



Mathieu LEBEL
Directeur général
PRN

Qui je suis

De formation technique et arrivé un peu par hasard dans le monde du Marketing, j'ai décidé de renoncer à un avenir dans l'informatique pour intégrer la société familiale PRN.

Historiquement Routeur en Normandie, j'ai depuis 5 ans la direction générale de l'entreprise qui évolue aujourd'hui dans le monde de la personnalisation, de la Data et plus globalement du Marketing... N'ayant aucun bagage dans la communication (si ce n'est l'expérience acquise dans les différents postes occupés dans la société), j'ai décidé de prendre notre métier par les seuls prismes qui me paraissent irremplaçables en 2020. « *Le service et la performance du/des média(s) proposés* ».

J'ai découvert le Sncd (SELCED à l'époque), avec d'autres membres et notamment Patrick VERGER (ex Diffusion plus) qui m'a rapidement montré qu'il était possible au travers du syndicat de faire bouger les lignes, tant sur la notoriété des médias, que sur leur efficacité, en ayant par exemple, accès aux plus hautes instances postales.

Depuis je n'ai eu de cesse d'essayer de multiplier les échanges avec les membres et nos partenaires (LA POSTE, UNIIC) de manière à défendre nos intérêts communs et faire prospérer notre filière.

Candidat au poste de Président de la commission DATA & LOGISTIQUE

Le constat est simple, notre activité de la communication directe et plus largement du Marketing est profondément chamboulée : Le contexte qui évidemment y est pour beaucoup, accélère la mouvance du tout digital, modifie les habitudes d'achat, redistribue les cartes des canaux de communication, et provoque dans l'ensemble de la filière des bouleversements incomparables.

Pourtant tout changement n'est pas forcément une mauvaise chose, de grands chantiers ; que dis-je ! Des Challenges s'étaient déjà présentés à nous bien avant les événements récents : « *le papier un support has been* », « *le courrier média pollueur* »...

Autant de stéréotypes enrés dans les mentalités qu'il nous appartient de combattre ou du moins de faire évoluer pour que notre média reprenne la place qui lui est due, à savoir : un média moderne, efficace et s'intégrant parfaitement dans une communication CrossMédia. Le papier est un média propre, pertinent et respectueux de la vie privée.

Le papier n'a de cesse de se réinventer, de s'adapter et de se perfectionner. La réussite du marketing actuel réside dans l'alliance des différents canaux. L'un n'a pas supplanté l'autre, au contraire ils sont devenus indissociables et c'est le subtil mixte des deux qui devient alors véritable vecteur de performance.

Écologie, performance, déontologie sont autant de valeurs que j'aimerais porter en tant que président de la commission. Accompagnés des membres du Sncd que je sais motivés pour porter notre voix auprès des instances partenaires postales et politiques.

J'aime à croire que nous sommes toujours plus forts ensemble qu'isolés. C'est pourquoi j'ai toujours essayé de m'investir à mon humble niveau dans les projets du Sncd et je sais que les membres seront présents collectivement, pour construire, inventer et réinventer le courrier et la communication de demain.

Sncd

68 boulevard Saint Marcel – 75005 PARIS - Tél. : 01 55 43 06 11

Site : www.sncd.org - E-mail : info@sncd.org

Syndicat Professionnel immatriculé à la préfecture de Paris sous le n°18115