

SCHEDA TECNICA
PRODOTTO
POSTATARGET
CREATIVE
INVITO ALLA PROVA

Posteitaliane

INDICE

1	DOCUMENTI CITATI.....	1
2	SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE.....	2
3	TERMINI E DEFINIZIONI	3
4	GENERALITÀ	4
5	CONDIZIONI DI ACCESSO	6
	5.1 Modalità di adesione.....	6
	5.2 Cosa spedire.....	6
	5.3 Cosa non spedire.....	8
	5.4 Dove spedire.....	9
	5.5 Quantità	9
6	CARATTERISTICHE DELL'INVIO	10
	6.1 Confezionamento.....	10
	6.2 Formati e dimensioni.....	11
	6.3 Modalità di allestimento e prelaborazione degli invii.....	11
	6.4 Modalità di presentazione Postatarget Facile.....	12
	6.5 Prezzi.....	12
7	LAY-OUT DELL'INVIO	13
	7.1 Logo.....	13
	7.2 Logo SMA.....	13
	7.2.1 Logo SMA Standard.....	13
	7.2.2 Logo SMA personalizzato.....	14
8	MODALITÀ DI AFFRANCATURA.....	16
9	CODICE 2DCOMM.....	18
10	SERVIZI ACCESSORI.....	20
	10.1 Reso Mittente	20
	10.2 Servizi Gamma Linea Evolution	22
	10.3 Altri servizi.....	22
11	MODALITÀ DI ACCETTAZIONE E CONTROLLI.....	23
	11.1 Distinte di spedizione	23
	11.2 Centri di accettazione.....	24
	11.3 Orario di Apertura e Ora limite di accettazione	25

12 APPENDICE	27
12.1 Formati busta	27
12.2 Materiale busta.....	27
12.3 Materiale della finestra	28
12.4 Materiale cartolina.....	28
12.5 Materiale film plastico.....	28
12.6 Caratteristiche dell'invio	29
12.6.1 <i>Scorrimento dell'inserto all'interno dell'invio</i>	29
12.6.2 <i>Adesivi e lembi di chiusura</i>	29
12.7 Blocco indirizzo	30
12.7.1 <i>Definizione</i>	30
12.7.2 <i>Posizionamento Blocco Indirizzo</i>	30
12.7.3 <i>Specifiche Tipografiche del Blocco Indirizzo</i>	30
12.7.4 <i>Zona di rispetto codici a barre</i>	33

1 DOCUMENTI CITATI

- Scheda Tecnica gamma Linea Evolution per Posta Target
- Allestimento e Prelavorazione della Gamma Posta Target

2 SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

Scopo del presente documento è quello di descrivere le caratteristiche tecniche di dettaglio del prodotto Postatarget Creative “Invito alla Prova” e fornire ulteriori indicazioni utili al Cliente per un corretto allestimento del prodotto conforme allo standard di Poste Italiane.

3 TERMINI E DEFINIZIONI

Sigla	Descrizione
ASTM	American Society for Testing and Materials
Condensati (caratteri)	Spaziatura ridotta dei caratteri che compongono una parola
Fincatura	Griglia, tratteggio, reticoli o taglio tratteggiato
Fronte dell'invio	Lato dell'invio dove è presente l'indirizzo del destinatario
Gloss	Misura della riflessione
Haze	Misura della opacità
Interlinea	Spazio tra le righe dell'indirizzo
ISO	International Organisation for Standardisation
Opacità fascia trasparente	Misura della trasparenza in % della fascia bianca apposta nella zona di rispetto
Pantone	Sistema di riferimento internazionale per la selezione, la specifica, l'individuazione e il controllo dei colori
Retro dell'invio	Lato della busta con i lembi di chiusura
Termoretraibile	Modalità di confezionamento con film plastico
Trasmittanza	Frazione di luce di una determinata lunghezza d'onda che attraversa un materiale
UNI EN	Ente Nazionale Italiano di Unificazione
ASTM	American Society for Testing and Materials

4 GENERALITÀ

La gamma di offerta Postatarget si compone di servizi ideati per il recapito di comunicazioni pubblicitarie e promozionali che consentono di raggiungere su tutto il territorio italiano specifici segmenti di clientela.

“Postatarget Creative Invito alla Prova” è il servizio di posta commerciale indirizzata creato per favorire la sperimentazione del direct mailing da parte di aziende attualmente non utilizzatrici.

Nello specifico si tratta di un’offerta grazie alla quale aziende che non utilizzano i servizi della Gamma Postatarget possono avere accesso a prezzi vantaggiosi.

Mittente di tali comunicazioni deve essere il solo Cliente o, laddove sia previsto e ammesso contrattualmente, il soggetto terzo che sia a ciò autorizzato.

Postatarget Creative è il prodotto ideale per catturare l’attenzione del target, sviluppare la relazione con il cliente e valorizzare il brand aziendale, appositamente concepito per liberare l’estro creativo dei marketing & communication manager.

La possibilità di inserire un’ampia varietà di elementi supplementari nel mailing (campioni di prodotto, gadget ed altri strumenti per meglio predisporre il consumatore o evidenziare gli aspetti più interessanti dell’offerta), garantisce un impatto ancora maggiore alle azioni di comunicazione.

La personalizzazione dell’affrancatura mediante l’inserimento di loghi, foto, grafici e testi consente – a seconda degli obiettivi di comunicazione – di richiamare l’attenzione del destinatario sul brand, sui contenuti dell’offerta, su particolari date ed avvenimenti, ecc.

4.1 Obiettivi di qualità

Gli obiettivi di qualità per il recapito prevedono la consegna:

- entro 5 giorni lavorativi successivi alla data di postalizzazione (J+5) per l'85% degli invii;
- entro 7 giorni lavorativi successivi alla data di postalizzazione (J+7) per il 99% degli invii.

Gli obiettivi di qualità sopra indicati sono da intendersi meramente indicativi e si riferiscono esclusivamente agli indirizzi utili. Sono pertanto esclusi gli invii non recapitabili per:

- indirizzo inesatto
- indirizzo inesistente
- indirizzo insufficiente
- destinatario trasferito
- destinatario sconosciuto
- destinatario irreperibile
- destinatario deceduto
- invio rifiutato

Il sabato non concorre ai fini del calcolo della prestazione di recapito, anche nei casi in cui rimane attiva l'accettazione presso i CMP

5 CONDIZIONI DI ACCESSO

5.1 Modalità di adesione

Possono aderire a “Postatarget Creative Invito alla prova” i clienti che:

- a) rispettino le condizioni di accesso previste dall'accordo contrattuale di cui la presente scheda tecnica costituisce parte integrante e sostanziale;
- b) si impegnino a spedire almeno 100 invii per singola spedizione.

Può accedere al Servizio esclusivamente la Clientela in grado di consegnare invii che rispettino i requisiti definiti da Poste Italiane in termini di:

- contenuto e confezionamento (6.1);
- quantitativi (5.5);
- formati e dimensioni (6.2);
- modalità di allestimento e prelaborazione degli invii (6.3);
- modalità di impostazione (11);
- standard di composizione degli indirizzi (relativamente a struttura, formato e contenuto) riportato sul sito di Poste Italiane www.poste.it

La spedizione deve essere costituita da invii di formato e peso identici. Si consiglia, inoltre, di rispettare le ulteriori specifiche riportate in appendice (vedi par. 12).

5.2 Cosa spedire

Postatarget Creative Invito alla prova consente di spedire invii di formato e peso identici, destinati a comunicare un messaggio pubblicitario, informati-

vo o di marketing aventi lo stesso contenuto ad eccezione di alcune personalizzazioni (nel rispetto della legge sulla privacy).

Il messaggio può essere personalizzato per singolo destinatario con contenuti testuali (indirizzi, informazioni di contatto, dati anagrafici, codici) o grafici (foto, immagini, figure, ...), posizionati all'interno di un modello o layout grafico comune per tutti i destinatari, che non alterino la natura del messaggio e che si configurino come varianti del prodotto/servizio oggetto dell'offerta (es. offerte di viaggi, corsi o varianti di abbonamento a palestre, spettacoli, intrattenimento, ..., cause per donazioni, varianti di promozione accessoria all'offerta in base alle preferenze del destinatario).

I contenuti personalizzati devono sempre essere di natura pubblicitaria, informativa o di marketing quale, in via esemplificativa e non esaustiva:

- dati anagrafici, fotografie, informazioni di contatto del destinatario nel messaggio o in gadget/card allegate (nome, cognome e indirizzo completo, numero di telefono fisso o mobile, e-mail, codice fiscale o partita IVA, data di nascita o di anniversario);
- codici di riferimento del cliente destinatario, dei prodotti/servizi in vendita o altri codici identificativi (alfanumerici o a barre);
- immagini dei prodotti e servizi offerti;
- articolazioni di una medesima promozione in funzione del target di riferimento;
- la firma autografa del mittente, il nome del responsabile commerciale di riferimento, il giorno e l'orario per una visita commerciale o una presentazione;
- l'indirizzo della sede più vicina al cliente.

Nel mailing possono essere inoltre inseriti bollettini in bianco o contenenti le informazioni del destinatario (nome, cognome, indirizzo) e/o l'importo da pagare, purché questo sia identico per tutti i destinatari o comunque riferito alle varianti di prodotto/servizio oggetto dell'offerta.

Non sono ammessi bollettini premarcati.

È possibile inserire oggetti promozionali (ad esempio: carte fedeltà, buoni sconto, gadget), campioni gratuiti di prodotto ma anche supporti multimediali (ad esempio CD-ROM, DVD, ecc.), che concorrono per peso e per dimensioni alla definizione del prezzo finale.

Il materiale allegato deve essere privo di valore commerciale e non può essere destinato alla vendita.

Grazie a nuove tipologie di packaging (meno costose, più leggere e robu-

ste, plasmabili in forme che rendono più semplice ed economica la postallizzazione) è oggi possibile inviare piccole quantità di prodotto in efficienti confezioni formato campione.

Possono quindi essere spediti insieme alla comunicazione: prodotti alimentari con scadenza superiore ai due mesi, cosmetici, profumi, liquidi, creme, polveri, liquori purché confezionati e imballati in modo tale da garantire l'integrità del contenuto e dell'involucro (non sono ammessi ad esempio prodotti in vetro o fragili) e in modo da non rappresentare un pericolo per le persone in fase di lavorazione, trasporto e recapito.

5.3 Cosa non spedire

Non è consentito spedire con Postatarget Creative Invito alla prova invii contenenti, nello stesso involucro, comunicazioni di tipo promozionale o pubblicitario ed altri invii di corrispondenza.

Non sono inoltre ammessi:

- Avvisi e solleciti di pagamento
- Fatture
- Rendiconti finanziari e previdenziali
- Estratti conto bancari
- Invii di contratti già sottoscritti
- Documenti di trasporto
- Bollettini utenze
- Bollettini di riscossione tasse e tributi
- Bollettini per pagamenti obbligatori per legge
- Cartelle esattoriali
- Dichiarazioni dei redditi
- Messaggi personali di natura gestionale relativi al processo di vendita
- Attestazioni
- Polizze già sottoscritte
- Quietanze e ricevute
- Invii di assegni e libretti assegni
- Carte di credito e prepagate
- Messaggi la cui distribuzione è proibita per legge (postulatori¹, pornogra-

¹ Vale a dire finalizzate all'acquisizione di contributi, offerte, ovvero elargizioni di somme di denaro, ad eccezione di quelle utilizzate dalle organizzazioni senza fini di lucro e dalle fondazioni religiose esclusivamente per le proprie finalità di autofinanziamento

fici, discriminatori)

- Invii di merce destinata alla vendita
- Oggetti preziosi, pericolosi o vietati dalla legge, prodotti deperibili con scadenza inferiore ai due mesi
- Altre tipologie di invii di corrispondenza non classificabili come comunicazioni pubblicitarie o promozionali

5.4 Quantità

Possono accedere ai prezzi di Postatarget Creative Invito alla prova le singole spedizioni che superano i 100 pezzi.

6 CARATTERISTICHE DELL'INVIO

Di seguito vengono riportate le caratteristiche dell'invio di Postatarget Creative Invito alla prova.

6.1 Confezionamento

È concessa ampia libertà nella selezione dei materiali per il confezionamento delle spedizioni di Postatarget Creative Invito alla prova.

Gli invii infatti possono essere in formato cartolina o confezionati in busta cartacea o in cellophane, ma anche realizzati con soluzioni alternative quali ad esempio:

- pieghevoli;
- invii autoformanti;
- buste in tessuto (es. jeans, lana, feltro, lino), in pelle, in materiali sintetici (es. plastica, altri materiali impermeabili e trasparenti), in pergamena;
- scatole in cartone.

Gli invii devono essere perfettamente chiusi in modo da garantire l'integrità del contenuto; nel caso dei pieghevoli e degli invii autoformanti è sufficiente garantire la perfetta chiusura dei due lati lunghi.

Il confezionamento non deve deteriorarsi durante il processo di recapito.

Per confezionamenti realizzati in materiale non cartaceo, il blocco indirizzo e il logo devono essere:

- impressi sull'invio, purché perfettamente leggibili oppure
- riportati su un'etichetta saldamente incollata all'invio.

Occorre inoltre garantire che l'eventuale etichetta indirizzo non si stacchi dall'invio durante le lavorazioni postali.

6.2 Formati e dimensioni

Possono accedere al prodotto Postatarget Creative Invito alla prova esclusivamente gli invii che rispettano i seguenti formati:

DIMENSIONI	Formato		
	Tutti	Normalizzato	Compatto
	Min	Max	Max
L lunghezza (mm)	140	235	353
H altezza	90	120	250
S spessore	0,15	3	20
P peso (g)	3	20	350

Il passaggio da un formato all'altro avviene quando anche una sola delle dimensioni supera il valore massimo consentito.

Gli invii devono essere di forma rettangolare o quadrata.

Per singole spedizioni inferiori a 100 pezzi sarà facoltà del cliente accedere al servizio pagando l'importo equivalente alla spedizione di 100 invii di Postatarget Creative ai prezzi pubblicati sul sito internet www.poste.it.

Per gli invii di peso e/o formato eccedente le dimensioni consentite il Cliente riconoscerà a Poste Italiane i prezzi del servizio Postatarget Creative definiti per lo specifico peso e formato e riportati sul sito www.poste.it.

6.3 Modalità di allestimento e prelaborazione degli invii

Le spedizioni di Postatarget Creative Invito alla prova devono essere allestite in scatole se gli invii sono confezionati in busta cartacea, altrimenti in plichi.

Le specifiche che devono essere rispettate per l'allestimento e la prelaborazione delle spedizioni sono contenute nel documento, disponibile sul sito www.poste.it **Allestimento e Prelavorazione della gamma Postatarget - SMA**

6.4 Modalità di presentazione Postatarget Facile

Al cliente è data opzione di NON seguire le indicazioni di allestimento e pre-lavorazione dettagliate nel paragrafo precedente e nei documenti in esso menzionati e di presentare gli invii di Postatarget nella forma che più ritiene opportuna, aderendo così alla modalità di presentazione degli invii Postatarget Invito alla Prova Facile ed ai relativi prezzi.

6.5 Prezzi

I prezzi sono differenziati in funzione del formato e del peso come riportato sul sito internet www.poste.it. e sono da intendersi oltre IVA.

Nel caso in cui le spedizioni siano presentate in modalità Postatarget Invito alla Prova Facile verranno applicati i relativi prezzi.

7 LAY-OUT DELL'INVIO

7.1 Logo

Il prodotto Postatarget Creative Invito alla prova deve essere identificato tramite l'apposizione di uno specifico logo.

7.2 Logo SMA

Per le spedizioni “Senza Materiale Affrancatura” è possibile riportare il logo SMA sia nel formato standard che nel formato personalizzato dal Cliente come descritto nei paragrafi successivi.

Il logo standard e i disegni base da utilizzare per la personalizzazione sono disponibili in formato elettronico sul sito di Poste Italiane oppure possono essere richiesti alle Aree Commerciali Territoriali.

7.2.1 Logo SMA Standard

Per il Postatarget Creative Invito alla prova è previsto il seguente logo standard:



DIMENSIONI:

40 x 70 mm “Postatarget” = 32 pt / categoria = 28 pt a bandiera destra / codice = 9pt

26 x 45 mm "Postatarget" = 20,5 pt / categoria = 18 pt a bandiera destra / codice = 6pt

20 x 35 mm "Postatarget" = 16 pt / categoria = 14 pt a bandiera destra/ codice = 5pt

Lettering : "Postatarget Creative" = Univers 55 Oblique/codice = Univers

Il logo può essere riportato sia nella versione in positivo che in negativo. È possibile utilizzare qualsiasi colore che deve comunque avere un'elevata carica di intensità cromatica, non inferiore al 30% del colore del fondo, tale da garantire la sicura leggibilità del logo e degli eventuali altri testi (autorizzazione).

Non è possibile usare i codici cromatici propri del logomarchio Postatarget Gold:

- pantone: 872C
- quadricromia: 20% Ciano / 30% Magenta / 70% Giallo / 15% Nero

Devono essere inoltre evitati colori che facilmente possono essere assimilabili alle cromie sopra riportate.

7.2.2 Logo SMA personalizzato

Il Cliente Mittente può inserire delle personalizzazioni all'interno dei seguenti loghi nello spazio bianco interno alla cornice. I loghi di base non sono tuttavia modificabili nei testi e nelle dimensioni:



DIMENSIONI:

40 x 70 mm "Postatarget Creative" = 15 pt a bandiera destra

26 x 45 mm "Postatarget Creative" = 9,5 pt a bandiera destra

20 x 35 mm "Postatarget Creative" = 7,5 pt a bandiera destra

Al fine di individuare con certezza il fornitore del servizio postale ed il Cliente Mittente, è possibile inserire all'interno del logo disegni, marchi, scritte e brand esclusivamente del Cliente Mittente. È inoltre possibile scomporre l'affrancatura in più colori. Di seguito si riportano alcuni esempi:



I loghi personalizzati devono rispettare il codice etico di Poste Italiane riportato sul sito internet www.poste.it.

8 MODALITÀ DI AFFRANCATURA

Le modalità di affrancatura prevista per gli invii di Postatarget Creative Invito alla prova è la SMA (Senza Materiale Affrancatura)

Non è possibile affrancare mediante francobolli o macchina affrancatrice del cliente.

Con questa modalità gli oggetti non vengono materialmente affrancati e il pagamento avviene tramite una delle modalità contrattualmente previste, di seguito descritte:

- **tramite Borsellino ricaricato con:**
 - versamento in conto corrente
 - bonifico bancario
- **Posticipato:**
 - con versamento su conto corrente postale
 - con addebito diretto SEPA

In caso di SMA il codice relativo all'autorizzazione è obbligatorio e deve essere riportato sull'invio in una delle due possibili modalità alternative:

- all'interno del logo (vedi paragrafo 7);
- all'interno del blocco indirizzo come prima riga.



9 CODICE 2DCOMM

Gli invii possono essere dotati, su richiesta del Cliente del codice a barre bidimensionale standard “Data Matrix” , ovvero il 2Dcomm.

Il codice 2Dcomm è obbligatorio qualora vengano richiesti i servizi di rendicontazione.

Per le specifiche tecniche e per la stampa e il posizionamento del codice 2D fare riferimento alla Scheda Tecnica Servizi Gamma Linea Evolution per Postatarget disponibile sul sito www.poste.it.

Per ulteriori informazioni relative all'utilizzo e alle specifiche tecniche del codice 2D, contattare il:

CENTRO OMOLOGAZIONE PRODOTTO
VIALE EUROPA 175
00144 ROMA RM
e-mail: infocat@posteitaliane.it

Nel caso in cui, invece, il cliente intenda stampare sugli invii di Postatarget Creative un codice 2D, ad uso esclusivo di propri processi di produzione, dovrà garantire che i primi 2 campi del codice siano implementati con il carattere “X”.

Intorno al codice 2D deve essere garantita la zona di rispetto indicata nel paragrafo 12.7.4

9.1 Altri codici

Il Cliente può apporre sugli invii codici a barre per uso proprio.

Per l'utilizzo dei codici a barre seguenti è necessaria la preventiva verifica ed autorizzazione del Centro Omologazione in quanto potrebbero corrispondere ai codici utilizzati sugli impianti di Poste Italiane e quindi interferire con la meccanizzabilità del prodotto:

- Codice 2 of 5 interleaved (ITF);
- Codice 39;
- Codice 128.

e-mail: infocat@posteitaliane.it

10 SERVIZI ACCESSORI

Al prodotto Postatarget Creative Invito alla prova possono essere collegati alcuni servizi accessori a pagamento.

10.1 Reso Mittente

Il Cliente può richiedere la restituzione degli invii non recapitabili sulla base dei prezzi riportati sul sito internet www.poste.it nella sezione Direct Marketing.

La restituzione degli invii non recapitabili (posta inesitata) consente di ottenere la restituzione fisica dei resi sui quali sono indicate le motivazioni di mancato recapito, riportate sul riquadro stampato direttamente sull'invio oppure tramite un'etichetta applicata da Poste Italiane:

Siamo spiacenti per non aver recapitato questo invio in quanto	
Destinatario	<input type="checkbox"/> Invio rifiutato
<input type="checkbox"/> Irreperibile	Indirizzo
<input type="checkbox"/> Deceduto	<input type="checkbox"/> Inesatto
<input type="checkbox"/> Sconosciuto	<input type="checkbox"/> Inesistente
<input type="checkbox"/> Trasferito	<input type="checkbox"/> Insufficiente
Data	
Firma	

Il Cliente che richiede la restituzione della posta inesitata deve utilizzare il logo "Resi Mittente" e riportare su ciascun invio in maniera leggibile il nome del Centro **di Restituzione** (Centro Detentore Conto) a cui restituire l'invio. Il logo "Resi Mittente" deve essere posizionato accanto al logo-prodotto in alto a destra dell'invio, come riportato nell'esempio seguente :



È data facoltà al cliente di scegliere il logo “Resi Mittente” anche nella versione in negativo:



Il nome del Centro di Restituzione può essere riportato sull’invio secondo due modalità:

- riportando sotto il logo Resi Mittente il nome del Centro di Restituzione



Nome Centro di Restituzione

- in alternativa, nel blocco indirizzo mittente, **al posto dell’eventuale indirizzo mittente**, deve essere riportato (oltre all’eventuale logo) in modo leggibile la dicitura *“In caso di mancato recapito inoltrare a Nome Centro di Restituzione”*

Per la composizione dell’eventuale indirizzo mittente è consigliabile seguire le stesse indicazioni previste per l’indirizzo destinatario riportate sul sito di Poste Italiane www.poste.it.

Esempi:



10.2 Servizi aggiuntivi gamma Linea Evolution

Il Cliente può richiedere l'erogazione dei servizi aggiuntivi della gamma "Linea Evolution" per il monitoraggio e la rendicontazione delle proprie spedizioni. Per ulteriori dettagli è possibile fare riferimento alla *Scheda Tecnica Servizi Gamma Linea Evolution per Postatarget* disponibile sul sito www.poste.it.

10.3 Altri servizi

Per il dettaglio sui servizi accessori disponibili fare riferimento al referente commerciale o visitare il sito internet www.poste.it.

11 MODALITÀ DI ACCETTAZIONE E CONTROLLI

Ai fini della corretta e puntuale accettazione del prodotto sul sistema contabile e logistico di Posteltaliane è necessario che in fase di consegna ciascuna spedizione sia sempre accompagnata da una distinta riepilogativa di spedizione (versione cartacea).

Le informazioni ed i dati da inserire nella distinta cartacea riepilogativa della spedizione sono riportati nell'apposito documento:

Distinte di spedizione Posta Target

Per quantitativi superiori ai 2.000 kg a spedizione o a 40.000 invii per singola spedizione, in considerazione degli elevati volumi da gestire, il cliente dovrà programmare le spedizioni utilizzando il Servizio Prenotazione Spedizioni attivo su www.poste.it, al fine di ottimizzare le attività dell'intero processo produttivo di Poste Italiane.

Ai fini della verifica dei quantitativi impostati, le spedizioni aventi tutte invii di stesso peso, saranno sottoposte a pesatura, per ricavarne, sulla base del peso unitario e del peso complessivo rilevato, la corrispondenza dei quantitativi con quanto dichiarato in distinta.

Tutte le spedizioni dovranno essere accompagnate da due invii campione (non restituibili) della spedizione

11.1 Verifiche di accettazione sulle Spedizioni

Tutte le postalizzazioni saranno sottoposte in fase di accettazione a controlli da parte di Poste Italiane.

I controlli in fase di ingresso saranno finalizzati alla verifica della rispondenza della postalizzazione ai requisiti necessari per l'accesso al servizio e per la corretta applicazione del prezzo.

In particolare, ciascuna postalizzazione sarà sottoposta alle verifiche di:

- Accesso:
 - verifiche di conformità delle caratteristiche di prodotto di cui al Capitolo 2
 - verifica dei quantitativi consegnati rispetto a quanto dichiarato tramite verifiche di peso
 - verifiche di tipo amministrativo;

- Prelavorazione e allestimento:
 - verifiche di corretto allestimento delle postalizzazioni;

Il rispetto delle prelaborazioni, delle caratteristiche di prodotto e la conformità delle spedizioni stesse ai requisiti previsti saranno verificate tramite controlli a campione su scatole/plichi e, in caso di verifica positiva, si accetterà la spedizione.

Qualora la spedizione non rispetti le condizioni di accesso non sarà possibile procedere con l'accettazione.

Qualora la spedizione non rispetti le verifiche di prelaborazione sarà facoltà del cliente procedere al ritiro della stessa per una sua regolarizzazione ovvero richiederne comunque l'accettazione previo pagamento dei prezzi previsti in caso di mancata prelaborazione del prodotto Postatarget, previste dall'Allegato 1-bis del DM 22/11/2002 e pubblicate sul sito www.poste.it.

11.2 Centri di accettazione

L'impostazione della Postatarget Creative Invito alla prova, in considerazione dei volumi da gestire, deve essere effettuata presso:

- **CMP** (Centro di Meccanizzazione Postale): senza limiti di peso;
- **Centri Provinciali**: fino ad un massimo di 1.000 Kg per spedizione giornaliera per cliente;

- **CD** (Centri di Distribuzione) abilitati all'accettazione: fino ad un massimo di 200 Kg per spedizione giornaliera per cliente;

La spedizione deve essere sempre accompagnata dalla distinta di accettazione (distinta SMA).

La lista delle sedi di CMP, Centri Provinciali e CD abilitati all'accettazione del prodotto è disponibile sul sito www.poste.it. Poste Italiane si riserva di aggiornare l'elenco dei punti di accettazione e delle modalità di consegna.

11.3 Orario di Apertura e Ora limite di accettazione

Le strutture di accettazione saranno accessibili nei seguenti orari di apertura:

CMP

- ore 8.00 -17.00 dal Lunedì al Venerdì
- ore 8.00 -12.00 al Sabato*

Centri Provinciali e CD

- ore 8.30 -15.00 dal Lunedì al Venerdì

(*) Poste Italiane si riserva, in base all'evoluzione del modello organizzativo, di modificare gli orari di apertura al pubblico dei punti di accettazione, dandone comunicazione alla clientela. In ogni caso, i suddetti orari saranno affissi al pubblico presso ogni centro. Si precisa, inoltre, che per il CMP di Cagliari non è prevista l'apertura al pubblico nella giornata di sabato.

Affinché il processo di recapito inizi dal giorno dell'accettazione, occorre tuttavia consegnare il prodotto entro i seguenti orari limite (Lunedì - Venerdì):

- **ore 14.00** per le strutture di accettazione ubicate presso i CMP (fatta eccezione per i seguenti centri:
 - ore 12.00 per il CMP di Bari,
 - ore 10.00 per il CMP di Genova
 - ore 10.00 per il CMP di Lamezia Terme
 - ore 12.30 per il CMP di Palermo
- **ore 11.00** per le strutture di accettazione ubicate presso i Centri Provinciali e i CD;

Per tutti gli invii accettati entro l'orario limite sopra riportato, la prestazione di recapito decorre dal giorno stesso dell'accettazione.

Le spedizioni consegnate dopo lo scadere dell'orario limite, ai soli fini della prestazione di recapito, si intendono come consegnate il giorno feriale successivo a quello di accettazione.

12 APPENDICE

12.1 Formati busta

I formati busta standard consigliati sono:

FORMATO	DIMENSIONI (lunghezza x altezza)
DL	220 mm x 110 mm
C6/C5	229 mm x 114 mm
C6	162 mm x 114 mm
C5	229 mm x 162 mm
C4	324 mm x 229 mm

12.2 Materiale busta

Le caratteristiche del materiale consigliate per la realizzazione della busta sono:

CARATTERISTICHE - BUSTA	VALORI
Grammatura (UNI EN ISO 536/98)	≥ 60 g/m ²
Spessore (EN 20534/94)	100 ÷ 150 μm
Opacità (UNI 7624/86)	≥ 90 %
Indice di lacerazione (UNI EN 21974/95)	≥ 6 mNm ² /g

12.3 Materiale della finestra

Le caratteristiche del materiale consigliate per la realizzazione della finestra della busta sono:

CARATTERISTICHE – FINESTRA BUSTA	VALORI
Materiale	Tipo Polistirene
Grammatura (UNI EN ISO 536/98)	34 g/m ² ± 5 %
Spessore (ASTM D 374 C)	32 µm ± 5 %
Gloss a 60°(ASTM D 2457/77)	≤ 60 %
Haze (ASTM D 1003/88)	≤ 25 %
Resistenza alla lacerazione (ASTM D 1004– 94) (N/mm di spessore)	Long ≥ 50 N/mm Trasv ≥ 30 N/mm

12.4 Materiale cartolina

Le caratteristiche del materiale consigliate per la realizzazione della cartolina sono:

CARATTERISTICHE - CARTOLINA	VALORI
Grammatura (UNI EN ISO 536/98)	180 ÷ 500 g/m ²
Spessore (EN 20534/94)	150 ÷ 300 µm
Resistenza a flessione (UNI 9070/94)	≥ 44,0 mN
Indice di lacerazione (UNI EN 21974/95)	≥ 6 mNm ² /g

12.5 Materiale film plastico

Le caratteristiche del materiale consigliate per la realizzazione del confezionamento dell'invio con film plastico sono:

CARATTERISTICHE – FILM PLASTICO	VALORI
Natura del materiale riconoscimento IR	Tipo polietilene a bassa densità e a basso indice di fluidità
Spessore (ASTM D 374 C)	µm 25 - 30
Gloss a 60° (ASTM D- 2457)	≤ 60 %
Trasmittanza (ASTM D-1003)	≥ 80 %
Haze (ASTM D-1003)	≤ 20 %
Resistenza alla lacerazione media (ASTM- D 1004/94°)	long ≥ 50 N/mm trasv ≥ 50 N/mm
Resistenza a trazione (ASTM D – 882)	long ≥ 13,50 N/mm ² trasv ≥ 11,50 N/mm ²

Si consiglia di utilizzare come modalità di confezionamento il cellophane termoristretto .

12.6 Caratteristiche dell'invio

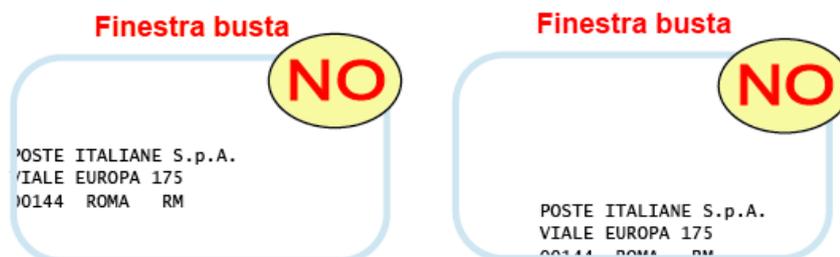
Di seguito sono riportate le caratteristiche standard degli invii consigliate da Poste Italiane.

12.6.1 Scorrimento dell'insero all'interno dell'invio

La presenza di un eccessivo scorrimento dell'insero (foglio) all'interno dell'invio (busta) può causare occultamento delle informazioni poste al di sotto delle finestrelle

È quindi necessario prevedere un opportuno allestimento degli invii in modo da evitare tali problematiche (adeguate dimensioni delle buste rispetto all'insero e delle finestrelle, posizionamento centrale del blocco indirizzo, ecc.)

12.6.2 Adesivi e lembi di chiusura



Occorre porre particolare attenzione alle colle ed agli adesivi utilizzati per l'allestimento degli invii e per la chiusura dei lembi. L'allestimento dell'invio deve assicurare che:

- l'invio non si apra durante le lavorazioni
- non vi sia fuoriuscita di collante

12.7 Blocco indirizzo

12.7.1 Definizione

Si definisce “blocco indirizzo” l’insieme delle righe che compongono l’indirizzo.

Per comodità, nel seguito ci riferiamo al blocco indirizzo come al rettangolo che circonda le righe dell’indirizzo, come mostrato negli esempi seguenti:

MARIO ROSSI VIALE EUROPA 175 00144ROMARM
--

SPETT. ARCHITETTO LUIGI BIANCHI VIA PAISIELLO32 74012MARTINA FRANCATI
--

SALVATOREVERDI VIALE EUROPA 175 00144ROMARM

12.7.2 Blocco Indirizzo Mittente

Solo nel caso in cui il cliente richieda la restituzione fisica degli invii, il blocco indirizzo mittente va apposto sull’invio stesso.

È consigliabile che il blocco indirizzo mittente, che può contenere anche il Logo del Cliente, segua le medesime regole che attengono all’indirizzo del destinatario.

Si precisa che, nei casi in cui il cliente non richieda la restituzione fisica degli invii, il blocco indirizzo mittente non deve essere riportato. Nell’area dedicata può eventualmente essere riportato il Logo del Cliente.

12.7.3 Posizionamento Blocco Indirizzo destinatario

Di seguito sono riportate le specifiche consigliate per il posizionamento del blocco indirizzo:

- Il blocco indirizzo (sia esso stampato direttamente sull’invio oppure su un’opportuna etichetta) deve essere posizionato possibilmente in basso a destra parallelamente al lato maggiore dell’invio.
- Per gli invii confezionati in cellophane si consiglia di utilizzare una delle seguenti tipologie di etichette:
 - Etichetta indirizzo all’interno del cellophane;
 - Etichetta indirizzo incollata esternamente al cellophane;
 - Stampa su cellophane con fascia bianca non trasparente;
 - Stampa dell’indirizzo sull’invio, in apposita area a sfondo bianco.

Di seguito sono riportati alcuni esempi di etichetta e relativo posizionamento sull'invio.

Etichetta adesiva 85 x 40

GENT. DOTT.
MARIO ROSSI
VIALE EUROPA 175
00144 ROMA RM

Etichetta adesiva 85 x 60



GENT. DOTT.
MARIO ROSSI
VIALE EUROPA 175
00144 ROMA RM

FORMATO C4 (324 x 229 mm)



FORMATO C4 Alternativo (324 x 229 mm)



12.7.4 Specifiche Tipografiche del Blocco Indirizzo

Di seguito sono riportate le specifiche tipografiche consigliate per il blocco indirizzo destinatario:

- L'indirizzo deve essere preferibilmente stampato utilizzando un inchiostro ed uno sfondo tale da garantire un adeguato contrasto per garantire

la leggibilità delle informazioni in esso contenute. Si consiglia inchiostro nero su sfondo bianco.

- Il blocco indirizzo deve essere preferibilmente libero da logotipi o scritte estranee (marchi di fabbrica, fincature, scritte in microcaratteri, codici etc).
- È possibile utilizzare stili carattere quali:
 - grassetto, sottolineati o condensati
 - giganti, grafici, gotici, corsivi o simili
 - con abbellimenti (grazie o serif)
 sempre garantendo la leggibilità delle informazioni contenute nel blocco indirizzo.
- È consigliabile utilizzare i seguenti caratteri (font):

Carattere	Dimensioni (pt)	Spaziatura caratteri (pt)	Consigliato	Esempio
Arial	10-12	da 0 (normale) a 0,5 (espansa)	10pt espansa	POSTE ITALIANE VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM
Frankin Gothic Book	10-12	da 0 (normale) a 0,5 (espansa)	10pt espansa	POSTE ITALIANE VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM
Helvetica	10-12	da 0 (normale) a 0,5 (espansa)	10pt espansa	POSTE ITALIANE VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM
Lucida Console	8-12	da 0 (normale) a 0,5 (espansa)	10pt espansa	POSTE ITALIANE VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM
OCR 2-B	10-12	da 0 (normale) a 0,5 (espansa)	10pt espansa	POSTE ITALIANE VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM
Trebuchet MS	10-12	da 0 (normale) a 0,5 (espansa)	10pt espansa	POSTE ITALIANE VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM
Verdana	10-12	da 0 (normale) a 0,5 (espansa)	10pt espansa	POSTE ITALIANE VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM

Di seguito sono riportati alcuni esempi.

Esempio di Blocco Indirizzo

Blocco Indirizzo
Font Lucida Console 12 pt

SI'

POSTE ITALIANE S.p.A.
VIALE EUROPA 175
00144 ROMA RM

Blocco Indirizzo
Font Arial corsivo 10 pt

SI'

POSTE ITALIANE S.p.A.
VIALE EUROPA 175
00144 ROMA RM

Blocco Indirizzo
Font Arial corsivo 14 pt

SI'

POSTE ITALIANE S.p.A.
VIALE EUROPA 175
00144 ROMA RM

Blocco Indirizzo
Font Gill Sans Ultra Bold 12 pt

SI'

POSTE ITALIANE S.p.A.
VIALE EUROPA 175
00144 ROMA RM

Blocco Indirizzo
Font Edwardian Script ITC

NO

POSTE ITALIANE S.p.A.
VIALE EUROPA 175
00144 ROMA RM

Blocco Indirizzo
Inchiostro Giallo su Bianco

NO

POSTE ITALIANE S.p.A.
VIALE EUROPA 175
00144 ROMA RM

12.7.5 Zona di rispetto codici a barre

Per garantire l'individuazione del codice 2D da parte dei sistemi di lettura automatica, in caso di adesione ai Servizi di Rendicontazione, è necessario mantenere una zona di rispetto di almeno 5 mm di larghezza intorno al codice a barre.

Questa zona deve essere di colore bianco.



- 1 Zona bianca: Codice 2D - fascia di almeno 5 mm intorno al codice

Come possiamo aiutarti?



Contattaci

Vai su poste.it nella sezione Assistenza e compila il modulo oppure scrivici sul profilo Twitter PosteSpedizioni e sul profilo Facebook Poste Italiane.



Chiamaci

803.160 per assistenza su Corrispondenza e pacchi, Identità digitale PostelD, servizi Postecert e altri servizi online (numero gratuito, attivo dal lunedì al sabato dalle 8.00 alle 20.00, esclusi i festivi)



Scrivici

Casella Postale 160 – 00144 Roma



Posteitaliane