

Forum pour le développement du marketing direct (FDMD)



Le Forum pour le développement du marketing direct (FDMD) est un groupe permanent dont les membres actifs sont des opérateurs désignés des Pays-membres de l'UPU, des sociétés du secteur privé et des associations. Il fonctionne sous la supervision du Conseil d'exploitation postale (CEP) de l'UPU et est autofinancé.

Mission et vision du Forum pour le développement du marketing direct

Le FDMD a pour mission de stimuler le développement du publipostage par le biais des services postaux pour contribuer à l'expansion économique et commerciale en approfondissant la connaissance du marché et en enrichissant le savoir-faire des parties intéressées à tous les niveaux. Sa vision consiste à doter chaque membre de solutions novatrices en matière de marketing direct et numérique permettant l'essor des entreprises de toute taille à n'importe quel endroit.

Créé en 1995 sous le nom de Forum pour le développement du publipostage, son mandat et ses activités ont été renouvelés par chaque Congrès successif et ont évolué au fil du temps. Initialement axé uniquement sur le publipostage, il a été restructuré au Congrès de Doha 2012 de manière à inclure d'autres canaux de marketing direct postal, et sa dénomination a été changée en Forum pour le développement du marketing direct afin de refléter un mandat élargi.

Principaux événements en 2024

- Sessions technologiques du FDMD
- Séminaires en ligne (discussions sur l'innovation)
- Publication du rapport de recherche intitulé « Panorama mondial »
- Séminaire sur le marketing direct
- Cours de l'UPU sur le marketing direct en français
- Examen du système transfrontalier DMapp
- Études de cas en matière de publipostage



Services de marketing direct

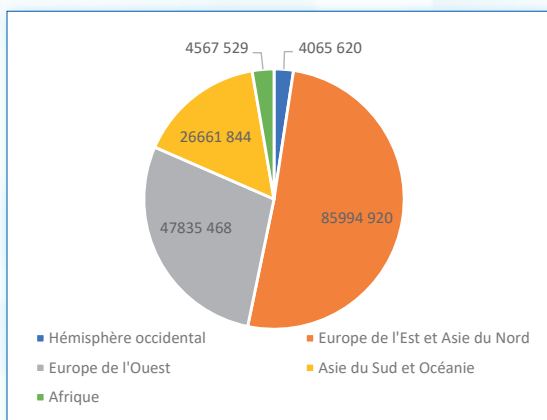
Qu'est-ce que le marketing direct ?

Selon une définition classique, le marketing direct est défini de manière large comme « tout processus basé sur les données visant à communiquer directement avec les consommateurs ou le public cible d'une activité, que ce soient des clients existants ou potentiels, pour obtenir une réponse mesurable ou une transaction sur un ou plusieurs canaux pour l'achat d'un produit ou d'un service spécifique ».

Le contexte de marché dans lequel le publipostage opère a considérablement changé pendant la dernière décennie, à mesure que l'univers s'est de plus en plus virtualisé et numérisé pour devenir un métavers. Aujourd'hui, une stratégie multidimensionnelle de marketing comprendra un mélange de canaux physiques et numériques, avec différents niveaux d'efficacité.

Tendances mondiales par région

Volumes annuels moyens de courrier publicitaire international par région (2017–2021)



Exploiter les opportunités croissantes du marketing direct transfrontalier

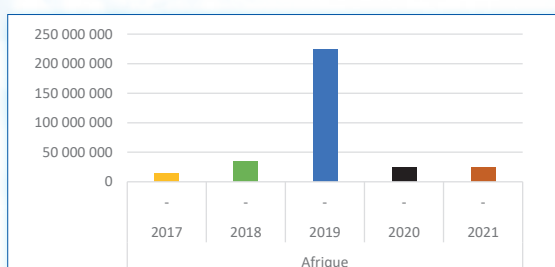
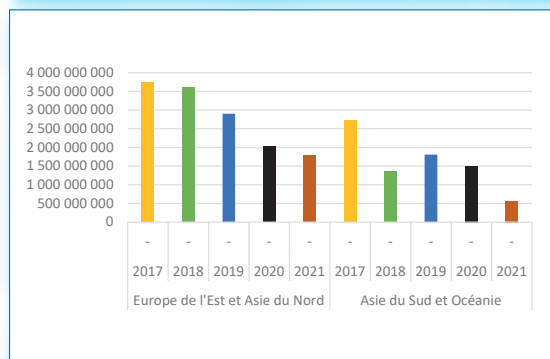
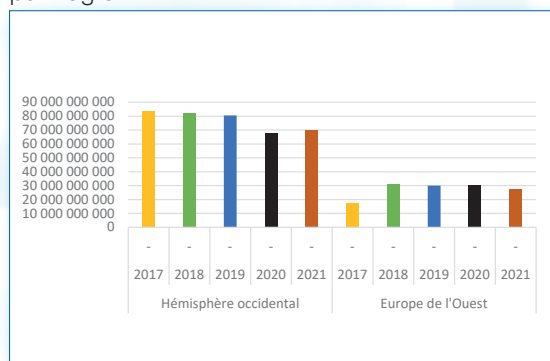
Les données issues de la base de données statistiques postales de l'UPU indiquent que les volumes annuels de marketing direct international (169 133 082) correspondent à 0,2 % des volumes intérieurs (108 569 650 020). L'Europe de l'Est et l'Asie du Nord ont les plus gros volumes de publipostage international, tandis que l'hémisphère occidental a les plus gros volumes de publipostage intérieur.

Les volumes de publipostage international et intérieur sont généralement inférieurs pour la région Afrique que pour les autres régions. Cela signifie que le publipostage est largement confiné aux marchés intérieurs, aux marchés des pays voisins et aux marchés du même groupe linguistique. Avec la croissance rapide du commerce électronique transfrontalier, les opérateurs postaux peuvent aider les entités locales à atteindre les clients transfrontaliers existants et potentiels par le biais de campagnes multicanaux de marketing direct.

Les études font état d'une forte corrélation entre les stratégies de marketing numérique et la croissance sur les marchés étrangers, les résultats et la compétitivité des grandes sociétés comme des petites et moyennes entreprises.

Tendances régionales

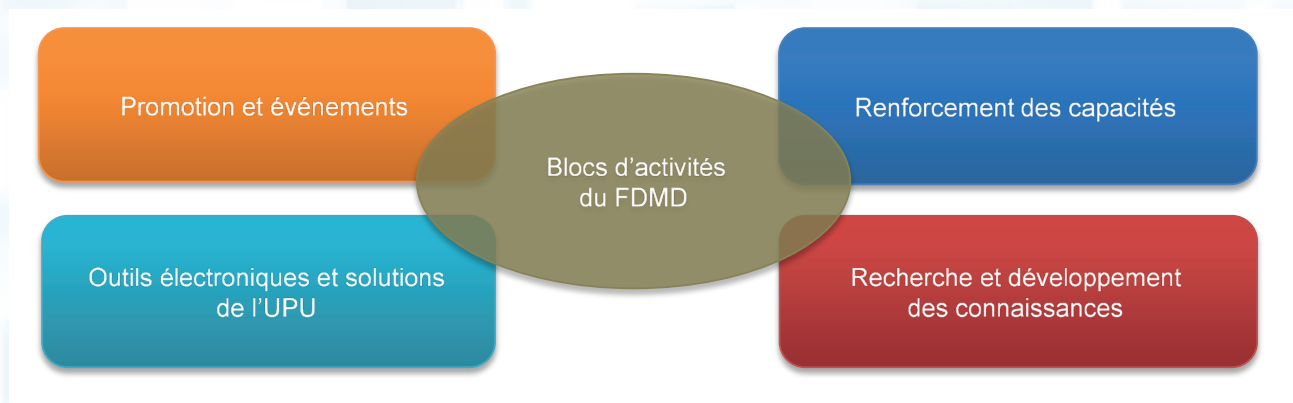
Tendances du courrier publicitaire intérieur par région



*Ces chiffres ne représentent que les indications fournies par les opérateurs désignés

Activités et projets du Forum pour le développement du marketing direct

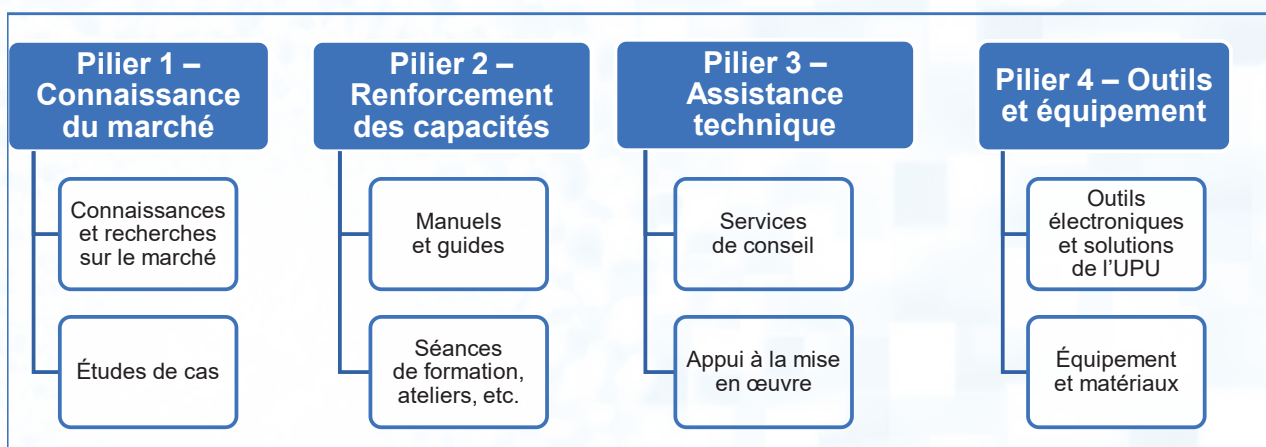
Les activités et les projets actuels du FDMD sont basés sur les propositions de travail du Plan d'activités d'Abidjan approuvé par le Congrès d'Abidjan 2021 et sont décrits en détail dans le plan d'activités du FDMD pour 2022-2025.



Proposition de valeur

Le FDMD s'efforce de doter ses membres de capacités de formation, de recherche, de communication et de réseautage afin de promouvoir et de soutenir les activités postales de marketing direct et de préserver la valeur et le volume du courrier.

En outre, les membres du FDMD ont un accès privilégié aux webinaires, aux sessions technologiques du FDMD, aux guides, aux débouchés commerciaux, aux connaissances sur le marché et aux études de cas sur le publipostage et le marketing numérique, en particulier concernant les opportunités et les conseils sur le marché international. La nouvelle proposition de valeur du FDMD comprend quatre piliers.



Composition du Forum pour le développement du marketing direct

L'adhésion au Forum pour le développement du marketing direct (FDMD) est ouverte à tous les opérateurs désignés des Pays-membres de l'Union intéressés par la stimulation du développement du marketing direct par le biais des services postaux. D'autres acteurs du secteur postal élargi tels que les entreprises et associations publicitaires, technologiques, d'impression et de marketing peuvent devenir des membres non postaux du FDMD.

Cotisations

Frais d'adhésion, payables une fois seulement au moment de l'inscription

- Frais d'adhésion pour les membres postaux : **2'000 CHF**
- Frais d'adhésion pour les membres non postaux : **3'000 CHF**

Montant de la cotisation annuelle

- Membres postaux :
 - Pays les moins avancés : **500 CHF**
 - Autres pays en développement : **1'500 CHF**
 - Pays industrialisés : **2'000 CHF**
- Membres non postaux : **2'500 CHF**

Avantages

En tant que membre, vous aurez accès à des informations détaillées, pertinentes et actualisées sur les marchés du publipostage du monde entier ainsi qu'à un réseau regroupant les principaux acteurs du secteur concerné et les dirigeants des postes

Pour d'avantage d'informations sur l'adhésion au FDMD :



Pour toutes vos questions :
veuillez vous adresser au secrétariat du FDMD,
Abby Bossart
Direction des opérations postales de l'UPU
DOP.DMAB@upu.int

Weltpoststrasse 4
3015 Berne
Suisse
Tél +41 31 350 35 93
www.upu.int



UPU | UNIVERSAL
POSTAL
UNION