

## Generazione Poste

Le sensazioni e le impressioni di quattro giovani neoassunti:  
«L'Azienda punta su di noi, è il posto giusto dove crescere»



IL PERSONAGGIO

**Flavio Insinna**

«Con Poste una lunga storia d'amore»

P 23

L'ANALISI

**Il motore dell'Italia**

Ecco l'impegno della nostra Azienda per il Sistema Paese

P 6-7

REPORTAGE

**L'Aquila**

Poste in prima linea a dieci anni dal sisma

P 8-9



All'interno il poster della Nazionale di Poste Italiane da staccare e conservare e le "figurine" dei giocatori selezionati



# sommario

## dentro la notizia

A Roserio la macchina che stupisce l'Europa  
p. 4-5

## l'analisi

L'impegno dell'Azienda per trainare il Paese  
p. 6-7

## reportage

L'Aquila e Poste rinascita comune  
p. 8-9



## primo piano

Generazione Poste: i giovani neoassunti  
p. 10-11

## l'iniziativa

Comincia il cammino della nostra Nazionale  
p. 12-16

## formazione

Prima le persone: ci pensano i robot  
p. 17

## l'approfondimento

Il valore delle lettere dal carcere  
p. 18-19

## noi

Arte, filatelia e motori: ecco le nostre storie  
p. 20-21

## assicurazioni

Annarita, una pensione e un futuro assicurato  
p. 22

## il personaggio

Flavio Insinna e BancoPosta il legame parte da lontano  
p. 23

## news da Poste

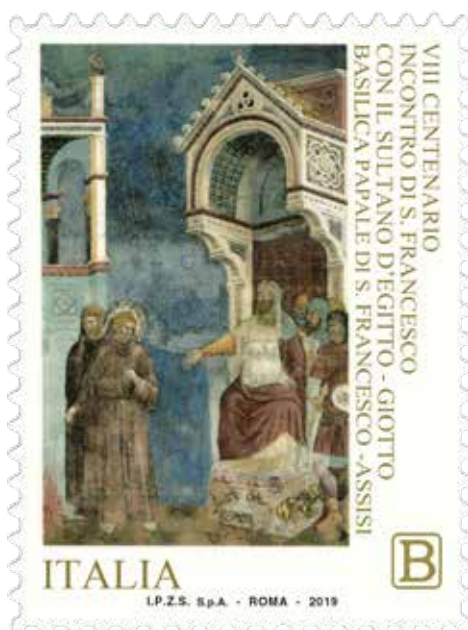
Dai Libretti Postali ai minori alla novità di Poste Delivery  
p. 24-25

## welfare

Indichiamo ai nostri figli quale strada prendere  
p. 26

## filatelia

Un francobollo per San Francesco  
p. 27



DIRETTORE EDITORIALE  
GIUSEPPE LASCO

COMITATO EDITORIALE  
PAOLO IAMMATTEO  
GIORGIA BUONCRISTIANI  
ANDREA BUTTITA  
FEDERICA DE SANCTIS  
VINCENZO GENOVA  
ANGELO GIULIANO  
LUIGI MIDOLO  
ROBERTA MORELLI  
ORNELIA NARCISI  
CRISTINA QUAGLIA

DIRETTORE RESPONSABILE  
GIUSEPPE CAPORALE

REDAZIONE  
RICCARDO PAOLO BABBI  
MARIANGELA BRUNO  
ANGELO LOMBARDI  
ERNESTO TACCONE

GRAFICA ED EDITING  
AGENZIA  
GIORNALISTICA  
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI  
ARCHIVIO STORICO  
DI POSTE ITALIANE  
MARCO MASTROIANNI  
9COLONNE  
ANSA  
iStock.com

HANNO COLLABORATO  
A QUESTO NUMERO  
FILIPPO CAVALLARO  
CONCETTA GELARDI  
MARCELLO LARDO  
PAOLO PAGLIARO  
ALESSANDRO PASQUIN  
LUISA SAGRIPANTI  
ANDREA VOLTOLINA

POSTE NEWS  
REGISTRAZIONE  
TRIBUNALE DI ROMA  
N.63/2018  
DEL 22 MARZO 2018

STAMPA  
POSTEL S.P.A.  
VIA CAMPOBELLO 43  
00071 POMEZIA (RM)



CHIUSO IN REDAZIONE  
IL 20 MARZO 2019

# come eravamo



Un terminale video del Centro di Elaborazione Dati a Roma negli anni Ottanta.



Lavorazione dei pacchi nel centro "Poste-Ferrovia" della stazione Termini, a Roma, negli anni Sessanta.



Attività filateliche in occasione dell'emissione dei francobolli dedicati a Michelangelo negli anni Sessanta.



Un distributore di cartoline all'esterno del Palazzo delle Poste di Piazza San Silvestro, a Roma, alla fine degli anni Cinquanta.



## focus

# Del Fante: «Prepariamo il futuro»

**OBIETTIVI RAGGIUNTI** L'Amministratore delegato di Poste Italiane ha illustrato i dati della relazione annuale 2018 con un utile netto cresciuto quasi del 100%: «Il piano Deliver 2022 è fatto di molti piccoli passi che produrranno risultati concreti di trimestre in trimestre». E nel giorno della presentazione dei conti il titolo vola in Borsa



**T**utti gli obiettivi finanziari indicati per il 2018 sono stati centrati, sia a livello di Gruppo che in tutti i settori di business. Matteo Del Fante, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Poste Italiane, ha illustrato lo scorso 19 marzo i dati contabili della Relazione Finanziaria Annuale, che nella giornata di approvazione dei conti hanno spinto il titolo in Borsa su livelli storici. «Un risultato complessivo di gruppo - ha spiegato Del Fante - raggiunto grazie a una più incisiva azione di efficientamento e a una forte crescita dell'utile operativo, trainato da una costante crescita dei ricavi e da una ridotta dipendenza dalle plusvalenze. I risultati per il 2018 hanno anche evidenziato il miglioramento della nostra leva operativa, e l'incremento dei ricavi si è tradotto in un incremento dell'utile operativo. La solidità dello stato patrimoniale, caratterizzato da basso indebitamento, ha trasmesso lo stesso impatto a livello di utile netto». In evidenza positiva i Ricavi di Gruppo pari a 10,864 miliardi di euro (+2,2% rispetto al 2017), il risultato operativo in rialzo a 1,499 miliardi (+33,5% sul dato precedente), mentre l'utile netto è cresciuto a 1,399 miliardi (+709 milioni sul 2017). Grazie a questa performance, il Consiglio di Amministrazione presieduto da Maria Bianca Farina ha deliberato di proporre alla prossima assemblea la distribuzione di un dividendo pari a 0,441 euro ad azione, in aumento del 5% rispetto a quello dello scorso anno. «Questi risultati sono stati determinati dalla trasformazione prevista dal piano Deliver 2022, che consentirà a Poste Italiane di capitalizzare sulle opportunità di crescita del mercato - ha proseguito l'Ad - tale programma prevede anche la trasformazione del nostro core business di Corrispondenza e Pacchi per sfruttare la rapida crescita dell'e-com-

merce, con l'espansione della nostra offerta di prodotti finanziari e assicurativi nell'ambito di una rete distributiva senza pari, nonché le continue opportunità di una crescita create dalla convergenza fra pagamenti digitali e telecomunicazioni mobili». «Nel 2019 si assisterà ad un incremento costante dei ricavi, dei margini e degli utili - ha concluso Del Fante - il nostro piano è fatto di molti piccoli passi che produrranno risultati concreti di trimestre in trimestre. Siamo lieti dei progressi registrati nel primo anno e continuiamo ad essere concentrati sui traguardi che ci siamo prefissati, alla luce della profonda trasformazione operativa ancora in atto».

Più in dettaglio, i risultati consolidati per il 2018 evidenziano attività finanziarie totali pari a 514 miliardi di euro (+4 miliardi rispetto a dicembre 2017), grazie ad una raccolta netta di 1,6 miliardi che ha ricevuto un consistente contributo dal settore retail (3,5 miliardi), nonostante un contesto di mercato volatile.

Nel 2018, inoltre, il gruppo Poste Italiane ha registrato spese per investimenti pari a 538 miliardi, in linea con gli obiettivi del piano Deliver 2022. Nel settore dei Servizi Finanziari si sono registrati ricavi 2018 pari a 5,221 miliardi di euro (+4,2% rispetto al 2017) e un utile operativo di 859 milioni (+33,1%), «grazie ad un am-

pliamento dell'offerta di prodotti e all'impegno commerciale che hanno trainato la crescita delle attività finanziarie totali e volumi record di prodotti», ha spiegato l'Amministratore delegato. Nei Servizi Assicurativi i ricavi 2018 sono stati pari a 1,47 miliardi di euro (+1% rispetto al 2017), con utile operativo pari a 866 milioni (+8,4%), grazie alla leadership nel ramo Vita e al costante ribilanciamento verso attività a basso assorbimento di capitale e nel ramo Danni. Nel comparto dei Pagamenti, Mobile e Digitale i ricavi per il 2018 sono risultati pari a 592 milioni di euro (+11,4%) mentre l'utile operativo è stato pari a 204 milioni (+4,7%), grazie ad un incremento delle carte e

delle operazioni e a un aumento di utenti di telefonia mobile e fissa.

Sempre nel 2018, i ricavi provenienti dal comparto Corrispondenza, Pacchi e Distribuzione sono diminuiti dell'1,4% a 3,58 miliardi di euro. Sono invece cresciuti del 27,8% i ricavi da attività di recapito pacchi, che hanno raggiunto i 761 milioni nel 2018. In questo ambito, l'Azienda continuerà anche nel 2019 a portare a termine la realizzazione del modello unificato di consegne (Joint Delivery Model), che vedrà la riorganizzazione di circa altri 405 centri di consegna nel corso dell'anno, oltre ai 350 riorganizzati nel 2018, e a completare la trasformazione dei sistemi di smistamento di corrispondenza e pacchi, con lo scopo di incrementare l'efficienza e la qualità del processo. Inoltre, nel contesto del processo di modernizzazione della sua flotta di veicoli, il Gruppo si sta dotando progressivamente di scooter elettrici a tre ruote per le consegne, per migliorare la sicurezza sul lavoro e adottare forme di trasporto ecologiche. ●

DI ERNESTO TACCONE

## Principali dati finanziari di Gruppo per il 2018

		Variazione rispetto al 2017
Ricavi di Gruppo	10,864 miliardi	+2,2%
Totale costi operativi	9,366 miliardi	-1,5%
Risultato operativo	1,499 miliardi	+33,5%
Utile netto	1,399 miliardi	+709 milioni

(Valori in euro)

## Performance dei settori operativi nel 2018

	Utile operativo	Variazione rispetto al 2017
Corrispondenza pacchi e distribuzione	-430 milioni	+16,7%
Pagamenti, Mobile e Digitale	204 milioni	+4,7%
Servizi finanziari	859 milioni	+33,1%
Servizi assicurativi	866 milioni	+8,4%

(Valori in euro)



# dentro la notizia

**LOGISTICA** L'AD Matteo Del Fante ha visitato con una delegazione dell'Azienda il Centro di Meccanizzazione Postale di Roserio, dove c'è il sistema di smistamento di pacchi e plichi MPKS, che rappresenta un'eccellenza nel Continente, anche in termini di precisione ed efficienza: da qui partono migliaia di spedizioni per tutto il Paese

## Nessuno come Poste in Europa: ecco il super impianto di Milano

**T**remilacinquecento metri quadri di tecnologia, ottanta persone addette allo smistamento: è questo il biglietto da visita dell'MPKS (Multisorting Packets System), il sistema di smistamento pacchi e plichi (tracciati e non tracciati) che domina il Centro di Meccanizzazione Postale di Milano Roserio. Quello di Poste Italiane è il primo impianto in Europa per la lavorazione multiprodotto e multiclasse: vanta un sofisticato livello di automazione e un sistema di monitoraggio e supervisione di altissima precisione ed efficienza, che consente all'Azienda di sostenere il boom delle spedizioni legate all'e-commerce, smistando quotidianamente fino a 250mila pacchi. Per ammirare da vicino questa macchina quasi unica, l'Amministratore Delegato di Poste Italiane Matteo Del Fante si è recato a febbraio in visita al CMP, accompagnato da Massimo Rosini, responsabile Posta, Comunicazione, Logistica, da Fabrizio Petricca, responsabile gestione operativa di PCL, da Fabio Cicuto, responsabile Macro Area Lombardia e da Emanuele Fontana, responsabile del CMP di Roserio. L'MPKS è il punto di partenza del percorso di consolidamento della rete di smistamento di pacchi e oggetti di posta "parcel-like" di Poste Italiane che prevede, entro il 2020, l'installazione di altri tre impianti di tecnologia simile oltre che il potenziamento

e l'ammodernamento degli hub di smistamento SDA. Da Roserio i pacchi vengono portati verso gli uffici dogana e verso l'aeroporto di Brescia Montichiari, da dove partono per raggiungere il Centro e il Sud d'Italia. Il Centro di Meccanizzazione Postale di Milano Roserio è stato riconvertito nel 2017 per lo smistamento dei pacchi acquistati online: una centrale operante 24 ore su 24, che garantisce una stima di volumi annuali di 35.000.000 di pezzi. Numeri da capogiro, che testimoniano l'efficienza dell'investimento voluto da Poste Italiane su questo impianto. Tra dicembre e

febbraio sono stati smistati mediamente 30.000 pezzi al giorno di Raccomandate ed Exprim, 40.000 pezzi al giorno di Promopacco e Crono Plus e 40.000 plichi stampa (a impressionare sono anche i numeri relativi ai valori di picco, con 50.000 pezzi al giorno dei vari materiali). La velocità di smistamento garantita dall'MPKS non ha eguali: 18.000 pezzi all'ora nominali e 15.000 pezzi l'ora di portata operativa. Un'autostrada della corrispondenza accanto alla quale i muletti e il personale di Poste Italiane non si fermano mai: i carton pallet vengono scaricati, i pacchi vengono immessi manualmente sul nastro di distribuzione, che li smista velocemente verso il sistema OCR (Optical Character Recognizer) dove vengono incanalati su un anello di binari, che li indirizza alle buche corrispondenti al centro in cui dovranno pervenire. Il tutto in perfetta sincronia. ●

DI RICCARDO PAOLO BABBI







**LA DELEGAZIONE** L'AD Matteo Del Fante al CMP di Roserio, accompagnato da Massimo Rosini, responsabile PCL, Fabrizio Petricca, responsabile gestione operativa di PCL, Fabio Cicuto, responsabile Macro Area Lombardia, ed Emanuele Fontana, responsabile del CMP di Roserio. L'impianto è il primo in Europa per la lavorazione multiprodotto e multiclasse



### I numeri dell'MPKS del CMP di Roserio

**3.500 mq** di area

**253 m** lineari di macchinario

**80** lavoratori addetti

Tipologia prodotti e volumi (dicembre-febbraio)

- Raccomandate e Exprès Inbound **30.000 pz/g**
- Promopacco e Crono Plus **40.000 pz/g**
- Plichi stampa **40.000**

Velocità/ tempi smistamento

- **18.000 pz/h** nominali
- **15.000 pz/h** portata operativa

Stima volumi annuali

**35 milioni pz**



# l'analisi

# Poste, il motore che fa crescere l'Italia

**IL RUOLO** Dalla circolazione delle prime lettere, 150 anni fa, all'evoluzione dei pagamenti digitali fino all'erogazione del reddito di cittadinanza: non c'è in Italia impresa che concentri su di sé compiti tanto diversi, proponendosi come una sorta di "casa dei servizi pubblici" e assicurando processi di rinnovamento nel segno della coesione

**I** Carabinieri, la scuola elementare, le ferrovie e le Poste: lo Stato unitario si è costituito su questi quattro pilastri e su questi per molto tempo ancora è destinato a reggersi. Naturalmente con gli opportuni aggiornamenti, anche lessicali. Oggi infatti preferiamo parlare di sicurezza, formazione, reti e servizi: ma ruolo e responsabilità nella tenuta della coesione sociale sono rimasti immutati. Hanno cambiato pelle anche le Poste, che oggi non si limitano a garantire la circolazione della corrispondenza, attraverso centri di raccolta, smistamento e consegna, ma si sono trasformate in una rete informatica in grado di fornire un'ampia gamma di servizi: dalla gestione del risparmio alle polizze assicurative. Passano attraverso la rete di Poste Italiane anche le grandi scommesse del welfare, come si è visto nel recente passato con la social card e in queste settimane con il reddito e la pensione di cittadinanza. Non c'è in Italia impresa che concentri su di sé funzioni tanto varie e diverse, proponendosi come una sorta di "casa dei servizi pubblici". Poste Italiane lo fa con 136.555 dipendenti, una rete di 12.822 Uffici e oltre 2 mila centri di distribuzione che smistano ogni anno 3 miliardi di pezzi di corrispondenza e più di 100 milioni di

pacchi per una clientela di 34 milioni di utenti. Ma il Gruppo è anche il principale operatore nel settore dei pagamenti e del digitale, con PostePay Spa che si è ormai affermata come il più grande Istituto di Moneta Elettronica. Un'impresa sostiene il Sistema-Paese (aiuta un Paese a farsi sistema) quando lo induce a rinnovarsi, rendendolo più efficiente e coeso. Successe 150 anni fa, quando lettere cartoline e telegrammi cominciarono a viaggiare liberamente da un capo all'altro della Penisola, aiutando gli abitanti delle diverse regioni a conoscersi e a diventare italiani; e quando la nascita del Libretto di Risparmio Postale permise a tutti di mettere al sicuro i risparmi e di farli fruttare

DI PAOLO PAGLIARO





re, consentendo a Poste e Cassa Depositi e Prestiti di finanziare la costruzione di ospedali, scuole, strade e ferrovie. Succede anche oggi, con i 321 miliardi affidati alle Poste dai 26 milioni di italiani che possiedono Buoni Fruttiferi e Libretti. Depositi garantiti dallo Stato e investiti da Cdp nell'economia reale.

E succede grazie al ruolo che l'azienda si è ritagliata nella vita di tutti i giorni. Promossa al ruolo di driver strategico, l'innovazione tecnologica di Poste Italiane contribuisce all'affermarsi della società digitale in un Paese sotto questo aspetto ancora molto arretrato, 45esimo nella classifica del Global Information Technology Report pubblicato dal World Economic Forum.

Innovazione significa anche iniziative come il wi-fi gratuito a disposizione negli Uffici Postali, le App per accompagnare l'utente nell'utilizzo dei vari servizi, i palmari in dotazione ai portalettere, il tracciamento digitale delle raccomandate, la collaborazione con Google.

Aiuta l'Italia un'impresa che fa propri gli obiettivi di sviluppo sostenibile adottati dai

193 Paesi membri dell'Assemblea Generale delle Nazioni Unite nel 2015.

Poste lo fa anche riducendo l'impatto ambientale degli edifici, dei processi interni e dei mezzi di trasporto; garantendo l'accessibilità a prodotti e servizi; operando nel rispetto del principio di non discriminazione e di pari opportunità.

Aiuta i suoi 34 milioni di utenti un'impresa che investe, come sta facendo, 56 milioni di euro per migliorare l'organizzazione del lavoro negli Uffici Postali, gestendo al meglio i flussi della clientela e le attese. Che ha decine di uffici multietnici. Che coinvolge un milione di studenti nell'alfabetizzazione finanziaria.

E indubbiamente aiuta la coesione e l'inclusione sociale una grande azienda - la più grande per numero di addetti in Italia - che può vantare di aver assunto con un contratto a tempo indeterminato il 93% dei suoi dipendenti, composti per oltre la metà da donne. Due record in una sola notizia. ●



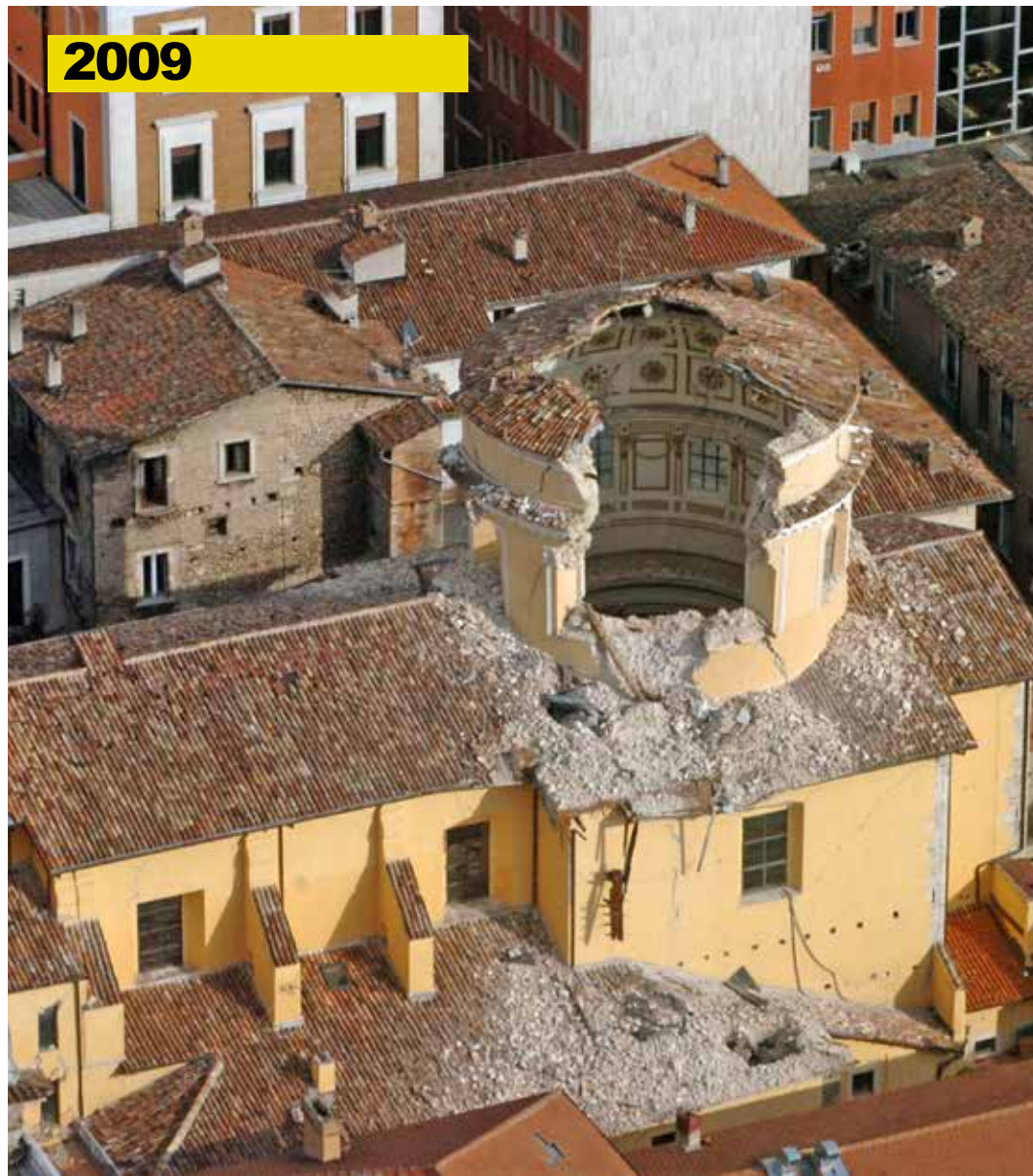
## L'attenzione ai lavoratori come fattore di sviluppo

**I**n Italia, nessuno come Poste. Sono anche i numeri a testimoniarlo, e non si parla solo di attività dell'Azienda ma di ruolo sociale, in quanto datore di lavoro. Poste Italiane, come certifica il Bilancio di Poste Esercizio 2017, è infatti l'azienda con più dipendenti FTL (full time equivalent): alla fine del 2017, Poste Italiane conta 136.555 dipendenti, con una quota rilevante di donne (circa il 53% sul totale) che qualifica la diversità di genere come elemento caratterizzante e punto di forza dell'Azienda. In riferimento alla forma contrattuale, la quasi totalità della popolazione non dirigente è assunta con contratti a tempo indeterminato. Durante l'anno 2017 sono state assunte 768 persone e la fascia di età più rappresentata è stata quella tra 30 e 50 anni (57% del totale assunzioni). Le persone di Poste Italiane sono l'Azienda, elemento chiave che racchiude in sé identità del Gruppo e vero vantaggio competitivo. Il benessere dei lavoratori è un principio etico per Poste Italiane che lavora quotidianamente per favorire un ambiente di lavoro privo di pregiudizi, nel rispetto della personalità dei lavoratori e della dignità di ciascuno. Per tale ragione, l'Azienda opera per favorire la diversità, nell'ottica di una crescita aziendale sostenibile e inclusiva.



# reportage

**DIECI ANNI DOPO** Nei giorni successivi al terremoto del 6 aprile 2009 i portalettere andavano nelle tendopoli a cercare le persone rimaste senza una casa e senza un indirizzo, poi hanno attraversato la zona rossa scortati dai militari e oggi, che i cantieri occupano ancora larga parte del centro storico rendendo difficoltoso il recapito, possono raccontare con orgoglio: «La gente ci vuole bene e chi rientra nelle abitazioni rivive con noi il “prima” e il “dopo” della nostra città»



2009



2019

## C'è Poste in prima linea nell'Aquila che rinasce

**I**l telefono di Anna squilla. A chiamarla è la segreteria di un avvocato: le chiedono dove incontrarsi per ritirare la corrispondenza. Per i postini dell'Aquila è la normalità. Il terremoto del 2009 ha modificato la geografia del centro storico e ancora oggi molte vie sono “spezzate”: a volte mancano i numeri civici, più spesso è impossibile raggiungere un indirizzo per via dei cantieri. Recapitare la posta, in generale, non è semplice. Dal 6 aprile di dieci anni fa i portalettere non si sono mai fermati: hanno dato una mano dai primi momenti successivi alla scossa, hanno continuato e continuano a farlo oggi, per offrire il proprio contributo alla rinascita di un centro storico ancora in larga parte occupato dai cantieri. Nel loro giro quotidiano all'interno della zona rossa, Anna e Alessandra, due delle postine impegnate nel centro storico, si fanno strada fra le pedane e la polvere, le transenne e il rumore incessante di ruspe e martelli pneumatici. I clienti hanno i loro

numeri di telefono per avvisarle quando un cantiere rende difficile il passaggio o per metterle in contatto con il vicino rientrato finalmente a casa. A coordinare il recapito c'è Isabella Santucci, arrivata all'Aquila nel 2011 e da allora orgogliosamente alla guida del Centro di Distribuzione di Centi Colella, che impiega 105 risorse a tempo indeterminato fra portalettere, linee di mercato, linee business e autisti: «A dieci anni dal sisma del 2009 ci sono persone che ogni giorno rientrano nelle loro abitazioni o si spostano: la città è in continua evoluzione e, dal punto di vista del recapito, questo comporta diversi problemi – spiega – Non abbiamo memoria di tutti i civici che erano attivi nella parte del centro che è andata distrutta ma cerchiamo, attraverso la continua collaborazione con la popolazione, di consegnare quotidianamente tutta la corrispondenza». L'altra difficoltà – non da poco – riguarda gli spostamenti stessi dei portalettere: «Ci sono moltissimi cantieri – prosegue la direttrice Santucci – e ai nostri portalettere è richiesto un impegno aggiuntivo per

DI ANGELO LOMBARDI

raggiungere alcune strade del centro. Un accordo tra il Comune e Poste Italiane ci permette di circolare con le auto nella zona rossa e questo, almeno in parte, agevola le consegne». Da subito, l'Azienda si mise in moto per L'Aquila: «All'indomani del sisma ci fu una mobilitazione collettiva – ricorda Isabella Santucci, che all'epoca era a Roma – vennero allestiti casellari all'esterno del centro di distribuzione e i portalettere andavano a cercare le persone, prima nelle tendopoli, poi nei moduli abitativi provvisori e nelle new town. Ci fu una mobilitazione collettiva di risorse e di mezzi da Roma e Pescara: possiamo dire che, dal punto di vista postale, L'Aquila non è mai stata abbandonata». Oggi il centro di distribuzione di Centi Colella, tornato pienamente operativo nel dicembre del 2010 dopo la ristrutturazione, è un ambiente antisismico impreziosito dai pannelli solari che si trovano nel parco auto: «Noi – conclude Isabella Santucci – abbiamo sempre cercato di non pensare a quello che era successo e di tornare alla normalità». La “normalità” nel

centro dell'Aquila la restituiscono alcuni palazzi storici di nuovo popolati, splendidi nel loro bianco e ristrutturati seguendo le più moderne norme antisismiche. Da Palazzo Carli Benedetti, alle spalle della Chiesa di Santa Maria Paganica ancora da ricostruire, a Palazzo Pica Alfieri, già riedificato una volta dopo il terremoto del 1703, la vita sta riprendendo gradualmente. Nel centro riaprono soprattutto ristoranti e bar, quelli che servono a chi visita la città – non più solo “turisti delle macerie” –, ai tantissimi operai, tecnici e muratori che attraversano Piazza del Duomo durante la pausa pranzo e agli studenti che la sera sono tornati ad animare il cuore della città, il più colpito da quella maledetta scossa delle 3.32. «Quando abbiamo ricominciato a consegnare la posta nel centro dell'Aquila è stato come ritrovare un po' di normalità – racconta la portalettere Anna – C'è ancora molto da fare ma finalmente anche qualche famiglia sta tornando ad abitare in centro. Noi cerchiamo di aiutare le persone come possiamo e lo facciamo volentieri». Nella grande piazza del centro la riapertura della Chiesa di San-





ta Maria del Suffragio, meglio conosciuta come Chiesa delle Anime Sante, è il simbolo più evidente di una rinascita in pieno divenire. In pochi credevano alla ricostruzione della cupola distrutta dal sisma e oggi tornata all'antico splendore, se non fosse per una leggerissima linea frastagliata, la "cicatrice" volutamente lasciata a perenne memoria del terremoto. Sì perché L'Aquila riparte, ma non può dimenticare. Aquilana doc, in Poste dal 2006, Alessandra, anche lei portalettere della cosiddetta zona rossa, non ha mai abbandonato la sua città e ogni anno, la notte tra il 5 e il 6 aprile, partecipa alla fiaccolata che parte da Via XX Settembre, dove si trovava la Casa dello Studente, e si conclude con i 309 rintocchi che ricordano le vittime del terremoto. «Abbiamo vissuto un'esperienza drammatica ma con le nostre forze e il nostro lavoro stiamo rialzando la testa», racconta ripercorrendo gli ultimi dieci anni della sua vita e di quella di tanti colleghi. «Noi portalettere abbiamo trascorso molto tempo a consegnare la corrispondenza scortati dai militari e a cercare le persone, abbiamo pianto con loro, ci siamo abbracciati nelle tendopoli e oggi che qualcuno è tornato a casa riviviamo un "prima" e un "dopo" terremoto. Non siamo ancora tornati alla normalità ma almeno siamo liberi di vivere la nostra città. E sentiamo che la gente ci vuole bene». Fra tanti cantieri, le attività commerciali contribuiscono a ridare serenità della popolazione: il bar dei fratelli Nurzia, con il suo rinomato torrione, è un'istituzione del centro storico. La sua ristrutturazione sarà ultimata l'estate prossima. Nella location attuale campeggiano le foto di tanti vip, da Claudio Baglioni ad Arrigo Sacchi, venuti qui "prima" e

A sinistra, Piazza del Duomo, in alto una foto di gruppo del Centro di Distribuzione di Centi Colella. A destra, una delle tante strade del centro storico occupate dai cantieri

Isabella Santucci, direttrice del Centro di Distribuzione dal 2011



Alessandra Marcantonio, portalettere della zona rossa dell'Aquila



Anna Scimia, anche lei impegnata nel recapito della posta nel centro storico della città



“dopo” il terremoto: «Tanti bar e pizzerie hanno riaperto – spiega il titolare Francesco Saverio Nurzia – ci auguriamo che anche altri tipi di negozi possano tornare ad animare il centro storico». Ci si augura che anche il mercato immobiliare possa diventare un alleato: «I prezzi sono vantaggiosi – aggiunge Nurzia – molta gente tornerà a vivere qui o deciderà di trasferirsi in centro. Speriamo che questo inneschi un ricambio generazionale e culturale positivo per la città. Noi siamo convinti che L'Aquila ripartirà anche economicamente».

### Il servizio continua online



Avvicina il cellulare al QR Code per altri contenuti



## primo piano

# La forza dei giovani per puntare al futuro

DI ANGELO LOMBARDI

«L

a sensazione più bella è che puntano su di noi, sui giovani». Poche semplici parole per un concetto davvero importante: lo esprime **Alessandra Scocco**,

assunta a tempo indeterminato da giugno scorso, cioè da quando lavora come specialista consulente finanziario all'Ufficio postale Roma 94. «Puntano su di noi», ripete. Poste Italiane ha cambiato la vita dei ragazzi neoassunti che abbiamo intervistato, come lo ha fatto con tanti altri giovani. Perché puntare sui giovani, sulle loro competenze, sul loro desiderio di conoscere e sulla loro capacità di stare al passo con i tempi è una delle prerogative più importanti di questa Azienda. Una ventata di entusiasmo e di sguardo positivo verso il futuro che si ritrova in ogni singola parola di quei ragazzi che hanno visto riconosciuto il loro percorso con un'assunzione a tempo indeterminato. «Ho iniziato il 2 febbraio 2015 prima con dei contratti a tempo determinato. Poi è arrivata la stabilizzazione con l'assunzione il 21 gennaio scorso e la firma del contratto» racconta **Mario Di Iasi**, classe '84, portafoglio al CD di Frascati. «È un lavoro che mi piace: mi trovavo a Roma per gli studi, ho iniziato a fare il portafoglio e poi ho continuato a lavorare. In Ufficio il clima è molto disteso: è un pregio perché si possono affrontare i problemi quotidiani senza alcuna tensione. È un fattore determinante per il benessere sul lavoro». Queste parole – benessere sul lavoro – sono un tema molto importante per i ragazzi: la carriera, certo, ma anche la possibilità di vivere e di esprimersi in un contesto stimolante e mai frustrante. «Sarò sincero, non credevo che Poste fosse così digital – afferma invece **Mattia Verducci**, assunto da pochi mesi nei Sistemi Informativi - Conoscevo altre realtà grandi, ma qui mi sono stupito. In un mese e mezzo, nella mia area ho trovato persone aperte al dialogo e competenti, un ambiente molto positivo insomma. Aperto all'innovazione e desideroso di aggiornarsi in continuazione». La ricerca dei neolaureati è una chiave del successo: si dà spazio a competenze fresche, con alte motivazioni. Ragazzi che smaniano per mettere a frutto quanto imparato ma che – dall'altra parte – vogliono ancora crescere, apprendendo da chi è più esperto. «Crescere, crescere, crescere – conferma ancora





**NEOASSUNTI** Abbiamo raccolto le testimonianze di quattro ragazzi entrati da poco nel mondo di Poste Italiane con un contratto a tempo indeterminato. Mattia, Alessandra, Eleonora e Mario ci raccontano il loro percorso verso l'assunzione, le loro sensazioni e il senso di appartenenza. In tutti loro, oltre alla soddisfazione di una professione che comincia, c'è anche la consapevolezza di lavorare in un'Azienda che premia le competenze fresche e crede nelle nuove generazioni



Da sinistra, i neoassunti  
Mattia Verducci,  
Alessandra Scocco,  
Eleonora Clementini  
e Mario Di Iasi

## I VALORI L'ETICA SEMPRE AL PRIMO POSTO

Legalità, imparzialità ed equità, rispetto e valorizzazione delle persone, trasparenza e completezza, riservatezza, qualità, diligenza e professionalità: il Codice Etico del Gruppo Poste Italiane è una garanzia di valori per i neoassunti. Le linee di comportamento alle quali devono aderire tutte le società del Gruppo regolano infatti i rapporti interni all'Azienda e si rivolgono tanto ai dipendenti quanto agli amministratori. Chi lavora in Poste Italiane, dunque, vede assicurati i principi fondamentali enunciati nel Codice Etico, fin dal primo giorno di assunzione.

Alessandra Scocco - Qui è facile perché facciamo molta formazione con corsi in filiale, in sede centrale o tramite l'e-learning». «Poste cerca in continuazione giovani - aggiunge Mattia Verducci - si prospettano altre assunzioni. Qui le competenze devono essere sempre attuali per stare al passo con l'innovazione e la ricerca». C'è poi chi si è trovato a stretto contatto con il pubblico, come **Eleonora Clementini**, 27 anni, che è sportellista all'Ufficio postale Roma 158, alla Stazione Termini. «Si incontrano persone di ogni nazionalità: è molto stimolante. Una sfida quotidiana, spesso anche per capire le esigenze delle persone. Mi realizza poter aiutare la gente e dare dei consigli a 360 gradi», racconta.

Per tutti loro, l'iter per arrivare al contratto a tempo indeterminato è stato veloce. «A Poste sono arrivato in modo semplice - dice ancora Verducci - dopo la laurea, ho aggiornato il curriculum sulla piattaforma di recruiting: era presente perché per qualche mese avevo fatto il portalettere. È passato poco tempo prima di essere chiamato: stavo lavorando in un'azienda molto conosciuta ma non ho avuto dubbi e ho scelto Poste». Un risultato così fortifica ovviamente il senso di appartenenza nei dipendenti: far parte della più grande Azienda del Paese che crede nelle loro capacità è un immenso valore aggiunto, che cementa il senso di comunità e stimola a dare il massimo sul lavoro. «Sentiamo l'Azienda davvero vicina, in ogni momento - aggiunge Di Iasi - Poste è una realtà che mi permette di crescere e di "rinnovare" il mio posto, visto che c'è tanta mobilità interna. Ora sto investendo in questo lavoro e voglio continuare, magari cambiando anche settore». Il job posting e le tante opportunità di una realtà così variegata sono un altro elemento di forte attrazione per i giovani: «Di questo lavoro - spiega Alessandra Scocco - adoro le tematiche: la finanza, gli investimenti. E poi mi piace il contatto con i clienti, il dover interpretare le loro esigenze e l'empatia che si instaura con loro nel trovare delle soluzioni». «Lo dico sinceramente - conclude Eleonora Clementini - mi ritengo davvero fortunata a lavorare per un'azienda seria che investe sul personale». È merito, non fortuna, ci permettiamo di correggere: la spinta dei giovani è una trazione che contraddistingue Poste Italiane, nel presente come nel futuro di questa Azienda. ●



# l'iniziativa

**CALCIO** L'allenatore Angelo Di Livio ha scelto i componenti per la rosa della squadra della nostra Azienda. Nel primo ritiro, il saluto benaugurante dell'AD Matteo Del Fante. Il Responsabile Corporate Affairs Giuseppe Lasco: «Comincia un grande progetto»

Giuseppe Lasco, Responsabile Corporate Affairs, il tecnico della Nazionale di Poste Italiane Angelo Di Livio e l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante



# È iniziato il cammino della Nazionale di Poste

«N

on mi aspettavo di trovare così tanta qualità e disponibilità: ho trovato un gruppo di ragazzi educatissimi e responsabili che hanno accettato la competizione

e la concorrenza in modo sano e rispettoso»: si è presentato con queste parole Angelo Di Livio, vincitore di una Champions League e di tre scudetti con la Juve e vicecampione d'Europa con l'Italia nel 2000, oggi allenatore della Nazionale di Poste Italiane. Il 26 e 27 febbraio scorsi a Roma l'allenatore ha scelto la rosa dei giocatori che indosseranno la maglia gialloblù dell'Azienda. Ad accogliere i preselezionati per i provini c'era il Responsabile Corporate Affairs Giuseppe Lasco, che ha spiegato come Poste abbia «mantenuto la promessa di creare un mondo sport all'interno della nostra azienda, partendo dal calcio. Siamo qui perché questo è l'inizio di un progetto a più ampio respiro su cui puntiamo, crediamo e sul quale intendiamo investire per fare le cose in grande». «Lo sport rientra nel modo in cui Poste Italiane vuole fare azienda - ha aggiunto Lasco - ed è il giusto canale attraverso il quale creare un forte spirito di squadra favorendo l'integrazione tra colleghi». Uno spirito che si è visto già dalle preselezioni, dove i candidati hanno dato tutto per mostra-

DI RICCARDO PAOLO BABBI



re il proprio valore, ma non hanno mancato di creare subito una forte coesione tra loro. Così, in due giorni di partite e allenamenti, Di Livio ha potuto visionare direttamente sul campo i calciatori, prima di stilare l'elenco dei nomi che vanno a comporre la rosa dei giocatori che indosseranno la maglia della Nazionale di Poste e che trovate nelle pagine seguenti. «Il momento delle scelte è sempre quello più difficile e delicato per un

allenatore, ma fa parte delle regole del calcio e i ragazzi lo sanno bene». Con una filosofia molto precisa: «I valori e i comportamenti - ha spiegato il tecnico - sono fondamentali nello sport e lo sono ancora di più se si andrà a rappresentare un'azienda come Poste Italiane». Ora che la rosa è formata, l'avventura può davvero cominciare. Il primo raduno ufficiale per la Nazionale di Poste Italiane, lo scorso 11 marzo, si è tenuto sotto gli occhi dell'Amministratore Delegato Matteo

Del Fante che, ricordando la vittoria al torneo Azzurri Partner Cup che ha dato il via al progetto, non ha voluto far mancare il suo in bocca al lupo ai gialloblù per le sfide che li vedranno impegnati da qui ai prossimi mesi. Un cammino pieno di agonismo e di emozioni: l'ennesima testimonianza che l'unione fa la forza e che le qualità dei singoli, messe a servizio di un risultato comune, rappresentano la strategia migliore per arrivare al successo. In azienda come sul rettangolo di gioco. ●



# la rosa

**I GIOCATORI** Dai portieri al reparto difensivo, passando per centrocampo e per le punte, fino allo staff tecnico: ecco nomi e volti di tutti gli uomini della Nazionale di Poste Italiane





il poster



La Nazionale c





di **Posteitaliane**



# la rosa





# formazione

**CORPORATE UNIVERSITY** Grazia Maremonti, responsabile Digital Academy e Future Learning, illustra le funzionalità e gli sviluppi di Doc., il chatbot nato dal confronto all'interno dei centri di distribuzione

## «Così l'istruttore digitale aiuterà i nostri colleghi»



**I**l suo nome è **Doc.**, l'istruttore digitale di Poste Italiane. Si è presentato lo scorso 4 marzo a 4mila addetti alle lavorazioni interne dei centri di distribuzione di tutta Italia e nei prossimi mesi affiancherà anche i portalettere. Il neonato, ma già pluripremiato, **Doc.** è tecnicamente un chatbot, «un software basato su intelligenza artificiale che conversa in linguaggio naturale con le persone», come spiega la sua ideatrice Grazia Maremonti, responsabile dell'Area Corporate e Digitale - Corporate University, Risorse Umane e Organizzazione di Poste Italiane.

**Dottressa Maremonti, come è nata l'idea di un chatbot?**  
«Il digitale è ovunque e ha cambiato il nostro modo di vivere, di relazionarci e di comunicare: questo ha un impatto anche sulle modalità di apprendimento e sulle aspettative di accesso alla conoscenza e di informazioni all'interno delle organizzazioni. Il chatbot rappresenta una soluzione innovativa per la formazione poiché crea un vero e proprio ambiente di apprendimento in grado di assicurare a ciascun fruitore la costruzione di un proprio percorso formativo. Per costruirlo al meglio siamo stati nei centri di distribuzione e ci siamo confrontati con gli operatori: sono stati loro, le persone, a illuminarci spiegandoci in maniera semplice ciò di cui hanno bisogno per migliorare il loro lavoro».

svolgendo una attività. La persona si fa promotrice della sua formazione, chiede a **Doc.** e fruisce in autonomia le pillole formative che il chatbot fornisce come risposte».

**Questo modifica anche il mestiere del progettista didattico?**

«Istruire un chatbot richiede nuove competenze che si aggiungono a quelle già in possesso dei nostri progettisti didattici: significa conoscere le regole per alimentare un motore di intelligenza artificiale e come organizzare i contenuti non più in modalità sequenziale, ma in frammenti atomici che producono senso nei flussi di una conversazione. Inoltre, ogni risposta che **Doc.** non riesce a dare ci permette di intercettare nuovi bisogni formativi che diventano nuova conoscenza per **Doc.** Un processo di miglioramento continuo a beneficio della produttività».

DI MARIANGELA BRUNO

**Chi ha lavorato al progetto?**

«Un altro aspetto innovativo della realizzazione di un chatbot come strumento di formazione è stato il necessario coinvolgimento di un gruppo di lavoro interfunzionale, costituito dagli esperti della materia che conoscono i processi e il sistema T&T: le persone di Posta Comunicazione e Logistica; gli esperti di architetture e servizi software: le persone di Servizi Informativi; e noi di Risorse Umane, Corporate University. La piena collaborazione tra le persone per affrontare un lavoro sperimentale come questo e l'adozione di metodologie di lavoro agili sono stati la chiave di successo del progetto».

**Quale sarà l'evoluzione di Doc.?**

«Aiutare l'uomo non significa sostituirlo. Nel futuro ci saranno molte più macchine e noi umani impareremo a coesistere e collaborare con loro. Dopo i portalettere valuteremo l'utilizzo di **Doc.** in altri ambiti, ad esempio servizi finanziari, assicurativi e assistenza al cliente».

**Perché il nome Doc.?**

«**Doc.** sta per *Doctor* ma anche per *Document*: è un esperto che conosce le cose e le spiega in maniera chiara e semplice. Non è detto che **Doc.** un giorno non possa imparare a parlare. Al momento, non abbiamo previsto che fosse anche vocale, ma possiamo immaginare che un giorno possa diventarlo. **Doc.** sarà l'istruttore digitale di Poste Italiane in ogni ambito e con lui continueremo a essere un motore di trasformazione digitale per il Paese».

## INNOVAZIONE Un progetto premiato all'esordio



L'impiego di un sistema di intelligenza artificiale applicato all'apprendimento, l'evoluzione della figura del progettista didattico verso soluzioni bite-size-learning e organizzazione della conoscenza su modelli conversazionali e l'adozione dei modelli cognitivi della generazione dei millennials sono valsi al progetto "Chatbot for digital learning" il premio per l'innovazione "HR & Organization Innovation Award" centrando il primo posto fra le istituzioni finanziarie e il terzo complessivo nel concorso indetto da Aifin, think tank per l'innovazione.



Sopra,  
Grazia  
Maremonti.

Sotto,  
il gruppo  
che ha  
creato  
Doc., da  
sinistra  
verso destra:  
Fabio  
Sinceri,  
Alessandra  
Marra,  
Antonella  
D'Arrigo,  
Venere  
Fasolini,  
Manuela  
Casalese,  
Yvonne  
Bindi,  
Simone  
Di Santo,  
Luigi  
Mazzotta,  
Grazia  
Maremonti,  
Vito Lecci

**Perché non seguire un modello di apprendimento tradizionale?**

«La formazione tradizionale rimane un punto di partenza importante, ma non sempre sufficiente per chi lavora su un sistema come il Track&Trace, che per sua natura è in continua evoluzione e per cui è fondamentale che la formazione ne segua gli sviluppi. **Doc.** permette di trasferire conoscenza in modo rapido, puntuale, a tutti contemporaneamente ovunque essi siano sul territorio ed è in grado di imparare progressivamente tante cose, estendendo il suo dominio di conoscenza ad altri ambiti».

**Come cambia l'approccio alla formazione?**

«Il chatbot rappresenta per Risorse Umane e per l'Azienda un progetto innovativo. Fornisce ai colleghi uno strumento istantaneo e semplice per fare formazione di prossimità. Non c'è più solo il corso a cui si è iscritti ma un ambiente in cui il collega trova le risposte di cui ha bisogno mentre sta





# l'approfondimento

**CRONACHE** Il bisogno di esprimersi diventa un'urgenza per i detenuti, che trasferiscono nelle buste la loro voglia di sentirsi vivi e che considerano il francobollo un oggetto fondamentale per la loro esistenza. Da Bollate a Rebibbia, gli Uffici Postali limitrofi ai carceri rappresentano il punto di raccordo di una corrispondenza carica di emozioni

## Le lettere salvano la vita

**C**i sono parole che evocano al solo pronunciarle un senso inevitabile di distanza, di chiusura, di separazione. Carcere è una di queste. Quasi un luogo non luogo. Il luogo "dei delitti e delle pene" avrebbe detto Cesare Beccaria. Uno spazio in cui la detenzione coercitiva per scontare la pena per la ferita inferta alla società si tramuta in una condizione esistenziale radicalmente diversa con cui fare i conti: l'assenza di libertà. Quando sei "fuori" le emozioni, le parole, i pensieri, gli affetti proprio perché così facilmente condivisibili, non vengono comunicati e vissuti nella loro pienezza: sono un bene scontato e quindi un valore sottovalutato. Quando sei "dentro" il bisogno di esprimersi diventa un bene assoluto e vitale per il detenuto: hai perso la

DI MARIANGELA BRUNO

possibilità di comunicare quando e come vuoi. La privazione della facilità di comunicazione si trasforma nel bisogno assoluto e impellente di avere un ponte continuativo con l'esterno. Per questo le persone in carcere sviluppano molteplici forme d'espressione: dal teatro, al cinema, alla scultura e pittura. Ma nella sua semplicità e immediatezza è la lettera ad avere il ruolo principale, come unico mezzo per i detenuti per comunicare in assenza di e-mail, cellulari, strumenti di cui la vita fuori è piena. Il francobollo, questo piccolo oggetto, diventa il mezzo, un "dio Mercurio" rivisitato, per far arrivare al mondo fuori la vita dentro

dei detenuti, che è ancora desiderosa di sapere e trasferire speranze, amore, gioie: la nascita di un nipote, l'attesa di un giudizio anticipato, un lutto...

«Una penna, un foglio, una busta e un francobollo, pochi oggetti indispensabili per farmi sentire ancora vivo, punti di forza per continuare a sopravvivere e resistere, anziché soccombere»: sono le parole toccanti di Marco, un detenuto nel carcere di Paliano (Frosinone). Poste Italiane da sempre è vicina alla realtà del carcere come interlocutore ideale per soddisfare questo bisogno di comunicazione. Gli Uffici Postali limitrofi alle case circondariali sono il punto di raccordo della corrispondenza. «Gli incaricati del carcere si presentano tutti i giorni, acquistano per conto dei detenuti grandi quantitativi di francobolli, circa 2.000 pezzi al mese». A raccontare con toni a tratti

emozionati in che modo l'Ufficio Postale si interfaccia con questo target così particolare è Giorgia Sabelli, direttrice dell'Ufficio postale Tiburtino Sud a Roma vicino al carcere di Rebibbia. «Alcuni detenuti arricchiscono con profumi o piccole decorazioni le buste contenenti la corrispondenza indirizzata alla persona amata. Le buste sono piene di disegni, qualche volta cuori, ricami... se per un attimo ci fermiamo a pensare a quello che ci può essere dentro e dietro quella lettera affrancata, l'emozione arriva potente». Le buste indirizzate alle persone amate, ma anche i telegrammi, sono scritte come se non ci fosse un filtro. Come se non ci fossero sguardi esterni a leggere parole



intime, confidenziali, qualche volta anche in dialetto. O meglio, la presenza di quello sguardo esterno scompare di fronte all'urgenza di dire al mondo esterno che loro ci sono. «Queste lettere sono gli unici mezzi che hanno a disposizione per portare la loro voce al di fuori. È come se vedessero in quella lettera un canale diretto, unico, senza frapposizione di altre strutture. È toccante».

Il mondo filatelico, con il piccolo grande oggetto del francobollo che in questo

contesto è fortemente simbolico, è vicino alla realtà delle carceri in Italia con iniziative ed eventi che, nel corso degli anni, hanno ottenuto grandi risultati in termini educativi, motivazionali e di creatività, contribuendo in modo evidente all'accrescimento culturale dei detenuti. Dopo una prima esperienza di qualche anno fa nel carcere di Bollate, dove reclusi appassionati di filatelia hanno avviato un circolo filatelico nella struttura che li ospitava, si sono susseguite varie iniziative





La collega di Frosinone Tiziana Dentice ha curato diverse iniziative nella casa di reclusione di Paliano. In alto, Giorgia Sabelli, direttore dell'Ufficio postale Tiburtino Sud che si trova nei pressi del carcere romano di Rebibbia

con i referenti di Filatelia di Filiale, con il coinvolgimento di Poste Italiane, del Ministero della Giustizia, dello Sviluppo Economico e la Federazione fra le Società filateliche italiane. Durante questi eventi, le testimonianze dei detenuti sono toccanti. Le parole di Giusy Napolitano, referente di Filatelia in MP Commerciale, sono cariche di vibrante emozione: «Incontriamo ragazzi giovani di vent'anni, in carcere dall'età di 14, con la faccia pulita, uomini e donne rattristati e malinconici

per non aver visto crescere i loro figli... Trascorrono il loro tempo, ciascuno assecondando le proprie attitudini: chi dipinge, chi scrive poesie, chi cucina, chi fa l'artigiano o l'artista creando oggetti con il legno o altro materiale. Hanno manifestato grande gratitudine verso Poste per il progetto educativo. Ci hanno invitati al concerto di Natale con i loro parenti. Noi siamo stati presenti virtualmente donando un microfono che non avevano». Tiziana Dentice, della Filiale di Frosino-

ne, ha curato negli anni molte iniziative nella casa di reclusione di Paliano. "Non giudicare" nel 2015, "La Porta" nel 2016, fino al più recente "Favole per bambini" in occasione del Natale 2018. Da uno di questi progetti, sono scaturite riflessioni intense proprio sul valore della lettera: «Nei detenuti cresce quotidianamente l'ansia dell'attesa di una lettera. Non una qualsiasi, proprio quella lettera. (...) Le Poste quotidianamente consegnano tante emozioni con il sole e con la pioggia, nei

giorni feriali e in quelli estivi, sempre. Se non arriva si spera fiduciosi che il giorno dopo arrivi, così ci si dà coraggio. Nel frattempo il detenuto continua a scrivere per forza di inerzia o per reazione. La scrive, la legge la strappa (...) La pena da scontare è aggravata dalla misura afflittiva dell'abbandono. Ecco perché forse inconsapevolmente, il servizio reso da Poste Italiane, oltre che indispensabile, è vitale per chi vive una condizione di privazione della libertà personale. Una lettera è vita. A volte, una lettera arrivata in tempo salva una vita». Le parole dei detenuti Ciro, Marco, Mario e Dario sono delle piccole gocce di vita, parole che nonostante le sbarre sanno ancora sognare e vedere la loro vita che non si ferma, ma che può continuare a volare... come un aquilone con la felicità nel cuore. ●



noi

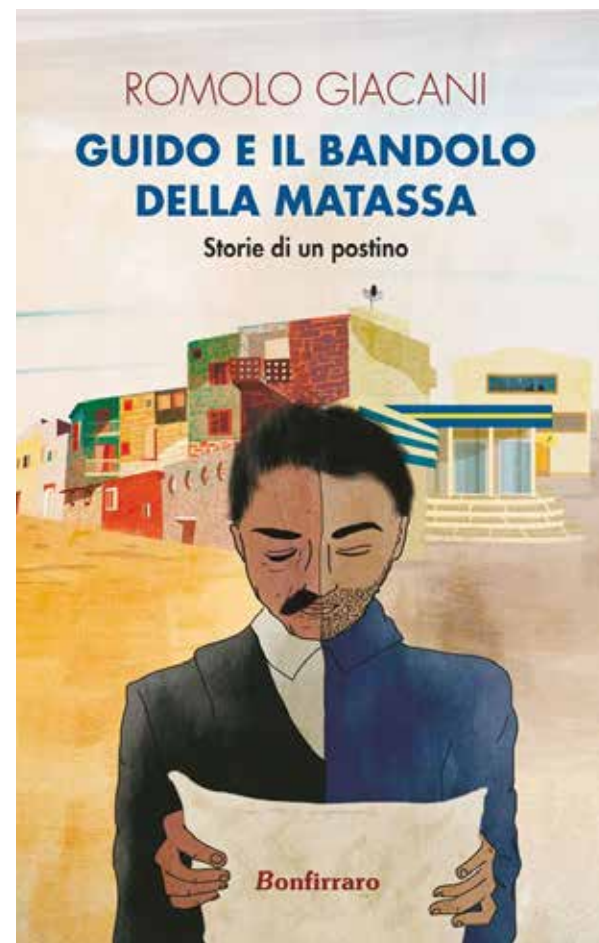
# La passione di Aurora divisa tra consulenza e poesia, ma sempre con un sorriso

**ASTI** Ai clienti si presenta con tenacia e determinazione, la stessa che pone nel tempo libero per coltivare un altro grande amore: la scrittura

**A**urora è una specialista consulente Imprese di un Ufficio Postale di Asti. Ogni giorno incontra gli abitanti della sua città nei loro studi per proporre e promuovere i servizi di Poste adeguati alle loro esigenze. Ai suoi clienti si presenta con tenacia e determinazione. E sempre con un sorriso, perché sa che dietro ogni potenziale cliente c'è sempre una persona. Aurora coltiva da sempre una passione: l'amore per le parole, per lei una fonte di ispirazione. Scrive versi e poesie a cui affida la propria visione della vita «come un mistero da rivelare, o come l'opportunità di mostrare i miei enigmi al mondo». «Ho cominciato a scrivere da ragazza, arrivando, dopo tortuosi esperimenti "letterari", alla comprensione che per me è urgente l'esigenza di creare metafore, tipiche del linguaggio poetico. La poesia è stata la chiave di accesso a un mondo dal quale, fino ad allora, poco mi sono sentita riconosciuta e ancor meno, per la verità, concessa». La sua storia professionale e personale si incrocia con "il pittore", un silenzioso e cordiale sessantenne che dipingeva per vivere (o forse viveva per dipingere!). L'incontro tra queste due anime, tra una consulente poetessa e un pittore che acquerellava nonostante le mani visibilmente compromesse da una malattia degenerativa, è sfociata in un libro di poesie: "Anima vaga". Una piccola raccolta che è la delicata storia di un'amicizia, dell'incontro di due diverse solitudini, che tra acquerelli luminosi e parole sussurrate e poetiche sono riuscite a incontrarsi. (M.B.)



Aurora, consulente Imprese di Poste Italiane ad Asti



## Sportelli e consumatori: quando un romanzo nasce dentro l'Azienda

**D**ue lettere, due destinatari, due storie, due epoche, diverse ma intrecciate fra loro. La tranquilla vita di Guido postino, o meglio sportellista dell'Ufficio Postale di "Roma Montesacro" innamorato dei suoi clienti, sta per cambiare. Su di lui incombe infatti un trasferimento nella famigerata Direzione Generale e un viaggio dall'altra parte del mondo. A imporgli i cambiamenti sono sempre le donne: la sua "Boss" in ufficio, e l'inquietata sorella a casa. Il destino, capace di annodare le matasse della vita, ha in serbo per lui tutto ciò che ha sempre scrupolosamente evitato. Guido da Montesacro, così come cinquant'anni prima l'altro Guido da Porto Recanati, partiranno per l'Argentina per scoprire verità insospettabili nel loro passato, che cambieranno completamente il loro futuro. "Guido e il bandolo della matassa - Storie di un postino" è un romanzo di Romolo Giacani, entrato nel 2000 nella grande famiglia di Poste Italiane per occuparsi di rapporti con le Associazioni dei consumatori e di procedure di risoluzione alternativa delle controversie. Una laurea in filosofia, sposato, due figli e la passione per la scrittura, Romolo ha anche un blog di racconti e attualità (viaggiemeneutici.it).

### MINORANZE

## NEL PAESINO SICILIANO POSTE COMUNICA ANCHE NELLA LINGUA DELLA TRADIZIONE

**P**er gli antichi era la Piana dei Greci, i suoi abitanti oggi la chiamano Hora mentre in Sicilia, oltre i confini locali, è conosciuta come Chiana. Lingue e culture si fondono all'interno del comune palermitano di Piana degli Albanesi, dove da secoli la comunità arbëreshë più grande d'Italia risiede e preserva lingua e tradizioni della propria cultura. Chi procede verso Piana non può non notare le segnaletiche stradali con la doppia indicazione italiana e di derivazione albanese. Camminando per le strade

del paese, le vie e le attività commerciali presentano cartelli in entrambe le lingue e il brusio delle chiacchiere tra abitanti conferma il bilinguismo diffuso nel territorio. A Piana degli Albanesi la variante linguistica toskë, originaria del sud dell'Albania e con influenze siciliane, è riconosciuta e tutelata dalla legge. Le istituzioni parlano ai cittadini con la stessa lingua, come anche le maestre che ai loro alunni insegnano le materie nel dialetto locale. «Presso i nostri sportelli l'arbëreshë è la lingua più parlata, da

clienti e operatori – racconta Carmelo Lo Mino, direttore dell'Ufficio Postale di Piana degli Albanesi – Poterla utilizzare è la prima richiesta che ci viene fatta, e il dialogo in dialetto da parte degli impiegati postali è come sentirsi a casa». Carmelo si definisce un "arbëreshë d'adozione" in quanto da anni lavora a Piana degli Albanesi e, insieme alla famiglia, vive le tradizioni del luogo e partecipa alla vita di comunità dell'Eparchia, fin dal suo matrimonio celebrato con rito tipico bizantino.





**ALTRI MONDI** Il suo amore per la danza orientale è nato da una visita in Algeria quando, a 18 anni, scoprì una realtà fuori dal tempo. Oggi che ha la responsabilità dei contratti in ambito Chief Operation Office continua a realizzare coreografie con il corpo: «Non mi manca nulla perché seguo il mio animo, se sorrido è perché quando mi muovo il sorriso viene da dentro»



## La danzatrice dell'ufficio contratti, la storia di Alma

**G**li occhi di Alma Iozzi sono penetranti e neri. Con un guizzo vibrante che denota un carattere energetico. Si racconta da una scrivania piena di appunti e schemi, simboli e strumenti di chi mastica ogni giorno per lavoro processi, numeri che si devono trasformare in soluzioni. Oggi ha la responsabilità in ambito Chief Operation Office dei servizi Backoffice dei contratti postali, ma conosce l'Azienda in tutte le sue variegate diramazioni per aver lavorato in un Ufficio Postale, in Bancoposta e Mercato Privati. Sono tante le lune che ha visto passare senza mai perdere entusiasmo e brio. Tra le pieghe delle sue parole e nelle movenze fluide delle sue braccia, Alma racconta la sua passione: la danza orientale. «Sento che cammino nella vita, le cose mi intrigano... forse era inevitabile l'incontro fatale con un mondo, una cultura, dei movimenti così lontani ed evocativi». L'amore per la danza nasce da un viaggio lontano nel tempo quando aveva 18 anni in una terra diversa dalle solite mete turistiche. Ghardaia, in Algeria, piena oasi nel deserto. Le spezie del mercato, le case basse sporche e vitali, i colori, i veli delle donne, i lenzuoli mossi dal movimento di mani ruvide e scottate dal sole, ma con l'eleganza di movimenti poetici. Il mondo visto attraverso una fessura dello chador sul volto. Parole attraverso gesti. Alma ha capito cosa significa sentire il deserto, il mondo arabo dalla pelle color miele e dalla liquidità

nello sguardo. Una realtà ancestrale, uomini e donne fuori dal tempo, bellissimi e poverissimi. L'amicizia con Zhora dalle mani callose da lavoratrice nei campi che si muoveva danzando con la sonorità della musica che è come il deserto, come lo sguardo liquido e immediato delle persone semplici. Alma l'occidentale si è sentita subito a casa in un mondo che ha richiesto un forte adattamento per regole, schemi e visioni della vita; ha sentito lo strappo di due diverse culture, e la sorpresa di sentire che quel mondo che aveva conosciuto è quello che la faceva sentire più vicina a se stessa. Quel mondo la porta a iniziare un percorso di danze orientali, in cui la musica arriva nel corpo, e il corpo è lo strumento stesso della musica. Il doppio velo che usa nelle sue coreografie traduce leggerezza, sinuosità, un modo per essere sfuggente, un simbolo della sua riservatezza, nonostante il fiume intenso delle sue parole. «Quando danzo sono felice. Sì, felice. Non mi manca nulla perché la danza segue il mio animo. Mi dicono che sono assorta quando ballo... in realtà sono vicina a me... e se sorrido è perché in quel momento il sorriso viene da dentro». Oggi Alma balla e realizza le sue coreografie con una sciabola, forse un suo inconsapevole modo per far arrivare la sua vera natura trasformando in fluida morbidezza la durezza dello strumento. «Con gli occhi sempre rivolti al cielo», è nella creazione di processi e movimenti l'insolito connubio tra il suo lavoro tecnico e la fluidità della danza orientale. Estasi e tormento, avrebbe detto Michelangelo. (M.B.)

## Identità, formazione e collezionismo: Giusy, una vita per la filatelia

**U**n francobollo e un trolley: due oggetti iconici, entrambi nati per viaggiare e per far viaggiare, che non potrebbero rappresentare meglio la personalità vitale e appassionata di Giusy Napolitano, la nostra referente nazionale di Filatelia Commerciale Mercato Privati. Giusy si occupa di filatelia dal 1989, quando era responsabile di sezione nella ex Direzione Centrale Servizi Postali, e dal 2009, nell'ambito di Mercato Privati/Commerciale, nella funzione Supporto Prodotti e Servizi. Ha lavorato in manifestazioni mondiali organizzate da Poste Italiane e vissuto grandi esperienze internazionali, dalle Celebrazioni Colombiane del 1992 negli Stati Uniti, in Spagna e Portogallo al ricordo di Madre Teresa di Calcutta nel 1998 in Albania. Giusy ha fatto sue le "sei chiavi della filatelia" riconosciute a livello internazionale: dal francobollo come simbolo d'identità all'importanza della cooperazione, dal valore delle presentazioni a quello degli scambi, dalla formazione nelle scuole e nelle carceri fino all'immortale tema del collezionismo. «Per me – confida – è sempre un'emozione partecipare alle fasi del processo filatelico: preparatoria, di realizzazione, di distribuzione e commercializzazione del francobollo e del prodotto, nonché di un evento collegato all'emissione o di un evento extra emissione. È come prepararsi a un esame, seguendo ogni fase e confrontandosi con i colleghi affinché tutto si possa svolgere nel migliore dei modi. È un lavoro H24, che amo e faccio con passione, anche per la sua valenza sociale».



Giusy Napolitano, Filatelia Mercato Privati

### ASTI

## CHE ROMBO DI TUONO ALLO SPORTELLLO C'È SIMONA SULL'HARLEY DAVIDSON



**S**imona Doglio è una sportellista della Filiale di Asti che ha iniziato giovanissima a lavorare nel centro di smistamento torinese di Cebrosa, guidando furgoni e consegnando i telegrammi nella zona Sud con un Piaggio 125. La sua è una vita su due ruote, sia professionale sia nel tempo libero. Simona ha un grande amore che coltiva fin da giovanissima, da quando, a 20 anni, un fidanzato le regalò una Tuareg Rally 125. Oggi partecipa spesso a motoraduni in tutto il nord

Italia e a qualche gara per sole donne, come lo scorso ottobre a Brescia al famoso "Rombo di tuono", dove si è guadagnata un meritissimo primo posto nonostante la frattura di clavicola e costola. Simona si alterna tra il lavoro nell'Ufficio Postale, tra clienti e obiettivi di budget, e lunghe corse all'aria aperta con la sua Harley Davidson! Accuratamente personalizzata con il logo "Zampa d'orso" con la S di Simona. «A ottobre 2009 ho realizzato il sogno della mia vita... la mia Black Candy!

Ero in un concessionario multimarche per vedere la Kawasaki VN900 e dietro c'era lei, piccola nera e molto rock. La mia amica mi guardò e disse: "Simo la tua moto è quella, prova a salire". Leggendo sul serbatoio la scritta Harley Davidson le dissi "non salgo nemmeno, non posso permettermela". Il commesso si avvicinò e mi disse che provarla non costava nulla. Due giorni dopo, uscii da quel concessionario con lei, il sorriso stampato in faccia e qualche lacrima di felicità».



# assicurazioni

**LA STORIA** Una vita all'Ufficio di Monteverde Vecchio a Roma e ora la tranquillità familiare, ottenuta anche grazie all'idea di salvaguardare il suo domani

## Annarita lascia l'ufficio, va in pensione e si assicura il futuro

**A**nnarita Cassanelli è entrata in Poste Italiane a 28 anni, oggi la incontriamo nella duplice veste di collega prossima alla pensione e cliente assicurata.

Era l'anno dei Mondiali, quelli dell'82, quando Annarita iniziava la sua avventura in un Ufficio Postale: nel raccontarci la sua lunga storia in Poste Italiane è inevitabile che emergano alcuni ricordi del suo ufficio di riferimento a Roma, nel quartiere di Monteverde vecchio.

Le persone sono al centro dei suoi pensieri, ricorda quelle con cui ha lavorato e quelle che frequentavano l'Ufficio Postale. «Tra i valori che porto nel mio bagaglio c'è il senso di appartenenza - racconta - ho fatto parte di una bella squadra nella quale ognuno si impegnava nel conquistare e mantenere la fiducia dei nostri clienti. Al punto che alcuni di loro si erano talmente affezionati che sceglievano di venire a trovarci anche quando andavano a vivere altrove. Mi ricordo in particolare di alcuni signori anziani che, trasferiti temporaneamente a casa dei figli in altri quartieri, attraversavano la città per venire di persona a fare delle operazioni, o ritirare la pensione. E salutarci. Eravamo gratificati di essere al centro di un passaparola di quartiere, arrivava ogni tanto qualcuno che si rivolgeva a noi perché un amico o un conoscente gliene aveva parlato bene. L'Ufficio Postale in un quartiere, come in un piccolo centro, è un punto di riferimento, è una grande responsabilità e fonte di soddisfazione rapportarsi con le persone ogni giorno. Quando anche io sono dall'altra parte dello sportello, devo dire che sperimento in prima persona questo legame». Dipendente e prossima pensionata, ma anche assicurata. Le chiediamo quale

è la prima polizza con cui ha pensato di proteggersi e ci indica Postaprotezione Multirc, la soluzione che protegge in caso di danni che si possono involontariamente provocare a terzi. Ha deciso di sottoscriverla qualche tempo fa, appena è stata lanciata da Poste Assicura, la compagnia danni di Poste Italiane, perché aveva l'esigenza di sentirsi tutelata in caso di danni che lei stessa o qualcuno della famiglia potesse involontariamente provocare: un giocattolo che cade dal balcone, un danno provocato da un animale domestico, un bambino che rompe un oggetto di valore. Sono casi esemplificativi di una vasta categoria di eventi che possono mettere alla prova la tranquillità della vita quotidiana e dai quali ci si può



proteggere con una soluzione assicurativa accessibile: con pochi euro al mese e scegliendo la copertura che è più congeniale al proprio stile di vita.

«Sono ancora assicurata dopo tanti anni. In famiglia abbiamo un cane, ma oltre ai danni che possono essere provocati da un animale domestico, sono tanti gli eventi che tutti i giorni possono capitare involontariamente: ci si sente più sicuri nel sapere che c'è un aiuto nell'eventualità che accadano», così Annarita conferma la sua scelta.

Come dipendente, aveva già scelto anche di aderire al Fondo Salute di Poste Italiane, perché grazie al network di strutture convenzionate rappresenta un aiuto importante nell'affrontare le spese sanitarie che gravano su tutte le famiglie. Ci saluta anticipandoci che tornerà presto in sala consulenza a sedersi dalla parte opposta rispetto a dove è stata per tanti anni, perché in famiglia stanno valutando l'esigenza di altre soluzioni di protezione e risparmio assicurativo. Sono tanti i desideri da realizzare nella nuova vita da pensionata e la serenità è il più prezioso.

DI LUISA SAGRIPANTI

**P**iccolo test: quale delle due espressioni preferireste trovarvi a leggere all'interno di un contratto assicurativo?

**A.** Poste Assicura corrisponde, in caso di Infortunio indennizzabile ai termini di Polizza del figlio dell'Assicurato che comporti l'impossibilità a frequentare le lezioni per un periodo tale da determinare la perdita dell'anno scolastico, un'indennità pari a 2.000,00 Euro se l'Opzione Vincolata è stata attivata da un solo genitore oppure pari a 3.000,00 Euro se l'Opzione Vincolata è stata attivata da entrambi i genitori.

**B.** A chi sceglie il modulo Morte e Invalidità permanente, Poste Assicura offre in più la garanzia Perdita anno scolastico. Se il figlio dell'Assicurato subisce un Infortunio che gli impedisce di frequentare le lezioni tanto da perdere l'anno scolastico, Poste Assicura paga al Beneficiario:

- 2.000 euro se è assicurato un solo genitore
- 3.000 euro se sono assicurati entrambi i genitori.



### L'assicurazione in Poste semplifica il linguaggio

Immaginiamo che la risposta sia B ed è una dimostrazione esemplificativa del lavoro che Poste Vita e Poste Assicura, le compagnie assicurative rispettivamente vita e danni di Poste Italiane, stanno sviluppando per la semplificazione delle condizioni contrattuali. Il brano A appartiene al "vecchio" linguaggio assicurativo. Con la disposizione del marzo 2018 IVASS, l'organismo regolatorio del settore, ha regolamentato la necessità di adottare dei criteri di semplificazione nella documentazione contrattuale, al fine di facilitare il cliente nella comprensione delle garanzie che sottoscrive. La richiesta di IVASS è stata l'occasione per mettere in atto una rivoluzione nella semplificazione del linguaggio, che gradualmente si stava già cercando di applicare. Ne parliamo con chi ha partecipato in prima persona a questo progetto, nell'ambito di un team trasversale composto da varie professionalità interne alle compagnie - dal marketing, all'attuariato fino alle liquidazioni - e che ha visto il contributo esterno di esperti di linguistica. «L'assicuratese si è trasformato in un linguaggio più vicino a quello di uso comune - spiega Costanza Pallese, Ufficio Prodotti di Poste Assicura - Notiamo infatti che sono stati tradotti molti tecnicismi, dove necessario sono stati inseriti esempi in modo da rendere immediata la comprensione, mentre a livello di sintassi e punteggiatura è stato fatto un intervento strutturale attraverso l'articolazione di frasi brevi e l'utilizzo limitato di periodi subordinati per rendere più fruibile possibile il testo, limitarne la "fatica" di lettura e agevolarne la comprensione». «Anche a livello di design - prosegue Costanza - la documentazione contrattuale si è semplificata con un editing che favorisce la leggibilità grazie anche all'inserimento di icone che contribuiscono all'immediatezza dei contenuti. L'intervento è andato ben oltre quanto richiesto dalle disposizioni regolamentarie ed è stato portato avanti cercando di dismettere i panni dell'assicuratore per identificarsi con il cliente, essergli vicini. È stata disegnata una nuova architettura per la documentazione contrattuale, pur sempre esaustiva ma con paragrafi dai titoli focalizzati in maniera diretta sui contenuti e trasformati in forma di domanda, per rendere ancora più immediate le risposte che il cliente si aspetta nella lettura del contratto». (L. S.)

Immaginiamo che la risposta sia B ed è una dimostrazione esemplificativa del lavoro che Poste Vita e Poste Assicura, le compagnie assicurative rispettivamente vita e danni di Poste Italiane, stanno sviluppando per la semplificazione delle condizioni contrattuali. Il brano A appartiene al "vecchio" linguaggio assicurativo. Con la disposizione del marzo 2018 IVASS, l'organismo regolatorio del settore, ha regolamentato la necessità di adottare dei criteri di semplificazione nella documentazione contrattuale, al fine di facilitare il cliente nella comprensione delle garanzie che sottoscrive. La richiesta di IVASS è stata l'occasione per mettere in atto una rivoluzione nella semplificazione del linguaggio, che gradualmente si stava già cercando di applicare. Ne parliamo con chi ha partecipato in prima persona a questo progetto, nell'ambito di un team trasversale composto da varie professionalità interne alle compagnie - dal marketing, all'attuariato fino alle liquidazioni - e che ha visto il contributo esterno di esperti di linguistica. «L'assicuratese si è trasformato in un linguaggio più vicino a quello di uso comune - spiega Costanza Pallese, Ufficio Prodotti di Poste Assicura - Notiamo infatti che sono stati tradotti molti tecnicismi, dove necessario sono stati inseriti esempi in modo da rendere immediata la comprensione, mentre a livello di sintassi e punteggiatura è stato fatto un intervento strutturale attraverso l'articolazione di frasi brevi e l'utilizzo limitato di periodi subordinati per rendere più fruibile possibile il testo, limitarne la "fatica" di lettura e agevolarne la comprensione». «Anche a livello di design - prosegue Costanza - la documentazione contrattuale si è semplificata con un editing che favorisce la leggibilità grazie anche all'inserimento di icone che contribuiscono all'immediatezza dei contenuti. L'intervento è andato ben oltre quanto richiesto dalle disposizioni regolamentarie ed è stato portato avanti cercando di dismettere i panni dell'assicuratore per identificarsi con il cliente, essergli vicini. È stata disegnata una nuova architettura per la documentazione contrattuale, pur sempre esaustiva ma con paragrafi dai titoli focalizzati in maniera diretta sui contenuti e trasformati in forma di domanda, per rendere ancora più immediate le risposte che il cliente si aspetta nella lettura del contratto». (L. S.)



# il personaggio

**INTERVISTA** L'attore romano è interprete di alcuni storici spot di BancoPosta. E non nasconde il suo animo romantico: «Lettere e cartoline richiedono un investimento di tempo e sanno trasmettere emozioni intense, in un Paese complicato come il nostro c'è bisogno di riscoprire la semplicità dei piccoli gesti quotidiani»

Un'immagine dello spot di BancoPosta con protagonista un giovanissimo Flavio Insinna. A destra, il presentatore dell'Eredità



## Flavio Insinna «Con voi, una storia d'amore iniziata 16 anni fa»

**D**ai tempi del lancio di BancoPosta, quando era un giovane attore cresciuto nella scuola di Gigi Proietti e reduce dalla gavetta teatrale, Flavio Insinna è uno dei volti più familiari per Poste Italiane e per i nostri clienti. Da allora le strade di Poste Italiane e del presentatore televisivo si sono incontrate più volte, fino alla più recente telepromozione di Poste Mobile Casa Facile, nella quale si illustrano i vantaggi dell'offerta telefonica con un'attrice che interpreta la zia di Flavio. Di ricordi legati alle Poste, ai postini e alle lettere – quelle che ancora oggi riceve dagli ammiratori (e soprattutto dalle ammiratrici) – Flavio, che non ha un buon rapporto con le e-mail, ne ha molti e significativi e li racconta ammettendo: «Non mi sono mai vergognato degli eccessi romantici».

**Flavio, che rapporto hai con le lettere?**  
«Voglio rispondere affidandomi a un mix di istinto e sentimento. Dietro all'invio di una lettera c'è sempre un investimento di tempo, forse la cosa più preziosa che abbiamo nella vita. E spenderlo per gli altri è una cosa importante. Ricordo una signora che mi scrisse dall'estero, aveva una brut-

tissima malattia. Le risposi inviandole una foto con dedica e lei, dopo qualche tempo, mi scrisse di nuovo dicendomi che il mio sorriso sul comodino le aveva dato tanta forza e compagnia nell'affrontare il dolore. È stata un'emozione e anche una piccola lezione: da allora dico sempre a mia madre di aprire tutte le lettere che la gente mi scrive. Quando ci sono storie che riguardano bambini o persone che hanno bisogno di ritrovare un sorriso rispondo sempre volentieri».

**Dietro a una lettera c'è sempre un postino...**

«Mio padre era ufficiale medico in Marina e raccontava sempre un episodio risalente alla fine degli anni '50. A Stoccolma venne accompagnato da una guida a visitare la città e a un certo punto passò un uomo che indossava una divisa elegantissima. Quando chiese di quale "corpo militare" si trattasse la guida rispose: "Quello è l'uomo più importante della città, è il postino. Senza di lui non ci sarebbero né le lettere d'amore né le comunicazioni ufficiali"».

**Oggi le e-mail e whatsapp hanno cambiato tutto. C'è qualcosa che ti manca?**

«Non voglio fare a tutti i costi il passatista, ma ricordo con grande emozione le cartoline: per esempio, quelle che io e mia sorella ci scrivevamo con mio padre quando andavamo al mare d'estate. Eravamo a un'ora da Roma ma sembrava che arrivassero dall'altra parte del mondo... Mi ricordo che in vacanza, che fosse al mare o in montagna, c'era sempre il pomeriggio dedicato alle cartoline. Così come conservo quelle che mia nonna ci scriveva dai suoi viaggi o quelle dei tempi di quando ero in servizio militare. Quando le ritrovo, magari infilato in qualche libro, è sempre una piacevole sorpresa».

**Anche il cinema e il teatro vivono di questo romanticismo. Hai progetti legati a questo tuo animo retrò?**

«Con un mio caro amico, Fabio Masi, stiamo portando nelle carceri lo spettacolo "Cento lettere" interpretato dai detenuti di Pescara e basato sul suo rapporto epistolare con uno di loro. A volte non ci rendiamo conto di quanto sia ancora "potente" il mezzo più vecchio di tutti, l'unico consentito in luoghi come il carcere».

**Come è nato, invece, il tuo rapporto con Poste Italiane e che ricordo hai dei**

**primi spot girati per BancoPosta?**

«All'epoca la gente non mi conosceva ed ebbi il piacere e l'onore di lavorare con il grande Ferzan Ozpetek. I suoi spot erano piccoli capolavori, che univano la pubblicità al cinema e al senso estetico. Negli anni successivi ci fu la campagna sui pacchi: all'epoca presentavo "Affari tuoi" e mi venne spontaneo propormi per il ruolo di chi li consegnava. Con Poste ci siamo simpatici, ci divertiamo e continuiamo a collaborare».

**Negli spot e nelle televendite di Poste interpreti la semplicità, la normalità che le persone si aspettano dai portali lettere e da tutti i servizi di Poste Italiane. Secondo te oggi la semplicità è un valore?**

«Nel 2016 feci un programma sugli Europei di calcio su Rai Uno e imparai una frase bellissima di Johan Cruyff: "Giocare a calcio è semplice, ma giocare un calcio semplice è la cosa più difficile". Penso che questa massima di un grande campione si possa applicare anche alla vita: dovrebbe essere la cosa più semplice, ma renderla semplice agli altri è la cosa più difficile del mondo. In un Paese così complicato come il nostro c'è davvero bisogno di riscoprire la semplicità».

DI FILIPPO CAVALLARO



# news da poste

**NOVITÀ** L'imposta di bollo per il 2019 sarà rimborsata ai Libretti Minori intestati a chi non ha compiuto 18 anni nel 2019

**D**over fare un regalo a un bimbo o una bimba mette sempre un po' in crisi. Si pensa a gioielli d'oro o pietre preziose che nel tempo perderanno valore o non saranno più di moda quando avranno l'età per poterli portare; e questo problema potrebbe esserci anche nel caso di altri oggetti come macchine fotografiche, cellulari o altro. Di certo i soldi restano il regalo più utile, ma alcuni sono restii a consegnare una busta con il contante. L'idea più interessante e ancora molto usata resta quella del Libretto Postale intestato ai minori, o i Buoni intestati ai Minori. Ad oggi i Libretti intestati ai minori sono circa 1,2 milioni e il primo Libretto aperto risale al 2003. I genitori che vogliono costruire un po' alla volta, anche con piccole somme, il futuro dei figli, sono gli unici che possono aprire un Libretto per i minori, mentre amici e parenti potranno contribuire al risparmio del minore versando sul Libretto oppure acquistando dei Buoni dedicati. Tali Buoni possono essere intestati a minori da 0 a 16 anni e mezzo non compiuti e maturano interessi fino al compimento del 18° anno di età. Offrono rendimenti interessanti, godono di una tassazione agevolata del 12,50% sugli interessi e possono essere sottoscritti a partire da

**DI CONCETTA GELARDI**

50 euro. L'emissione è prevista anche tramite il Piano di Risparmio "Piccoli e Buoni" che consente di effettuare delle sottoscrizioni periodiche in modalità automatica senza doversi recare in Ufficio Postale. Con il Libretto destinato ai minori si aiutano i più piccoli a imparare il valore del risparmio, accompagnandoli a costruire il loro futuro, un po' alla volta, anche con piccole somme. Il Libretto accompagna il bambino dagli 0 ai 18 anni e sono disponibili tre tipologie a cui corrispondono tre fasce di età, con tre diversi livelli di autonomia: "IO Cresco" dedicato ai bambini tra 0 e 12 anni; "IO Conosco" dedicato ai ragazzi tra 12 e 14 anni; "IO Capisco" dedicato ai ragazzi tra 14 e 18 anni.

Il passaggio da una tipologia all'altra è automatico al compimento dei 12 e 14 anni. Per abituare i ragazzi anche all'u-

## Libretto Postale: un regalo per crescere e scoprire il risparmio

tilizzo della carta in sostituzione del contante, è previsto il rilascio della Carta IO, con la quale i titolari dei Libretti di Risparmio dai 12 anni in poi possono effettuare versamenti e prelievi in autonomia, nei limiti indicati nel Foglio informativo in vigore, presso tutti gli uffici postali e negli sportelli automatici (ATM) del circuito Postamat.

Come tutti i prodotti del Risparmio Postale Buoni e Libretti sono garantiti dallo Stato Italiano, emessi da Cassa depositi e prestiti, collocati da Poste Italiane e non presentano costi ad eccezione degli oneri di natura fiscale.

Quest'anno c'è un motivo in più per scegliere il Libretto come regalo che apre le porte ai piccoli e grandi progetti che il festeggiato vorrà realizzare: il rimborso dell'imposta di bollo. Infatti, i Libretti di Risparmio Postale prevedono l'applicazione dell'Imposta di bollo nella misura di 34,20 euro annui, laddove la giacenza media annua (GMA) sia uguale e/o superiore a 5.000 euro, considerando tutti i Libretti aventi la medesima intestazione. L'importo dell'Imposta di bollo dovuta per l'anno 2019, per i titolari dei Libretti Minori, sarà restituita al titolare a condizione che: il Libretto dedicato ai Minori risulti in essere alla data del 31 dicembre 2019 e il titolare non abbia compiuto 18 anni nel corso dell'anno. Per tutte le informazioni su come aprire e gestire il Libretto Minori basta andare sul sito [poste.it](http://poste.it) o all'ufficio postale più vicino.



MILANO  
DIGITAL  
WEEK

YESMILANO

## Postepay Spa protagonista alla Digital Week di Milano

**P**ostepay Spa ha partecipato alla Digital Week 2019, evento milanese che ha posto l'attenzione sulle tecnologie in grado di trasformare le abitudini e le relazioni dei cittadini. La mission di Postepay Spa è quella di intercettare e guidare il cambiamento delle abitudini di consumatori e imprese con la creazione di prodotti e servizi integrati nell'ambito dei pagamenti mobili e digitali. Al centro dell'ecosistema di Postepay Spa c'è l'App Postepay che, integrando funzionalità esclusive e servizi di pagamento ad alta frequenza di utilizzo quotidiano, risulta essere uno dei digital wallet più apprezzati. L'App consente di gestire, in

mobilità e da un unico punto di accesso, servizi di pagamento e di telefonia, di pagare i bollettini, effettuare ricariche telefoniche, disporre Bonifici e Postagiuro, trasferire piccole somme di denaro grazie al servizio "p2p" e Giga tra SIM Postemobile Connect (G2G), in tempo reale all'interno della community Postepay che conta attualmente oltre 13 milioni di persone. Tramite l'App è anche possibile pagare con smartphone nei punti vendita che accettano Google Pay, acquistare titoli di viaggio dei mezzi pubblici e di Trenitalia e pagare la sosta sulle strisce blu di oltre 100 città italiane e il rifornimento carburante nei distributori abilitati.





**BRAND** Il nome, la grafica accattivante e altre novità di prodotto rendono la spedizione pacchi allo sportello semplice e al passo coi tempi

# Poste Delivery la nuova gamma che rivoluziona l'offerta pacchi

**È** stato lanciato l'11 marzo Poste Delivery, il nuovo brand unico per le spedizioni dei pacchi disponibile su tutta la rete degli Uffici Postali e on line tramite il sito [poste.it](http://poste.it). Poste

Delivery ha l'ambizioso compito di superare i diversi brand "storici" sviluppati nel corso degli anni: Paccocelere, Pacco Ordinario, Gammafree, Paccoweb, EMS, QPE. È una novità tra le più importanti di quest'anno e si colloca nel solco del rinnovo dell'offerta dei servizi di spedizione. Con la nascita di Poste Delivery, l'Azienda intende rafforzare la capacità di essere vicini alle esigenze delle persone che spediscono pacchi: continueremo a garantire la semplicità di utilizzo per tutte le mamme che spediscono un maglione al figlio andato a studiare lontano, ma vogliamo essere ancora più competitivi per coloro che utilizzano i nostri servizi per attività professionale, ad esempio per chi ha un sito di commercio on line oppure chi scambia pezzi da collezione.

La nuova gamma Poste Delivery è davvero completa, con le spedizioni nazionali e internazionali, le spedizioni standard e quelle più urgenti. E con Poste Delivery Box, le nuove confezioni preaffrancate, è ancora più facile spedire con Poste Italiane. Per chi preferisce spedire online, Poste Delivery Web è la soluzione disegnata ad hoc. Il nome della nuova gamma pacchi è frutto di ricerche di mercato, di un confronto con i nostri clienti e con chi vende questi prodotti negli Uffici Postali: Poste Delivery vuole trasmettere un senso di certezza e affidabilità dei nostri servizi di consegna pacchi che tanta evoluzione hanno avuto e avranno nel prossimo futuro.

Un nuovo nome, una nuova grafica accattivante e altre novità di prodotto per rendere la nostra offerta di spedizione pacchi allo sportello contemporanea e ancor più facile. Il lancio della nuova gamma è accompagnato da un piano di formazione per la rete di vendita, da una ampia campagna di comunicazione esterna e dalla presenza dei nuovi materiali informativi per i nostri clienti negli Uffici Postali. (A.L.)

## I PRIMI 6 MESI SONO GRATIS Chi non vuole aspettare sceglie Telepass

Muoviti senza pensieri con Telepass Family, la soluzione che semplifica ogni spostamento. Scegliendo Telepass si può pagare velocemente: il pedaggio grazie alle corsie dedicate; i parcheggi in struttura convenzionati; l'accesso all'Area C di Milano e il traghetto sullo stretto di Messina. Aggiungendo l'Opzione Premium si usufruisce anche del soccorso stradale gratuito h24 su tutte le strade e autostrade italiane e tanti altri vantaggi esclusivi. Grazie a Conto BancoPosta ci sono 6 mesi di canone gratuito Telepass Family e Telepass Premium per i nuovi contratti sottoscritti dal 08/04/2019 al 15/05/2019. Basta avere l'accredito dello stipendio o della pensione sul Conto BancoPosta e recarsi nel proprio Ufficio Postale per sottoscrivere il modulo Telepass Family BancoPosta e viene consegnato il Telepass già attivo.



Messaggio Pubblicitario con finalità promozionale. Offerta valida per chi sottoscrive un contratto Telepass family e Telepass Premium dal 08/04/2019 al 15/05/2019. La promozione è valida solo per i nuovi contratti. Al termine dei 6 mesi di gratuità il costo trimestrale sarà pari a 3,78 € per il Telepass Family e 4,50 € per il Telepass Premium (IVA inclusa). Promozione non cumulabile con eventuali altre in corso. La documentazione contrattuale Telepass è consultabile su [telepass.com](http://telepass.com).

## CONCORSO SAMSUNG Per i nuovi titolari di conto in palio smartphone e tv

Un grande concorso per tutti i nuovi titolari di Conto BancoPosta che aprono il conto fino al 2 giugno e lo abilitano in APP BancoPosta. Potranno infatti partecipare all'estrazione giornaliera di uno smartphone Samsung Galaxy S10 oppure di tre pacchetti Smart Home Samsung come superpremi (che comprendono un TV 4K 55 pollici, Soundbar 2.1 canali, Samsung Galaxy S10, Tablet TabS4 LTE, Smartwatch Galaxy 46mm, Frigorifero Family Hub Side by Side e Aspirapolvere Powerbot).

**DIALOGANDO**

**CON I CONSUMATORI**

## DOPO L'ACCORDO CON LE ASSOCIAZIONI Ecco la prima newsletter nata nel nostro "Cantiere"

È stato inviato nei giorni scorsi il primo numero del 2019 della newsletter "Dialogando con i consumatori". In prima pagina, le nuove iniziative di Poste Italiane legate alla Cyber security e alle frodi online; al suo interno, un'intervista doppia sull'Internet delle Cose al Responsabile del CERT (Computer Emergency Response Team), Nicola Sotira, e al presidente dell'Unione Nazionale Consumatori, Massimiliano Dona, che si sono confrontati sui nuovi scenari legati alla privacy e alla gestione dei dati. La newsletter, nata nel 2018, è una delle iniziative previste dal terzo Accordo Quadro, siglato dall'AD Matteo Del Fante e dai responsabili nazionali delle Associazioni dei consumatori. Il progetto, nato durante gli incontri mensili del Cantiere Consumatori (il tavolo di lavoro permanente di Poste con le Associazioni), viene portato avanti da un team di redattori di ambo le parti. Questo strumento informativo è destinato ai nostri uffici di comunicazione territoriale che, a loro volta, la inviano a tutti i rappresentanti territoriali delle Associazioni. La newsletter "Dialogando con i consumatori" mira ad accorciare la distanza tra le strutture centrali e quelle periferiche, raccontando le iniziative, i progetti, le presentazioni di nuovi prodotti e tutto ciò che avviene durante il Cantiere Consumatori, attraverso articoli, foto e interviste doppie.



## welfare

**ORIENTAMENTO** Il progetto Push to Open è sbarcato a Poste Italiane in un workshop dove si è parlato di benessere organizzativo e dei temi dell'ONU verso il 2030

# «Spieghiamo ai nostri figli quale strada seguire»

**I**nsegnare ai giovani (e ai loro genitori) quale strada intraprendere nel mondo dell'università e del lavoro, cercando di capire le professioni del futuro e sviluppando quelle capacità trasversali che valgono oro nello scenario attuale dell'impiego. Il progetto "Push to Open" è sbarcato anche a Poste Italiane, tramite un workshop molto partecipato il 13 marzo scorso, nel quale i ragazzi (quarto e quinto anno della scuola superiore) hanno lavorato insieme ai tutor su temi legati all'agenda Onu del 2030 e in particolare sul benessere organizzativo. È stato molto interessante scandagliare questo tema con le proposte e le domande "fresche" dei ragazzi (in larga parte figli di dipendenti del Gruppo), che hanno avuto finora solo dei piccoli approcci con questo mondo tramite i programmi di alternanza scuola-lavoro. Barbara Demichelis, direttore editoriale Push to Open, ha potuto tracciare un'analisi approfondita sui ragazzi della cosiddetta generazione Z, sulla loro visione del mondo del lavoro e sulle aspettative, anche grazie ad appuntamenti come quello avvenuto nella sede centrale di Viale Europa.

## Quali sono i loro tratti distintivi dei nativi tecnologici?

«Non conoscono affatto o comunque molto poco il mondo del lavoro e fanno ancora molta fatica a comprendere cosa sia un'azienda o un'organizzazione lavorativa in genere. Sulle ambizioni e aspirazioni il panorama è variegato e il contesto geo-sociale incide. Lo abbiamo visto nei nostri open day di inizio programma ad esempio fra Nord e Centro. Il livello di fiducia in se stessi e in un futuro del loro paese è in generale scarso».

DI ANDREA VOLTOLINA



**BARBARA DEMICHELIS**  
DIRETTORE  
EDITORIALE  
PUSH TO OPEN

## A quali tematiche le sono parsi più attenti i ragazzi, anche in occasione del workshop di Poste Italiane?

«Stiamo riscontrando una elevata attenzione a coniugare crescita e innovazione con aspetti di attenzione al sociale, all'ambiente (fonti energetiche, mobilità) e soprattutto alla "persona", alle relazioni (uso e abuso del digitale). Un altro punto di attenzione è per loro il tempo a disposizione per sé e per gli altri, un certo desiderio di cambiare lo stile di vita che si fa strada, mano a mano che diventano più consapevoli del proprio futuro. Un commento che abbiamo costantemente a fine giornata dai ragazzi è quanto sia stato interessante e utile per loro trovarsi a discutere in gruppi con dei coetanei su questi temi, in modo originale ma strutturato, potendo capire anche nel concreto cosa sono le famose competenze trasversali o *soft skill* di cui parliamo noi adulti, dentro e fuori le aziende. Ovvero: collaborare, comunicare efficacemente, trovare soluzioni, essere creativi, risolvere i problemi».

## Come immaginano i ragazzi il loro mestiere e l'azienda del futuro?

«Nessuno di noi ha la risposta giusta sugli scenari futuri ma è fondamentale costruirci degli scenari possibili e soprattutto aiutare i genitori a non influenzare i ragazzi con una visione del mondo del lavoro, quella che conoscono, che non è più attuale. Quanto ai ragazzi, emerge che fra le due caratteristiche più importanti che vorrebbero trovare nel loro primo lavoro ci sono il poter fare bene ciò che hanno imparato a scuola e il sentirsi coinvolti nel costruire il futuro dell'organizzazione in cui andranno».



Un momento del seminario Push to Open lo scorso 13 marzo a Poste Italiane

## SOSTEGNO ALLA GENITORIALITÀ Un seminario per dare risposte ai mille dubbi di mamma e papà sull'alimentazione

L'allattamento, l'alimentazione in età pediatrica, il giusto approccio verso il cibo: temi fondamentali per chi è genitore e molto spesso avvolti da dubbi, falsi miti, curiosità. Il seminario sulla corretta alimentazione dello scorso 7 marzo, organizzato ad hoc per l'asilo Poste Bimbi ed esteso ai dipendenti, è servito a fare chiarezza su molte questioni che riguardano il cibo dei nostri bambini: non a caso la partecipazione è stata ampia, una platea di mamme e di papà, che hanno ascoltato le "istruzioni" della pediatra Christiana Fornari per avvicinare i bambini ai vari alimenti senza avere problemi in futuro. Due ore di spiegazioni



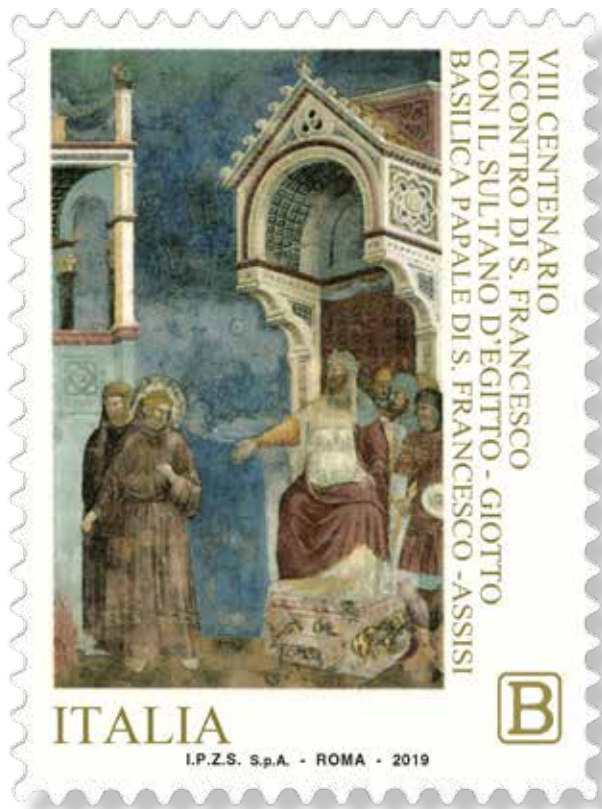
e di confronto, con molte domande da parte dei dipendenti, estremamente partecipi. Valentina Masi, che lavora nell'Ufficio postale Roma 35, ha portato con sé il piccolo di pochi mesi pur di non perdere l'appuntamento: «La pediatra è molto preparata – ci spiega alla fine del

seminario – e non è per niente allarmista: mi ha tranquillizzato su alcune preoccupazioni, dandomi consigli molto mirati. È un'ottima iniziativa che l'Azienda pensa per noi: è bene potersi informare da professionisti qualificati e non affidarsi a Internet, dove si rischia di trovare notizie sbagliate». Sulla stessa linea anche Federica Iannotta, che lavora in Risorse Umane e Organizzazione e che aveva già seguito un altro appuntamento del percorso di sostegno alla genitorialità avviato da Poste Italiane: «Ho due bimbi, di 4 anni e di 2: l'incontro è stato molto utile per la spiegazione dei vari tipi di cibi e delle quantità. Ne farò sicuramente tesoro, anche se nel mio caso il maschio mangia di tutto e si lascia guidare, la femmina è più autoritaria e decide lei: è una grande appassionata di spaghetti con la bottarga...». Molte le domande anche dei papà: da chi chiedeva lumi su latte e lattosio a chi, come Antonino Orlando, ha deciso di portarsi avanti con le conoscenze in vista del grande avvenimento: «Siamo in dolce attesa, ho appreso cose molto interessanti. Ora corro a casa a riferirle a mia moglie».



# filatelia

**ARTE** Il Ministero dello Sviluppo Economico ha emesso un francobollo dedicato all'ottavo centenario di uno dei momenti più significativi della storia dell'uomo, quando il Santo di Assisi si confrontò con il Sultano: un episodio affrescato magistralmente da Giotto



Il francobollo dedicato all'incontro di San Francesco con il Sultano riproduce uno degli affreschi che Giotto realizzò nella Basilica di San Francesco d'Assisi

## San Francesco: l'incontro storico su un francobollo

**F**rancesco e il Sultano: uno dei momenti segnanti della storia dell'uomo, non solo del Santo di Assisi. Era il 24 giugno 1219. Negli anni della quinta crociata, quando il Cristianesimo e l'Islam non avevano punti "d'incontro" ma solo di scontro, Francesco offre al mondo un esempio di come dovrebbero essere mantenute e intrattenute le relazioni umane. Il Ministero dello Sviluppo Economico ha emesso un francobollo celebra-

DI ERNESTO TACCONE

tivo dedicato all'Incontro di San Francesco con il Sultano, nell'ottavo centenario, relativo al valore della tariffa B pari a 1,10 euro. Il francobollo, presentato il primo marzo scorso, alla presenza del Ministro dello Sviluppo Economico Luigi Di Maio e della Presidente di Poste Italiane Maria Bianca Farina, riproduce uno degli affreschi che Giotto realizzò nella Basilica di San Francesco d'Assisi intitolato "La prova del fuoco davanti al Sultano". Un episodio che rimane uno dei modelli di concretezza del comportamento: Giotto illustra magistralmente questo incontro

## L'orgoglio di Matera città della cultura 2019 è da veri collezionisti

**U**n francobollo per celebrare Matera Capitale Europea della cultura. L'inconfondibile panorama della Città dei Sassi è raffigurato sul francobollo celebrativo, relativo al valore della tariffa B zona 1 pari a 1,15 euro, emesso da inizio marzo in due milioni e cinquecentomila esemplari. È stato realizzato anche un folder in formato A4 a due ante contenente un francobollo, una cartolina affrancata e annullata e una busta primo giorno di emissione, al costo di 12 euro. «Il titolo di Capitale europea della Cultura è il formale riconoscimento per la riottenuta dignità di Matera, uscita dalle nebbie e dalla subalternità e assurta ai vertici dell'attenzione mondiale» commenta Raffaello De Ruggieri, sindaco della cittadina lucana. «La città - aggiunge il primo cittadino - ha acquisito la consapevolezza di rappresentare l'Italia in Europa e nel Mondo. Accoglieremo i visitatori col sorriso della fierezza. Questa responsabilità, questo traguardo, questo riconoscimento non può essere solo un fatto formale, dev'essere un fatto viscerale, impresso nella coscienza dei materani».



nell'undicesima scena del ciclo pittorico - eseguito intorno al 1296 - che racconta la vita del Santo. Francesco al centro che indica sia il fuoco che se stesso, mentre a sinistra i sacerdoti musulmani si dileguano e, a destra, il Sultano - rifiutando l'offerta di Francesco di entrare nel fuoco da solo - a sua volta gli offre «molti doni preziosi... per distribuirli ai cristiani poveri e alle chiese, a salvezza dell'anima sua». Il Santo però, «poiché voleva restare libero dal peso del denaro», non accettò.

## pillole filateliche

### Il successo di Milanofil tra modellini e fumetti

Un altro successo per Milanofil, ormai un appuntamento fisso nel programma annuale filatelico, giunto alla sua 32esima edizione, che si è tenuta a Superstudio Più, nel quartiere milanese di via Tortona, distretto d'eccellenza per quanto riguarda il design e l'arte. Molte le novità apprezzate nello spazio espositivo. Per quanto riguarda il vinile, il folder dedicato a Domenico Modugno, con la riproduzione del disco "Dopo di Lei - Meraviglioso" uscito per la prima volta nel 1971, mentre gli appassionati di fumetti hanno ammirato una litografia disegnata direttamente da Giorgio Cavazzano, dedicata al francobollo emesso il 3 novembre 2017, per i 90 anni di Topolino, "Topolino e Pippo nei panni di Dante e Virgilio". Presentato anche un folder dedicato a Diabolik, uno a Spiderman e un terzo per i 50 anni di Sturmtruppen. Grande interesse anche per l'area dedicata ai modellini ferroviari (la raccolta

del Francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "il Patrimonio naturale e paesaggistico" dedicato al Trenino della Val Gardena) mentre per chi ama le auto d'epoca da segnalare c'è la raccolta contenente un esemplare del Francobollo celebrativo del centenario della fondazione della FIAT, emesso il 10 luglio 1999, e le riproduzioni filateliche di alcuni francobolli "automobilistici" conservati presso il Museo Storico della Comunicazione di Roma. Infine, il folder contenente lamine e francobolli emessi e dedicati alla Costituzione Italiana: lamina francobollo della Costituzione del 1958, francobollo 50° anniversario Repubblica 1996, foglietto "Repubblica Italiana nei Francobolli" 2003, francobollo 70° anniversario Repubblica 2016, lamina Francobollo Costituzione 1978, foglietto del 70° Anniversario Costituzione 2017 e la moneta IPZS 70° Anniversario Costituzione.







# APP APP URRÀ!

L'impegno del Gruppo Poste Italiane, nell'ambito del processo di trasformazione digitale, ottiene un nuovo importante riconoscimento. Il prestigioso premio "Eletto Prodotto dell'Anno 2019" è stato assegnato all'APP Postepay, per i servizi Postepay+ nella categoria "Servizi di Mobilità e Pubblica Utilità" e all'APP BancoPosta nella categoria "Servizi di Pianificazione e Gestione Spese" con le soluzioni di Gestione Digitale del Risparmio Postale e Personal Financial Management (PFM).

**Posteitaliane**

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per avere maggiori informazioni consultare i siti [www.postepay.it](http://www.postepay.it) e [www.poste.it](http://www.poste.it).

(\*) Ricerca PdA<sup>®</sup>/IRI 01/2019 su 12.000 consumatori italiani, su selezione di prodotti venduti in Italia. [prodottodellanno.it](http://prodottodellanno.it) cat. "Servizi di Mobilità e Pubblica Utilità" e "Servizi di Pianificazione e Gestione Spese".