

## Les coulisses des remboursements publicitaires

L'offre de remboursement publicitaire (*ODR*) constitue un outil promotionnel efficace pour les professionnels : le consommateur cède facilement à la tentation, puisque l'achat qu'il va effectuer lui sera remboursé, partiellement ou totalement. L'intitulé de l'opération peut varier : « votre premier achat remboursé », « satisfait ou remboursé ».

Tout l'art des organisateurs de cette promotion consiste à limiter le taux de retour, c'est-à-dire le nombre de demandes de remboursement.

À cet effet, plusieurs astuces sont utilisées pour décourager le consommateur :

- ⇒ Multiplier les justificatifs à fournir : l'indispensable IBAN pour effectuer le virement, la preuve d'achat (*vignette à découper*), ticket de caisse avec le nom de l'article et le prix à souligner, nom- prénom- adresse, lieu d'achat (*alors qu'il apparaît sur le ticket de caisse*).
- ⇒ Faire rédiger un texte (*notamment pour les opérations « satisfait ou remboursé »*).
- ⇒ Fixer une date limite courte pour l'envoi de la demande, sachant que le client aura tendance à découper l'emballage pour retirer la preuve d'achat, qu'une fois le produit consommé.

**SAMSUNG** vient de franchir une nouvelle étape en imposant au consommateur de joindre une « photo en situation » de son achat (*dans le cas présent, un four à micro-ondes bénéficiant d'une offre « 30 € remboursé »*).