

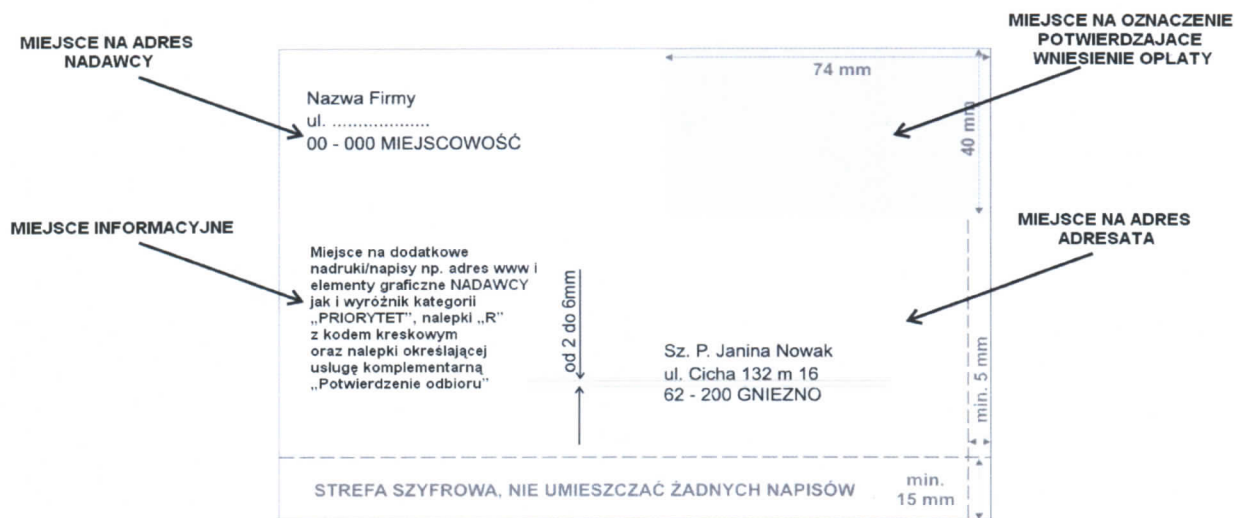
Wymagania w zakresie adresowania i opakowania przesyłek listowych**Opakowanie przesyłek listowych**

1. Opakowanie przesyłek listowych mogą stanowić koperty wykonane z papieru z okienkiem lub bez.
2. Nie należy stosować kopert w ciemnych kolorach oraz wykonanych z błyszczącego lub kredowego papieru, które uniemożliwiają Wykonawcy czytelne nanoszenie datownika oraz kodu kreskowego identyfikującego adresata.
3. Przesyłki listowe niezawierające korespondencji mogą być nadawane w opakowaniu wykonanym z folii, o ile umożliwi to naniesienie przez Wykonawcę niezbędnych oznaczeń (jw.).

Oznakowanie przesyłek listowych i reklamowych

1. Strona adresowa kopert dzieli się na:
 - 1) pole nadawcy,
 - 2) pole znaczkowe,
 - 3) pole adresowe,
 - 4) strefę szyfrową.
2. Pole nadawcy przeznaczone jest do umieszczenia: adresu nadawcy, znaku firmowego nadawcy, reklamy nadawcy, ilustracji oraz adnotacji pocztowych wykonanych w formie nalepek, stempli lub odręcznych napisów – górna lewa część strony adresowej przesyłki.
3. Pole znaczkowe przeznaczone jest do umieszczania oznaczenia potwierdzającego wniesienie opłaty za usługę – górna prawa część strony adresowej przesyłki. Oznaczenie to powinno być w sposób trwały i czytelny umieszczone na przesyłce.
4. Pole adresowe przeznaczone jest na umieszczenie adresu adresata łącznie z aktualnym kodem pocztowym (w polu nie należy umieszczać innych treści np.: reklamy nadawcy) – dolna prawa część strony adresowej przesyłki. Adres ten powinien w sposób jednoznaczny wskazywać adresata i miejsce doręczenia, nie może zawierać skrótów i niepełnych danych adresowych tj. brak nazwy ulicy/miejscowości, nr domu/lokalu, czy oznaczenia kodowego (w przypadku przesyłek zagranicznych – kraju przeznaczenia). Adres powinien być umieszczony w sposób trwały i czytelny, bez skreśleń i poprawek. W przypadku stosowania jako opakowania przesyłki listowej koperty z przezroczystym okienkiem adresowym, do przemieszczania i doręczania przyjmowana jest wyłącznie przesyłka, której zawartość złożona jest w taki sposób, aby adres pozostawał całkowicie widoczny przez okienko, nawet jeśli zawartość przesunie się wewnątrz koperty. Okienko adresowe powinno znajdować się w dolnej prawej części strony adresowej koperty. W okienku adresowym należy umieszczać czytelną informację identyfikującą wyłącznie adresata przesyłki. W przypadku tego typu opakowań niedozwolone jest również umieszczanie na okienku adresowym etykiet samoprzylepnych z naniesioną informacją o adresacie.
5. Strefa szyfrowa (kodowa) przeznaczona jest wyłącznie do umieszczenia przez wykonawcę zaszyfrowanej w kodzie kreskowym informacji o adresie adresata (w strefie szyfrowej nie umieszcza się żadnych napisów, nadruków, rysunków lub nalepek) – dolna część strony adresowej przesyłki.
6. Adres nadawcy i adresata umieszcza się na przesyłkach listowych równolegle do dłuższej krawędzi strony adresowej przesyłki.
7. Część strony adresowej koperty pomiędzy adresem nadawcy a strefą szyfrową, nazwana umownie przez Wykonawcę miejscem informacyjnym to miejsce, gdzie Zamawiający może umieszczać dodatkowe nadruki/napisy np. adres www, elementy graficzne.
8. W przypadku przesyłek listowych nieregistrowanych i przesyłek poleconych miejsce informacyjne jest również przeznaczone na umieszczenie nalepki (napisu, nadruku) wyróżnika kategorii „PRIORYTET”, a w przypadku przesyłek poleconych dodatkowo nalepki „R” z kodem kreskowym oraz nalepki określającej usługę komplementarna „Potwierdzenie odbioru”.

Wzór prawidłowo zaadresowanej przesyłki listowej nierejestrowanej
i przesyłki poleconej w obrocie krajowym



Załącznik nr 2

Zestawienie ilościowo - wartościowe przesyłek w obrocie krajowym nadanych w dniu

Nazwa firmy

Adres

Forma opłaty za przesyłki:...../Umowa nr z dnia

Przedział wagowy	Przesyłki listowe nierejestrowane					
	ekonomiczne			priorytetowe		
	liczba	cena jednostkowa	łącznie wartość	liczba	cena jednostkowa	łącznie wartość
GABARYT A						
do 50 g						
ponad 50 do 100 g						
ponad 100 do 350 g						
ponad 350 do 500 g						
ponad 500 do 1000 g						
ponad 1000 do 2000 g						
GABARYT B						
do 50 g						
ponad 50 do 100 g						
ponad 100 do 350 g						
ponad 350 do 500 g						
ponad 500 do 1000 g						
ponad 1000 do 2000 g						
Razem						

Przedział wagowy	Przesyłki Reklamowe		
	liczba	cena jednostkowa	łącznie wartość
GABARYT A			
do 50 g			
ponad 50 do 100 g			
ponad 100 do 350 g			
ponad 350 do 500 g			
ponad 500 do 1000 g			
ponad 1000 do 2000 g			
GABARYT B			
do 50 g			
ponad 50 do 100 g			
ponad 100 do 350 g			
ponad 350 do 500 g			
ponad 500 do 1000 g			
ponad 1000 do 2000 g			
Razem			

Nazwa firmy
 Adres
 PNA, miasto

Zestawienie ilościowo- wartościowe przesyłek nierejestrowanych w obrocie zagranicznym nadanych w dniu

Przedział Wagowy	Przesyłki listowe nierejestrowane												
	EKONOMICZNE				PRIORYTETOWE								
	Kraje europejskie (łącznie z Cyprem, całą Rosją i Izraelem)		Kraje pozaeuropejskie		STREFA "A"		STREFA "B"		STREFA "C"		STREFA "D"		
	liczba	wartość	liczba	wartość	liczba	wartość	liczba	wartość	liczba	wartość	liczba	wartość	
do 50 g													
ponad 50 do 100 g													
ponad 100 do 350 g													
ponad 350 do 500 g													
ponad 500 do 1000 g													
ponad 1000 do 2000 g													
ponad 2000 do 2500 g													
ponad 2500 do 3000 g													
ponad 3000 do 3500 g													
ponad 3500 do 4000 g													
ponad 4000 do 5000 g													
w tym: Usługi specjalne													
ekspres													
Razem usługi specjalne													
Razem													

Przekazał/a..... Odebrał/a.....
 Data i godzina odbioru/przekazania.....