatifs pour 2017. Le calendrier indiquant les périodes d'enregistrement et de promotion apparaît ci-dessous. Le guide d'enregistrement se trouve au:

https://ribbs.usps.gov/mailingpromotions/documents/tech_guides/2017PromotionsCalendar.pdf



1. 'Earned Value'

- Des crédits vont être accumulés par les expéditeurs utilisant les services 'Business Reply Mail (BRM) et 'Courtesy Reply Mail (CRM)'. Un crédit de 0,05 \$ par pièce admissible sera appliqué aux envois futurs. Une nouveauté cette année est l'addition d'un crédit pour les pièces jointes de courrier alternatif

2. 'Tactile, Sensory, & Interactive Engagement'

- Les expéditeurs doivent incorporer une expérience multi sensorielle dans leur article de courrier pour être éligible. Ceci inclus des effets visuels spéciaux, des sons, des parfums, des goûts ou des textures. L'escompte est 2% de l'affranchissement et s'applique aux :
 - o Lettres et conteneurs 'Standard Mail'
 - o Lettres 'Nonprofit Standard Mail'

3. 'Emerging & Advanced Technology'

- Les expéditeurs doivent incorporer des nouvelles technologies ou des technologies avancées dans leur article de courrier pour être éligible. Une nouveauté cette année est l'addition de la réalité virtuelle à la promotion, ainsi que les campagnes directes de lettres numériques où les expéditeurs envoient des messages personnalisés déclenché par une interaction digitale du destinataire. L'escompte est 2% de l'affranchissement éligible et s'applique aux :

- o Lettres, cartes et conteneurs 'First Class Mail' pour 'presort' et 'automation'
- o Lettres et conteneurs 'Standard Mail'
- o Lettres 'Nonprofit Standard Mail'

4. **'Démarrage Publipostage' (NOUVEAU)**

- Une promotion qui cible les nouveaux expéditeurs qui font la promotion d'évènements et d'offres qui incorporent la technologie de « l'écrit à l'écran » (Codes QR, suivi par code à barres, réalité augmentée, communication à champ proche, etc.). Un escompte de 5% va être appliqué à l'affranchissement admissible jusqu'à un maximum de 10,000 pièces durant la période de promotion de l'expéditeur. Les pièces admissibles incluent :

- o Lettres et conteneurs 'Standard Mail'
- o Lettres 'Nonprofit Standard Mail'

5. **'Personalized Color Transpromo'**

- Les expéditeurs qui incluent des messages transpromotionnels en couleur sur leurs factures et relevés sont éligibles. Il y a un escompte initial de 2% sur l'affranchissement éligible. Ceci s'applique aux :


- o Lettres commerciales 'First-Class Mail' qui font partie des envois 'Full-Service' avec 'IMb.

6. **'Mobile Shopping'**

- Les expéditeurs qui incluent de la technologie mobile avec leur publipostage, incluant une orientation vers une expérience de magasinage en ligne mobile optimisé, sont éligible. Ceci inclus les codes QR, SnapTags et filigranes. L'escompte est 2% sur l'affranchissement éligible et inclut :

- o Lettres et conteneurs 'Standard Mail'
- o Lettres 'Nonprofit Standard Mail'

Changements de taux d'imposition



HST RATE CHANGES			
PROVINCE	June 30/16	July 01/16	Oct 31/16
New Brunswick	13%	15%	15%
Newfoundland & Labrador	13%	15%	15%
PEI	14%	14%	15%

The following link will help you keep current with tax changes:

<http://www.cra-arc.gc.ca/tx/bsnss/tpcs/gst-tps/rts-eng.html#rt>

Cours de formation Web de Flagship

Nous offrons la formation en ligne ! Si vous avez besoin de nouveaux employés ou un cours de perfectionnement, s'il vous plaît contactez Carolyn Trebell à 1-866-672-0007 poste 1 ou carolyn@flagshipsoftware.com pour enregistrer pour un cours web.

Copyright © 2017 Flagship Software Ltd., Reproduction interdite
iAddressTM Mise à Jour est le bulletin électronique de Flagship Software Ltd.

Notre adress est:

Flagship Software Ltd.
203-60 King Road
PO Box 2625
Richmond Hill, ON L4E 1A6
Canada

[Add us to your address book](#)

[unsubscribe from this list](#) [update subscription preferences](#)

The MailChimp logo is displayed in a white, cursive font within a grey rectangular box.