

Instrukcja opakowywania i oznakowania przesyłek listowych w obrocie krajowym opracowana na podstawie:

Rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 9 stycznia 2004 roku w sprawie wykonywania powszechnych usług pocztowych (Dz. U. z 2004 roku Nr 5 poz. 34 ze zm.) Polskiej Normy PN-T-85004-Koperty listowe i kartki pocztowe (Podział i rezerwacja strony adresowej).

I.OPAKOWANIE PRZESYŁEK LISTOWYCH

- 1.Opakowanie przesyłek listowych zawierających korespondencję 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 operatorowi czytelne nanoszenie datownika oraz kodu kreskowego identyfikującego adresata.
- 3.Przesyłki listowe nie zawierające korespondencji mogą być nadawane w opakowaniu wykonanym z folii, o ile umożliwia to naniesienie niezbędnych oznaczeń (jw.).
- 4.Przesyłki listowe zawierające korespondencję powinny być nadawane w stanie zamkniętym.

II.OZNAKOWANIE PRZESYŁEK LISTOWYCH

1. Strona adresowa kopert listowych dzieli się na :
 - a. Pole nadawcy
 - b. Pole znaczkowe
 - c. Pole adresowe
 - d. 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 do umieszczania znaku opłaty pocztowej: znaczka pocztowego lub oznaczenia służącego do potwierdzenia wniesienia opłaty za usługę (informacja o formie opłaty: bezgotówkowej, zaliczkowej, skredytowanej, przerzuconej na

adresata) - górna prawa część strony adresowej przesyłki. Znak opłaty pocztowej powinien być w sposób trwały i czytelny umieszczony na przesyłce.

4. Pole adresowe przeznaczone na umieszczenie adresu adresata łącznie a aktualnym kodem pocztowym (w polu nie należy umieszczać innych treści np.: reklamy nadawcy)-dolna prawa część strony adresowej przesyłki. Informacja identyfikująca adres powinna 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 (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, gdy adres jest całkowicie widoczny w polu okienka, a zawartość przesyłki 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 i nie zamieszczać obok lub powyżej -danych nadawcy.

W przypadku tego typu opakowań niedozwolone jest również umieszczanie na okienku adresowym etykiet samoprzylepnych z naniesioną informacją o adresacie.

5. Strefa szyfrowa przeznaczona jest wyłącznie do umieszczenia przez pocztę zaszyfrowanej w kodzie kreskowym informacji o adresie adresata (w strefie szyfrowej nie należy umieszczać żadnych napisów)-dolna część strony adresowej przesyłki.

Załącznik Nr 4 do umowy

Imię i nazwisko (nazwa) oraz adres nadawcy

Lp.	ADRESAT {imię i nazwisko lub nazwa)	Dokładne miejsce doręczenia	Wartość Kwota		Masa		Nr nadawczy	Uwagi	Opłata		Kwota pobrania
			zł	gr	kg	g			zł	gr	
1	2	3	4	5	6	7	8	9			
Z przeniesienia					Z przeniesienia						
Do przeniesienia											

Zestawienie ilościowo – wartościowe
przesyłek w obrocie krajowym nadanych w dniu

Nazwa firmy: Starostwo Powiatowe w Aleksandrowie Kujawskim

Adres: ul. Słowackiego 8, 87-700 Aleksandrów Kujawski

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

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