

505LH 235/1

5451

(1939)

A/

Développement de l'utilisation des petits colis

(s) C.D. 1. 8.39 29 VII

Développement de l'utilisation des petits colis

(s) p. 29

M. GRIMPRET. - Dans le même ordre d'idées, on m'a fait la suggestion suivante. Le P.O.-Midi avait commencé à organiser des expositions commerciales destinées à faire connaître les produits régionaux et qui ont eu le plus grand succès. La S.M.C.F. continue dans cette voie. D'autre part, elle fait une propagande très intéressante en vue de développer le trafic des petits colis agricoles. Mais, bien souvent, les utilisateurs éventuels de ces petits colis ~~ne savent pas à quels producteurs s'adresser.~~ ne ~~ne savent pas à quels producteurs s'adresser.~~

Ne pourrait-on pas conjuguer la propagande commerciale des expositions avec celle qui est faite en faveur des petits colis ? Montrer, par exemple, dans les expositions commerciales - que, d'après mon interlocuteur, il y aurait lieu de rendre plus fréquentes - ce que l'on peut mettre dans les petits colis ? Et même favoriser, dans le cadre de ces expositions, la constitution d'une sorte de syndicat de producteurs auquel les acheteurs pourraient s'adresser, à Paris et dans les villes de province ?

M. LE PRÉSIDENT. - Ne nous exposerions-nous pas, alors, à des réclamations de la part des commerçants ?

M. GRIMPRET. - Les commerçants ne protestent pas contre la propagande que nous faisons actuellement en faveur de l'utilisation des petits colis.

M. LE PRÉSIDENT. - Les commerçants n'y sont pas favorables. Mais le S.N.C.F. est dans son rôle en développant cette propagande.

M. CHIMPEST. - Je ne dis pas que certaines difficultés se ne présenteront pas. Mais il serait intéressant que, dans des expositions commerciales, l'on montre ce que l'on peut expédier dans les petits colis.

M. GUY. - Cela n'aurait que des avantages.

M. BENTHELOT. - M. CHIMPEST a fait allusion aux expositions commerciales ^{organisées par} /xxx le P.O.-Midi avait commencé à organiser. Je dois dire que la formule de liaison qu'il présentait avec la propagande en faveur des facilités d'expédition y était déjà appliquée. Lorsque, par exemple, nous faisons une exposition de produits gastronomiques ou autres, nous attirons en même temps l'attention du public sur les possibilités de transport de ces produits aux conditions les plus avantageuses. Ainsi une propagande intense ^{a été} ~~xxxxx~~ faite en faveur de l'utilisation du colis agricole ou du colis postal à l'occasion des expositions de noix ou de produits du Périgord : nous distribuons aux visiteurs des tracts ou des prospectus vantant les avantages des colis agricoles.

M. CHIMPEST. - Ce qu'il faut, ce n'est pas tant apposer des affiches ou distribuer des tracts ^{que} ~~xxxxx~~ montrer réellement au public comment il peut utiliser le colis agricole et le renseigner sur les producteurs auxquels peuvent être achetés les produits exposés.

M. LE BERNERAIS. - J'ai ici une série de dépliants publicitaires qui concernent les petits colis. Il en existe un pour chaque département.

Ces dépliants renferment deux tableaux : le tableau A donne la liste des départements avec indication des numéros des prix applicables au départ ou à destination du département pour lequel le dépliant est établi. A chaque numéro de prix correspond une ligne du tableau B donnant le prix du transport, tous frais compris, en vitesse unique, pour les colis agricoles, et pour les colis express, suivant le poids du colis.

J'ai sous les yeux le dépliant du Lot : le transport d'un colis de 30 kg entre Cabers et Versailles coûte 31 fr, et celui d'un colis de 5 ^{kg}, 16 fr. Une volaille de 4 kg qui vaut environ 80 fr chez le producteur peut ainsi être transportée pour 16 fr, ce qui ne paraît pas excessif.

M. BENVENISTE. - Est-ce que le public se sert fréquemment de ces différents modes d'expédition ?

M. LE BERNERAIS. - Incontestablement. En particulier, malgré leur prix relativement élevé, il y a beaucoup d'expéditions en colis express.

M. CHIMPEST. - Je ne crois pas que le public connaisse l'existence de ces dépliants.

M. BENTHELOT. - ^{Les Réseaux ont} ~~xxxxx~~ tiré 1 M. de tracts en 1935, au moment de la création de ces nouvelles tarifications.

M. LE BERNERAIS. - Il faut de longues années avant que la clientèle soit au courant.

Je fais distribuer des prospectus dans les écoles. ~~xxxxxx~~
~~xxxxxx~~ Je crois que c'est une publicité très efficace pour l'avenir.