

SCHEDA TECNICA POSTATARGET CREATIVE

ULTIMO AGGIORNAMENTO GENNAIO 2011

INDICE

DOCUMENTI CITATI	3
1 CARATTERISTICHE GENERALI	3
1.1 OBIETTIVI DI QUALITÀ	3
2 CONDIZIONI D’ACCESSO	4
2.1 COSA SPEDIRE.....	4
2.2 COSA NON SPEDIRE	5
2.3 CONFEZIONAMENTO	6
2.4 QUANTITÀ	6
2.5 FORMATI E DIMENSIONI	6
2.6 MODALITÀ DI ALLESTIMENTO E PRELAVORAZIONE DEGLI INVII.....	7
3 TARIFFE E PREZZI	7
4 MODALITÀ DI AFFRANCATURA E PAGAMENTO	8
4.1 SMA (SENZA MATERIALE AFFRANCATURA).....	8
4.2 MAAF (MACCHINE AFFRANCATRICI)	9
5 LOGO	9
5.1 LOGO SMA.....	9
5.1.1 Logo SMA standard.....	9
5.1.2 Logo SMA personalizzato.....	10
5.2 LOGO MAAF.....	11
6 SERVIZI ACCESSORI	11
6.1 RESO MITTENTE	11
6.2 ALTRI SERVIZI.....	12
7 ACCETTAZIONE E CONTROLLI	12
7.1 CENTRI DI ACCETTAZIONE	13
7.2 ORARIO DI APERTURA E ORE LIMITE DI ACCETTAZIONE	13
8 APPENDICE	15
8.1 TERMINI E DEFINIZIONI	15
8.2 FORMATI BUSTA	15
8.3 MATERIALE BUSTA	16
8.4 MATERIALE DELLA FINESTRA	16
8.5 MATERIALE CARTOLINA.....	16
8.6 MATERIALE FILM PLASTICO	17
8.7 CARATTERISTICHE DELL’INVIO.....	17
8.7.1 Scorrimento dell’inserto all’interno dell’invio.....	17
8.7.2 Adesivi e lembi di chiusura.....	18
8.8 BLOCCO INDIRIZZO.....	18
8.8.1 Definizione	18
8.8.2 Posizionamento Blocco Indirizzo	18
8.8.3 Specifiche Tipografiche del Blocco Indirizzo	19

DOCUMENTI CITATI

- *Allestimento e Prelavorazione della gamma Postarget*
- <http://www.poste.it/postali/cap/indirizzo.shtml>

1 CARATTERISTICHE GENERALI

La gamma di offerta Postarget 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.

Postarget 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.

Il prodotto garantisce la massima personalizzazione di formati e materiali per rendere unica ed indimenticabile ogni occasione di comunicazione.

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.

1.1 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.

Le impostazioni effettuate presso gli Uffici Postali Impresa prevedono il servizio di affrancatura e prelavorazione che viene espletato da Poste Italiane in due giorni lavorativi che si aggiungono ai tempi di recapito dichiarati.

Gli obiettivi di qualità si riferiscono esclusivamente agli indirizzi utili. Sono pertanto esclusi gli invii non recapitabili per:

- indirizzo inesatto
- indirizzo inesistente

*Questo documento è proprietà di **Poste Italiane S.p.A.** società con socio unico che se ne riserva tutti i diritti.*

- 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 e i Centri Provinciali.

2 CONDIZIONI D'ACCESSO

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

- contenuto (2.1 e 2.2) e confezionamento (2.3);
- quantitativi (2.4);
- formati e dimensioni (2.5);
- modalità di allestimento e prelaborazione degli invii (2.6);
- modalità di impostazione (7);
- standard di composizione degli indirizzi (relativamente a struttura, formato e contenuto) riportato sul sito di Poste Italiane (vedi <http://www.poste.it/postali/cap/indirizzo.shtml>).

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. 8).

2.1 COSA SPEDIRE

Postatarget Creative consente di spedire invii di formato e peso identici, destinati a comunicare un messaggio pubblicitario, informativo o di marketing aventi lo stesso contenuto ad eccezione di alcune personalizzazioni (nel rispetto della legge sulla privacy), quali ad esempio:

- i dati del destinatario (nome, cognome e indirizzo completo, numero di telefono fisso o mobile, e-mail, codice fiscale o partita IVA, data di nascita o di anniversario);
- il codice di riferimento del cliente destinatario, dei prodotti/servizi in vendita o altri codici identificativi (alfanumerici o a barre);
- 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.

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 della tariffa finale.

*Questo documento è proprietà di **Poste Italiane S.p.A.** società con socio unico che se ne riserva tutti i diritti.*

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 robuste, plasmabili in forme che rendono più semplice ed economica la postalizzazione) 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.

2.2 COSA NON SPEDIRE

Non è consentito spedire con Postatarget Creative 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 ICI
- Bollettini per pagamenti obbligatori per legge
- Cartelle esattoriali
- Dichiarazioni dei redditi
- Messaggi personali legati alla gestione delle vendite o dei clienti
- 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, pornografici, 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

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

2.3 CONFEZIONAMENTO

E' concessa ampia libertà nella selezione dei materiali per il confezionamento delle spedizioni di Postatarget Creative.

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:

- o impressi sull'invio, purché perfettamente leggibili;
- o 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.

2.4 QUANTITÀ

La quantità minima per accedere alle tariffe di Postatarget Creative è pari a 1.000 pezzi per singola spedizione.

Per singole spedizioni inferiori a 1.000 pezzi sarà facoltà del cliente accedere al servizio Postatarget Creative pagando l'importo equivalente alla spedizione di 1.000 invii alle tariffe pubblicate sul sito internet www.poste.it.

2.5 FORMATI E DIMENSIONI

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

DIMENSIONI	Formato					
	Tutti	Normalizzato	Compatto	Voluminoso	Libero	Extra-formato
	Min	Max	Max	Max	Max	Max
L lunghezza (mm)	140	235	353	353	353	450
H altezza	90	120	250	250	250	450
S spessore	0,15	3	20	50	50	100
P peso (g)	3	20	350	2'000	2'000	2'000

Questo documento è proprietà di **Poste Italiane S.p.A.** società con socio unico che se ne riserva tutti i diritti.

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

Gli invii di formato Normalizzato, Compatto e Voluminoso devono essere di forma rettangolare o quadrata. Gli invii di forma diversa che presentino almeno due lati contigui lineari rientrano nei formati Libero ed Extra-formato.

Possono inoltre accedere al prodotto Postatarget Creative gli invii di forma cilindrica (rotoli) che rispettano le seguenti dimensioni:

DIMENSIONI	Formato	
	Invii di forma cilindrica	
	Min	Max
L lunghezza (mm)	100	750
D diametro (mm)	35	150

2.6 MODALITÀ DI ALLESTIMENTO E PRELAVORAZIONE DEGLI INVII

Le spedizioni di Postatarget Creative devono essere allestite in plichi.

Le specifiche che devono essere rispettate per l'allestimento e la prelavazione delle spedizioni sono contenute nel documento, disponibile sul sito www.poste.it:

Allestimento e Prelavorazione della gamma Postatarget

3 TARIFFE E PREZZI

Le tariffe sono differenziate in funzione del formato, delle quantità spedite e del peso come riportato sul sito internet www.poste.it.

A partire da 10.000 pezzi sono previsti sconti quantità per singola spedizione e singolo cliente, per invii di medesimo scaglione di peso e formato.

Qualora il mittente dichiari di spedire un volume superiore a 500.000 invii annui, cumulabili tra i prodotti PT Card, PT Basic, PT Creative e PT Catalog, potranno essere stipulati specifici accordi con Poste Italiane.

Per i formati non standard si applica una maggiorazione:

- **Formato libero:** a tali invii viene applicata una maggiorazione del 40% rispetto al corrispondente prezzo del formato voluminoso;
- **Extraformato:** maggiorazione del 60% rispetto al corrispondente prezzo del formato voluminoso;
- **Rotolo:** stesse condizioni di prezzo dell'extraformato.

*Questo documento è proprietà di **Poste Italiane S.p.A.** società con socio unico che se ne riserva tutti i diritti.*

Nel caso in cui le spedizioni non siano allestite e prelaborate come previsto nel paragrafo 2.6 saranno applicate le tariffe previste dall'Allegato 1-bis del DM 22/11/2002 e pubblicate sul sito internet www.poste.it, nella sezione Direct Marketing.

4 MODALITÀ DI AFFRANCATURA E PAGAMENTO

Le modalità di affrancatura previste per gli invii di Postatarget Creative sono le seguenti:

- SMA (Senza Materiale Affrancatura) previa sottoscrizione dei relativi moduli d'adesione.
- MAAF (Macchina Affrancatrice), previa la stipula del relativo accordo (modalità non prevista per accordi su base annua).

Gli invii devono in ogni caso presentare il logo del prodotto.

Non è possibile affrancare mediante francobolli.

Per il pagamento degli importi dovuti è possibile utilizzare il conto "BancoPosta ImpresaOnline".

4.1 SMA (SENZA MATERIALE AFFRANCATURA)

Con questa modalità gli oggetti non vengono materialmente affrancati: viene riportato nelle modalità previste il riferimento alla modalità di pagamento convenuta.

Per tale tipologia sono previste le seguenti modalità di pagamento:

- **Anticipato:** il cliente versa un anticipo su specifici conti correnti di Poste Italiane tale da garantire la copertura delle spedizioni previste nel corso del mese.
- **Contestuale:** il cliente deve presentare, all'atto della spedizione, l'attestazione di avvenuto versamento pari al valore della spedizione presentata.
- **Incasso automatico:** addebito dell'importo dovuto direttamente sul conto corrente postale intestato al cliente all'atto della spedizione.

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 5);
- all'interno del blocco indirizzo come prima riga.



4.2 MAAF (MACCHINE AFFRANCATRICI)

Il cliente che intenda utilizzare la macchina affrancatrice per le proprie corrispondenze dovrà procedere al versamento, su specifici conti correnti intestati a Poste Italiane, di un congruo anticipo tale da garantire la copertura delle spedizioni previste nel corso del mese. Il cliente sottoscrive un modulo di adesione a tale modalità di pagamento nel quale viene stabilito in modo univoco il centro di postalizzazione; quest'ultimo può essere modificato solo con apposita richiesta. Il versamento dell'anticipo può essere effettuato secondo le seguenti modalità:

- Bollettino postale;
- Postagio (da conto corrente postale cliente a conto corrente postale di Poste);
- Bonifico Bancario.

5 LOGO

Il prodotto Postatarget Creative deve essere identificato tramite l'apposizione di uno specifico logo che si differenzia a seconda della modalità di pagamento.

5.1 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.

5.1.1 Logo SMA standard

Per il Postatarget Creative 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

Questo documento è proprietà di **Poste Italiane S.p.A.** società con socio unico che se ne riserva tutti i diritti.

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.

E' 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.

5.1.2 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. E' inoltre possibile scomporre l'affrancatura in più colori. Di seguito si riportano alcuni esempi:



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

Questo documento è proprietà di Poste Italiane S.p.A. società con socio unico che se ne riserva tutti i diritti.

5.2 LOGO MAAF

Per le spedizioni con MAAF è previsto l'inserimento del logo seguente:

*postatarget
creative*

Le dimensioni consentite sono:

- 42 x 25 mm
- 35 x 20 mm

Il logo deve essere inserito nell'impronta della macchina affrancatrice, richiedendolo direttamente alle ditte costruttrici.

In alternativa, il logo può essere posizionato sullo stesso lato del blocco indirizzo, a sinistra, stampato o mediante timbro.

Il logo in formato elettronico è disponibile sul sito di Poste Italiane oppure può essere richiesto alle Aree Commerciali Territoriali.



6 SERVIZI ACCESSORI

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

6.1 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:

In particolare, in fase di accettazione, 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.

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 l'esito del controllo fosse negativo, sarà facoltà del cliente procedere al ritiro della spedizione per una sua regolarizzazione ovvero richiederne comunque l'accettazione previo pagamento delle tariffe previste 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.

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. Per ciascuna spedizione il cliente dovrà comunicare in via preventiva a Poste Italiane il numero di pezzi da spedire per ciascun CAP di destinazione.

Per ogni singola spedizione sono richiesti due invii campione (non restituibili) della spedizione.

7.1 CENTRI DI ACCETTAZIONE

L'impostazione della Postatarget Creative, 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;
- **Uffici Postali Impresa**: fino a un massimo di 5'000 invii e comunque per un peso non superiore ai 200 kg per spedizione giornaliera per cliente.

La spedizione deve essere sempre accompagnata dalla distinta di accettazione (mod. 247).

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.

7.2 ORARIO DI APERTURA E ORE 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

- ore 8.30 -15.00 dal Lunedì al Venerdì
- ore 8.30 -12.00 al Sabato* presso i soli centri di Cuneo, Perugia, Trento, Bolzano, Salerno, Roma Romanina

(*) 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 Lamezia Terme);
- ore 11.00 per le strutture di accettazione ubicate presso i Centri Provinciali e i CD;
- ore 13.00 per gli Uffici Postali Impresa.

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.

8 APPENDICE

8.1 TERMINI E DEFINIZIONI

Sigla / Termine	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 della busta senza lembi di chiusura
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

8.2 FORMATI BUSTA

I formati busta standard consigliati sono:

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

8.3 MATERIALE BUSTA

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

CARATTERISTICHE - BUSTA	VALORI
Grammatura (UNI EN ISO 536/98)	$\geq 60 \text{ g/m}^2$
Spessore (EN 20534/94)	$100 \div 150 \text{ }\mu\text{m}$
Opacità (UNI 7624/86)	$\geq 90 \%$
Indice di lacerazione (UNI EN 21974/95)	$\geq 6 \text{ mNm}^2/\text{g}$

8.4 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)	$34 \text{ g/m}^2 \pm 5 \%$
Spessore (ASTM D 374 C)	$32 \text{ }\mu\text{m} \pm 5 \%$
Gloss a 60°(ASTM D 2457/77)	$\leq 60 \%$
Haze (ASTM D 1003/88)	$\leq 25 \%$
Resistenza alla lacerazione (ASTM D 1004– 94) (N/mm di spessore)	Long $\geq 50 \text{ N/mm}$ Trasv $\geq 30 \text{ N/mm}$

8.5 MATERIALE CARTOLINA

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

CARATTERISTICHE - CARTOLINA	VALORI
Grammatura (UNI EN ISO 536/98)	$180 \div 500 \text{ g/m}^2$
Spessore (EN 20534/94)	$150 \div 300 \text{ }\mu\text{m}$
Resistenza a flessione (UNI 9070/94)	$\geq 44,0 \text{ mN}$
Indice di lacerazione (UNI EN 21974/95)	$\geq 6 \text{ mNm}^2/\text{g}$

8.6 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.

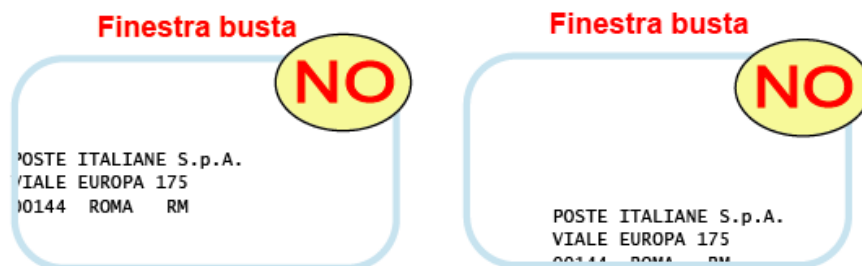
8.7 CARATTERISTICHE DELL'INVIO

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

8.7.1 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

E' 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.).



Questo documento è proprietà di **Poste Italiane S.p.A.** società con socio unico che se ne riserva tutti i diritti.

8.7.2 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

8.8 BLOCCO INDIRIZZO

8.8.1 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 00144 ROMA RM
--

SPETT. ARCHITETTO LUIGI BIANCHI VIA PAISIELLO 32 74012 MARTINA FRANCA TA

SALVATORE VERDI VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM
--

8.8.2 Posizionamento Blocco Indirizzo

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.



8.8.3 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).
- E' possibile utilizzare stili carattere quali:
 - o grassetto, sottolineati o condensati
 - o giganti, grafici, gotici, corsivi o simili
 - o con abbellimenti (grazie o serif)

Questo documento è proprietà di **Poste Italiane S.p.A.** società con socio unico che se ne riserva tutti i diritti.

sempre garantendo la leggibilità delle informazioni contenute nel blocco indirizzo.

- E' consigliabile utilizzare i seguenti caratteri (font):

Carattere	Dimensione (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
Franklin 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)	12pt 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	
<p>Blocco Indirizzo Font Lucida Console 12 pt</p> <p>POSTE ITALIANE S.p.A. VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM</p> <p>SI'</p>	<p>Blocco Indirizzo Font Arial corsivo 10 pt</p> <p>POSTE ITALIANE S.p.A. VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM</p> <p>SI'</p>

Questo documento è proprietà di **Poste Italiane S.p.A.** società con socio unico che se ne riserva tutti i diritti.

<p>Blocco Indirizzo Font Arial corsivo 14 pt</p> <p>POSTE ITALIANE S.p.A. VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM</p> <p>SI'</p>	<p>Blocco Indirizzo Font Gill Sans Ultra Bold 12 pt</p> <p>POSTE ITALIANE S.p.A. VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM</p> <p>SI'</p>
<p>Blocco Indirizzo Font Edwardian Script ITC</p> <p><i>POSTE ITALIANE S.p.A.</i> <i>VIALE EUROPA 175</i> <i>00144 ROMA RM</i></p> <p>NO</p>	<p>Blocco Indirizzo Inchiostro Giallo su Bianco</p> <p>POSTE ITALIANE S.p.A. VIALE EUROPA 175 00144 ROMA RM</p> <p>NO</p>