Warszawa, 30.03.2020 r.

OD: Polskie Stowarzyszenie Marketingu SMB
Magdalena Brzeska - Prezes Zarządu
ul. Czerska 8/10
00-732 Warszawa

Szanowna Pani Starosto,

w imieniu działającej przy Polskim Stowarzyszeniu Marketingu SMB Rady ds. rynku Direct Mail reprezentującej branżę dystrybutorów gazetek, ulotek informacyjnych, katalogów i przesyłek pocztowych zwracam się z uprzejmą prośbą o zapoznanie się z poniższymi informacjami i ich rozpowszechnienie w podległych strukturach samorządowych.

Zauważyliśmy pierwsze niepokojące sygnały o obawach niektórych włodarzy miast - wynikających zapewne z dezinformacji lub niepełnej wiedzy – dotyczących bezpieczeństwa dostarczanych mieszkańcom papierowych materiałów informacyjnych. Dlatego też zależy nam na przekazaniu wszystkim zainteresowanym rzetelnych informacji dotyczących procesu produkcji i dystrybucji tego typu przesyłek.

Ulotki, broszury i katalogi to istotne źródło informacji zwłaszcza dla osób starszych, które w mniejszym stopniu korzystają z Internetu. Są ważnym mechanizmem informacyjnym, czego świadomość potwierdza chociażby ostatnia kampania rządowa, w ramach której Poczta Polska dostarcza do skrzynek 15 milionów broszur z informacjami i zaleceniami na temat koronawirusa. Otrzymują je też m.in. kierowcy na stacjach paliw PKN Orlen.

Branża producentów i dystrybucji przesyłek bezpośrednich zatrudnia blisko 10 000 osób. Tzw. “pracownicy ostatniej mili” to często osoby o niższych kwalifikacjach lub takie, które z różnych względów nie mogą podjąć innej pracy. Do tej pory rynek był w stanie zapewnić im stałe zadania i przychody.

Dokładamy wszelkich starań, aby branża cieszyła się zaufaniem konsumentów i partnerów biznesowych. Robimy wszystko, żeby zagwarantować naszym pracownikom i odbiorcom drukowanych materiałów informacyjnych najwyższe standardy higieny. Dlatego postanowiliśmy uruchomić akcję „CZYSTA KLAMKA”, która ma na celu zapewnienie bezpieczeństwa odbiorcom ulotek i broszur.

W akcji „CZYSTA KLAMKA” uczestniczą dystrybutorzy drukowanych materiałów informacyjnych przestrzegający najwyższych standardów higieny w ramach cyklu produkcji i doręczeń. Oto najważniejsze założenia naszej inicjatywy:

- Po wydrukowaniu materiały przekazywane są do doręczenia dopiero po bezpiecznym okresie ich “kwarantanny”;
- Każde dostarczenie materiałów poprzedzone jest przetarciem odpowiednim środkiem sanityzującym:

  - wszystkich klamek i przycisków domofonu na drodze dystrybutora,
  - wszystkich skrzynek pocztowych, do których doręczane są materiały promocyjne.

- Dodatkowo doręczyciele korzystają z rękawiczek ochronnych dezynfekowanych przed i po wyjściu z klatek schodowych.

Mamy nadzieję, że w obliczu nadchodzącego kryzysu gospodarczego będziemy mogli liczyć na Państwa zrozumienie i nieutrudnianie procesu dostarczania mieszkańcom materiałów drukowanych szczególnie, że w obecnym czasie wdrożyliśmy środki bezpieczeństwa co najmniej takie jak stosowane przez dostawców przesyłek kurierskich czy jedzenia z dowozem. Zapewni to szansę dotarcia m.in. do osób wykluczonych cyfrowo, a równocześnie pozwoli na zachowanie stanowisk pracy, co w tym okresie jest szczególnie ważne.

Akcja prowadzona jest przez Radę ds. rynku Direct Mail przy Polskim Stowarzyszeniu Marketingu SMB i ma na celu zapewnienie bezpieczeństwa kolporterom i odbiorcom drukowanych materiałów promocyjnych oraz profesjonalizację branży.

Inicjatorami akcji są:

W przypadku pytań zapraszamy do kontaktu ze Stowarzyszeniem pod adresem e-mail stowarzyszenie@smb.pl

Z poważaniem

Magdalena Brzeska

Prezes Zarządu
Polskie Stowarzyszenie Marketingu SMB