

Gentili Distributori e punti vendita,

di seguito l'Associazione Assopostale esterna il pensiero delle società **Globe Postal Service** e **Friend Post**, allo scopo di fornirvi elementi utili a mantenere un atteggiamento lecito nei confronti del mercato postale degli **stickers** (alternativi al tradizionale francobollo) che consentono di veicolare corrispondenza in Italia e nel mondo.

Entrambe le società sono leader di questo mercato postale che, negli anni, è stato regolamentato grazie alla loro solerzia per il tramite dell'Autorità **AGCOM**, fino a sconfessare la passività **dell'ex monopolista** nei riguardi di un mercato reputato antico e quindi destinato a scomparire.

Dal 2017 entrambi gli operatori hanno infatti spedito in tutto il mondo oltre **20 milioni** di lettere e cartoline, realizzando sul territorio una rete di **migliaia di punti vendita** col supporto di agenti e distributori locali: lo sticker postale, alternativo al francobollo, ha quindi risvegliato le emozioni di milioni di consumatori, generando per aziende, attività commerciali, liberi professionisti e dipendenti, un valore economico prossimo a **10 Milioni** di euro in **tre anni!**

La crescita economica e quella emotiva rappresentano valori importanti di cui dobbiamo andare fieri, è quindi nostro dovere tutelarle ed accrescerle mettendo in campo atteggiamenti utili ad espandere la credibilità del nostro mercato di riferimento.

Prima ancora delle Istituzioni competenti è quindi nostro dovere tutelare questo mercato smarcandolo da operatori **free rider**, che **abbattono la nostra credibilità** di operatori alternativi a Poste Italiane, a causa di condotte nocive per i consumatori e per il nostro business.

In caso di nuove aggressioni del mercato da parte di operatori diversi da Globe Postal Service e Friend post, vi chiediamo di verificare sempre:

1. La licenza postale dell'operatore (vi chiediamo di comunicarcela per verificarne la validità all'interno dei registri detenuti dal Ministero dello Sviluppo Economico);
2. Il possesso da parte dell'operatore di una propria cassetta delle lettere, alternativa a quella di GPS, di Friend Post e della stessa Poste Italiane, dal momento che **NON** esistono accordi che permettono l'utilizzo delle cassette delle lettere di Poste Italiane. Affermare il contrario è una **FRODE**;
3. Se esiste un sito internet dell'operatore. In caso affermativo vi chiediamo di verificare (o di darci la possibilità di verificare) se sul medesimo sono pubblicate la carta dei servizi ed una ckeck list delle cassette delle lettere installate in Italia e destinate alla raccolta della corrispondenza;
4. Se l'operatore è in possesso di un proprio materiale di merchandising sul quale, ricordiamo, **NON** deve mai essere presente la dicitura **stamp**.

Infine vi chiediamo di dubitare di prezzi d'acquisto e di vendita eccessivamente convenienti dal momento che questo mercato prevede dei costi imposti che devono essere sostenuti dagli operatori al fine di recapitare **TUTTA** la corrispondenza raccolta: vendere **sottocosto** costituisce innanzitutto un **reato**, e nel nostro settore è facile dimostrare quali operatori **NON** recapitano tutta la corrispondenza raccolta.

E' altrettanto **reato** violare uno soltanto degli obblighi menzionati dal punto 1 al punto 4.

Certi della vostra comprensione, e dell'utilità di questo piccolo vademecum, vi auguriamo buon lavoro.


Cristiana Di Grazia GPS


Stefano Paniconi GPS


Maurizio Gallini Friend Post