

SALUTE

L'eccellenza sanitaria  
di Poste Centro Medico



IL DATO

Il 124% in più per chi ha  
investito in Poste 6 anni fa



## La FORZA del TERRITORIO

Il tour dei vertici nelle macroaree e il viaggio di Postenews in tutta Italia:  
i risultati, le buone pratiche e le Persone che rendono unica la nostra Azienda

L'INSERTO Così il territorio affronta i problemi e trova soluzioni

Genio e **innovazione**  
per gestire i record  
di **pacchi** a Roserio



Cessione del quinto:  
a **Pordenone** vince  
il fattore condivisione



In **Sicilia** la tutela  
della **sicurezza**  
è a portata di click





## storia di copertina

L'intervento dell'Amministratore Delegato al tour territoriale dei vertici di Poste

# «Pacchi e pedonabilità allo sportello le sfide decisive dei prossimi 10 anni»

Le parole di Del Fante: «Nel 2017 siamo stati capaci di focalizzarci sui nuovi trend e i risultati ci hanno dato ragione.

Nel nuovo piano industriale ci saranno le basi per diventare il primo operatore della logistica e valorizzare l'omnicanalità»

di **MATTEO DEL FANTE**

Inizierei con un grazie perché quello che siamo oggi lo dobbiamo a tutti voi. Non è una banalità, ma quello che veramente sento. Nel febbraio 2018 abbiamo presentato il piano Deliver 22 e abbiamo raggiunto gli obiettivi. L'utile netto è passato da 700 milioni a 1 miliardo e mezzo e il prossimo piano, su cui ci stiamo cominciando a confrontare, ha il grande obiettivo di raggiungere la cifra tonda dei 2 miliardi. La strategia che abbiamo implementato per questa azienda nel 2017 è stata quella giusta e continuiamo su questa strada con convinzione. È importante pensare che quello che noi decidiamo a livello strategico, dove indirizzare la nostra azienda, dove focalizzarci, dove non focalizzarci, ha un impatto non oggi, non nei prossimi due anni, ma nei prossimi 10, 20, 30 anni.

### I trend intercettati

Nel 2017 avevamo una serie di difficoltà, che ci portavamo dietro da anni, di mancata focalizzazione strategica su alcuni temi molto importanti. Il primo tema riguardava chiaramente il mondo dei pagamenti: noi abbiamo registrato circa 300 milioni di ricavi di bollettini, dieci anni fa eravamo a oltre 700. Sicuramente, non c'eravamo focalizzati sulla logistica. Non avevamo gestito l'aspetto competitivo della posta, quindi ci trovavamo dei prezzi in ambito corrispondenza assolutamente inadeguati rispetto al costo del servizio, e non avevamo investito nella logistica internazionale. Abbiamo deciso così di focalizzarci su quei trend che avrebbero caratterizzato il futuro e di posizionarci su quei trend. Quei trend erano chiaramente legati ai pacchi e-commerce. I pagamenti crescevano ma non c'erano più i bollettini, ci sono per fortuna le carte: nel 2022 sono state 2,3 miliardi le transazioni con carte. Per darvi un'idea di cosa significhi, il bancomat,



quindi tutte le banche italiane messe insieme, arriva a contarne 2,8. Non so se sarà nel 2023, sicuramente entro il 2024, con questi trend noi da soli avremo numeri superiori. L'altro grande trend riguardava chiaramente il digitale, quindi abbiamo fatto nel 2020 una riorganizzazione importante. Siamo passati da 1,8 milioni di interazioni giornaliere nel 2017 a 9,3 milioni; le operazioni fatte sono passate da 40 milioni a 157 milioni.

### Cosa abbiamo fatto

Abbiamo ricominciato a investire in maniera significativa nei centri di logistica, perché l'e-commerce richiede dei tempi di consegna più rapidi di quelli che ci potevamo permettere con le nostre tecnologie del passato. Siamo diventati, al netto di Amazon, il primo operatore di logistica di e-commerce, ormai da tre anni abbiamo riportato in utile la nostra compagnia aerea e ci siamo focalizzati nell'andare a scegliere delle aziende, con cinque acquisizioni, del settore della logistica: Sennder, Nexive, Milkman, Plurima e Sengi.

Vorrei spendere due parole in più sull'accordo con DHL: l'accordo prevede che il nostro Centro di smistamento di Bologna diventi un centro co-gestito. Stiamo iniziando un progetto importante, con Mipa e ovviamente PCL, di organizzazione della nostra forza

«L'accordo con DHL ci permetterà di avere un prodotto internazionale sul quale fare margine»

vendita perché finalmente avremo, dall'anno prossimo in poi, un prodotto internazionale sul quale potremmo fare margine. L'accordo prevede che tutti i pacchi e-commerce che arrivano in Italia del gruppo DHL arrivino in un unico centro di logistica: l'allineamen-

to tecnologico al quale stiamo lavorando è fondamentale perché permette a Poste la distribuzione. In ambito servizi assicurativi, i dati parlano da soli: siamo arrivati a 150 miliardi, siamo la prima compagnia Vita del Paese ma soprattutto siamo cresciuti nel ramo Danni. Con l'acquisizione di Net Insurance, che si è appena chiusa, avremo anche la possibilità di utilizzare altre reti periferiche di piccole banche, alle quali questa azienda si sta in questo momento appoggiando. Abbiamo rimesso al centro, nell'ambito dei servizi finanziari di Bancoposta, il risparmio postale: circa la metà delle nostre operazioni in sala consulenza vengono dedicate a questa attività del risparmio postale, che rimane centrale per noi e per il canale di raccolta dello Stato. Anche in ambito finanziario abbiamo fatto un paio di operazioni: Financit ci sta dando grande soddisfazione, perché stiamo crescendo molto bene nel ramo delle cessioni del quinto, mentre Moneyfarm, gradualmente, sta guadagnando spazio di mercato nel risparmio gestito. Nel 2017 ci venne quell'intuizione di non fare solo prodotti finanziari. Oggi PostePay vale da sola 5 miliardi, stiamo andando benissimo e questa è l'occasione anche per parlare dell'acquisto della rete di Lis che, con 55.000 punti, è una rete terza posseduta da Poste al 100%. Al 30 giugno abbiamo aumentato del 50% il numero di pacchi consegnati presso Lis. E poi sapete quanto sia importante per la nostra azienda Poste Energia: i primi numeri sono assolutamente incoraggianti. Questo non è un altro prodotto, ma un pilastro della attuale, e soprattutto un pilastro della futura, strategia dell'azienda.

### Due grandi sfide

Nel nuovo piano strategico le due grandi sfide sono sulla corrispondenza, ovviamente, e sulla pedonabilità. Sulla corrispondenza in 10 anni siamo scesi del 50%:

**Poste news**  
Il giornale del Gruppo Poste Italiane



Poste news è il mensile del Gruppo Poste Italiane: notizie, reportage, interviste e focus su tutti i temi che coinvolgono le persone e il business di Poste Italiane, dalla sostenibilità alla logistica, passando per l'innovazione, i pagamenti digitali, la previdenza, il risparmio e la costante attenzione per il territorio. La redazione di Poste news cura i contenuti del quotidiano online [www.tgposte.poste.it](http://www.tgposte.poste.it)

**DIRETTORE EDITORIALE**  
GIUSEPPE LASCO

**DIRETTORE COMUNICAZIONE**  
PAOLO IAMMATTEO

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
GIUSEPPE CAPORALE

**REDAZIONE**  
ENRICO CELANI  
RICCARDO PAOLO BABBI  
MARIANGELA BRUNO

MANUELA DEMARCO  
ANGELO LOMBARDI  
BARBARA PERVERSI  
ERNESTO TACCONE  
FRANCESCA TURCO

**GRAFICA ED EDITING**  
AGENZIA  
GIORNALISTICA  
9COLONNE

**CREDITI IMMAGINI**  
ARCHIVIO STORICO  
DI POSTE ITALIANE

MARCO MASTROIANNI  
9COLONNE  
ANSA  
IStock

**HANNO COLLABORATO**  
A QUESTO NUMERO  
FILIPPO CAVALLARO  
MARCELLO LARDO  
ISABELLA LIBERATORI  
PAOLO PAGLIARO

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

**REFERENTE**  
PER LA STAMPA  
POSTEL S.P.A.  
VIA CAMPOBELLO 43  
00071 POMEZIA (RM)



**Crescere sostenibili.**  
Per un 2030 carbon neutral

CHIUSO IN REDAZIONE IL 21 LUGLIO 2023

## PERFORMANCE DEL GRUPPO

Crescita del valore di Poste negli anni - Evoluzione dal 2017

€mld

### RICAVI

CAGR  
+2%



### EBIT

CAGR  
+15%



### UTILE NETTO

CAGR  
+17%



### INVESTITI IN POSTE

100€  
2017



da circa 4 a 2 miliardi di euro di ricavi e il trend è ineluttabile. Oggi siamo a 38 consense pro capite per italiano l'anno; ogni italiano riceve un item ogni 10-11 giorni e noi dobbiamo tenere in piedi una rete di logistica con 25.000 portalettere su scala nazionale, circa 15.000 persone in ambito smistamento. È necessario sicuramente un ripensamento e un posizionamento verso il futuro di questo spazio ma dobbiamo essere molto consapevoli del fatto che anche il tema di traffico negli uffici postali è in difficoltà. Non siamo al 50% ma quasi, perché eravamo nel 2012 a 1,6 milioni di persone che entravano in ufficio postale ogni giorno. Noi abbiamo tenuto la rete

## «I piccoli operatori economici hanno perso riferimenti: noi siamo ovunque al loro servizio»

ma siamo ora a 900.000 scarsi, quindi, il numero dei clienti purtroppo scende. È un tesoro, che purtroppo ogni giorno si riduce un pochino. La pandemia ha rappresentato un duro colpo, ha forzato tanti italiani a cambiare abitudini ed è difficile tornare indietro. Il nuovo piano tragherà l'azienda verso una nuova fase. Ricordo la fiducia che abbiamo ricevuto dal 2017 dalle organizzazioni sindacali. Non era scontata in quel momento. Dobbiamo ripensare al ruolo dei nostri colleghi in ambito PCL, che sia più vicino al mondo dei pacchi, che avete visto stanno crescendo con un grande vantaggio. Dobbiamo essere intelligenti: leggere questo asset come un plus e usarlo per diventare, da qui a dieci anni - e questo è il grande obiettivo - il primo operatore di logistica del Paese. Oggi lo siamo grazie alla corrispondenza, non lo siamo in ambito pacchi. L'obiettivo è diventarlo, nel medio termine, anche nel mondo della logistica dei pacchi. Per quanto riguarda gli uffici postali, la pedonalità che scende vuol dire che dobbiamo raggiungere i nostri clienti nel modo a loro più convenzionale, più facile, quindi parliamo di omnicanalità: il cliente ci vuole contattare sul web, vuole ricevere una telefonata, vuole andare sull'App, vuole prendere un appuntamento sull'App e poi andare in ufficio; noi dobbiamo rendergli la vita facile. Abbiamo già degli interessanti risultati in quest'ambito e stiamo a questo punto sempre di più mettendo il cliente al centro analizzando i suoi comportamenti: Polis va in quella direzione e mi fa piacere che i piccoli operatori economici stiano cominciando a entrare sempre di più in contatto con noi. Crediamo che l'ambito dei piccoli operatori economici sia un ambito fertile perché sul territorio non hanno più punti di riferimento: il sistema bancario sta riducendo la propria presenza. Ci manca il credito, perché ovviamente non possiamo dare le linee di credito, ma tutti gli altri servizi li possiamo dare molto bene. Credo che questo sia un ambito dove nei prossimi anni, e nel piano industriale, dovremo focalizzarci di più. Abbiamo un grande futuro davanti a noi. Vi ringrazio e, come in tutte le convention, chiudiamo con un "viva Poste Italiane!"



## EDITORIALE

# Il miglior partner per il Paese

di GIUSEPPE CAPORALE

«Chi ha investito in Poste sei anni fa oggi si trova un ritorno del 124%, più che raddoppiando il valore dell'investimento tra dividendi e quotazione dell'azione». Le parole dell'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, in un'intervista uscita a fine giugno sul Sole 24 Ore, riassumono quanto per l'Azienda la crescita resti un obiettivo cruciale. In questo caso, il dato di ritorno per gli azionisti è eclatante e delinea l'evoluzione globale del Gruppo registrata dal 2017 a oggi: i ricavi sono passati da 10,6 miliardi a 11,99 nel 2022, l'EBIT è passato da 1,1 miliardi a 2,3 miliardi così come l'utile netto. Un investimento di 100 euro su Poste fatto nel 2017 varrebbe 230 euro oggi.

La crescita del valore di Poste, come più volte abbiamo ripetuto, non è solo rivolta ai suoi azionisti ma al Paese intero. Il Gruppo è stato in grado, grazie al lavoro e all'impegno quotidiano delle sue singole persone, di contribuire alla creazione di valore lo scorso anno con impatti sul PIL per un valore complessivo di 12,9 miliardi di euro, sostenendo un totale di circa 181 mila posti di lavoro e contribuendo alle entrate della PA con circa 2,1 miliardi di euro in termini di gettito fiscale. Basti pensare che, nel corso del 2022, ogni persona di Poste ha contribuito alla creazione di impatti economici per il territorio pari a 107

mila euro di PIL, 58 mila euro di reddito per le famiglie, 11,6 mila euro di contributi fiscali. E, non ultimo, all'occupazione di 1,5 persone.

L'impatto è ancor più evidente se si vanno ad analizzare i dati delle diverse aree geografiche del Paese, divise per macroaree. Nelle sole regioni del Nord Ovest Poste ha generato impatti diretti e indiretti per oltre 1.140 milioni di euro del PIL, con circa 15.648 posti di lavoro e 491 milioni di euro di reddito distribuiti ai lavoratori impiegati sul territorio. Nella Macroarea Nord Est, gli impatti sul PIL hanno superato i 194 milioni di euro, con circa 2.977 posti di lavoro e 84 milioni di euro di reddito; al Centro Nord 121 milioni di euro del PIL, con circa 1.690 posti di lavoro e 51 milioni di euro di reddito, al Centro oltre 729 milioni di euro di PIL (circa 11.010 posti di lavoro e 323 milioni di euro di reddito), al Sud 323 milioni di euro di PIL (5.151 posti di lavoro e 155 milioni di euro di reddito). Infine, in Sicilia, oltre 70 milioni di euro di PIL (1.448 posti di lavoro e 45 milioni di euro di reddito). Questi numeri, unitamente alla rivoluzione del Progetto Polis ormai avviata e all'impegno negli ambiti della digitalizzazione dei servizi e dello sviluppo sostenibile, confermano il ruolo del Gruppo come miglior partner del Paese e dei suoi cittadini.

## MILANO - 10 luglio 2023



## Sostenibile ed ecologica: la carta FSC di Postenews rispetta l'ambiente

In linea con la strategia di sostenibilità di Poste Italiane, anche Postel sceglie la tutela dell'ambiente. Lo fa a partire dalla cosiddetta carta certificata FSC - la avete tra le mani anche quando sfogliate questo giornale - che caratterizza la produzione di stampe massive business in cui l'azienda è specializzata. Postel utilizza per qualsiasi tipo di comunicazione carta contraddistinta dal marchio FSC, che certifica una filiera di approvvigionamento sostenibile, grazie all'utilizzo di fibre derivate da foreste gestite in maniera corretta e responsabile, secondo rigorosi standard sociali, ambientali ed economici, e nel rispetto di quanto stabilito dal Forest Stewardship Council®.



## storia di copertina

# Il Condirettore Generale Giuseppe Lasco agli incontri territoriali «Sostenibilità e formazione: le persone sono al centro dell'universo di Poste»

Dall'impegno durante la pandemia al ruolo dell'azienda nell'applicazione del progetto Polis:

«Grazie alle scelte che abbiamo compiuto, oggi siamo tra i primi 25 brand più forti del mondo»

di GIUSEPPE LASCO

Sono passati tre anni dall'ultima volta in cui ci siamo visti, prima della pandemia, ed era il primo giro di boa in cui ci raccontavamo quello che era stato fatto e gli impegni per portare avanti e sostenere il piano industriale. Abbiamo preso degli impegni e li abbiamo mantenuti: in Poste Italiane quando diciamo una cosa la facciamo. L'azienda ha conquistato un peso specifico sempre maggiore in questi anni e io vorrei utilizzare questo mio spazio proprio per riflettere con voi su quello che è oggi l'azienda Poste Italiane nel panorama nazionale. Ho voluto raccogliere in tre punti il significato di Poste Italiane. Siamo un'azienda leader nel panorama nazionale: in questi anni abbiamo rafforzato la nostra leadership, abbiamo saputo far esplodere tante potenzialità inespresse. Siamo un'azienda di riferimento del Sistema Paese: lo ha ripetuto più volte il Presidente della Repubblica, lo ha ripetuto il Presidente Consiglio. Per far capire quale posizione Poste Italiane occupa oggi nel Paese basta fare riferimento al 30 gennaio scorso, quando abbiamo presentato il progetto Polis in un evento che penso che nessuno in Italia possa permettersi per forza, per sentiment, per partecipazione. C'erano il Presidente Repubblica, il Presidente del Senato e il Presidente del Consiglio, 14 ministri, più di 200 parlamentari, 5.000 sindaci in un evento straordinario che rimarrà nella storia di Poste Italiane. Questi elementi hanno accresciuto il nostro brand: oggi, terzo punto, siamo tra i 25 marchi più forti al mondo.

### Azienda leader

Siamo leader nazionale perché siamo leader in tutti i settori in cui andiamo a competere. Siamo leader nel settore logistico, nel corriere espresso, ce la giochiamo nel B2c, e ovviamente questo comporta anche gestire la più grande flotta aziendale del Paese, una flotta che a tendere sarà tutta green. Siamo il primo emittente di carte di pagamento, siamo punto di riferimento per il risparmio degli italiani con circa 600 miliardi gestiti, abbiamo la più grande rete finanziaria del Paese, c'è la rete invidiata



da tutti con 12.800 sportelli. Siamo la più grande infrastruttura digitale informatica del Paese, il primo provider di identità digitale con circa 30 milioni di utenti. E poi c'è l'elemento centrale che sono le persone: siamo circa 120.000, abbiamo una multi-professionalità sulla quale nessuna altra azienda può contare. Abbiamo circa 60.000 nostri colleghi pendolari, quindi c'è una mobilità anche culturale all'interno del nostro Paese con una presenza assoluta nei piccoli centri. Circa 12.000 colleghi lavorano ed erogano servizi in queste aree e anche questo è un elemento di sensibilità assoluta.

«Nessuna azienda può vantare una varietà di figure professionali come la nostra»

### Riferimento per l'Italia

Siamo riferimento del Paese perché in qualsiasi contesto emerga un'esigenza, Poste Italiane è presente: l'abbiamo fatto, di nostra iniziativa, mettendoci a disposizione dei piccoli comuni. È una scelta ben chiara, che fu fatta nel 2018, quella di

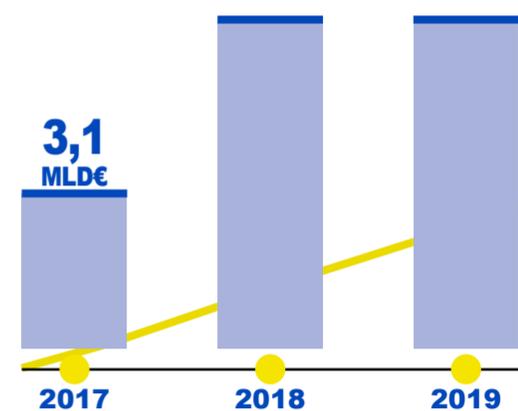
non chiudere nessun ufficio postale e investire su un prodotto che non è soltanto un prodotto di business, è un prodotto che va al di là del ritorno economico. C'è stato l'elemento del reddito di cittadinanza: in un mese la nostra struttura della digitale ha creato un prodotto, una piattaforma di gestione, che ha portato alla creazione di un processo che ha funzionato alla grande in un contesto complesso. Poi c'è stato il periodo della gestione della pandemia, dei vaccini: la nostra azienda ha dato una dimostrazione di organizzazione, di motivazione, di professionalità, di attaccamento ai valori dello Stato come nessun altro. Se oggi parliamo di posizionamento alto della nostra azienda, lo dobbiamo a quelle scelte e all'abnegazione dimostrata da parte di tutti, quindi grazie ai colleghi che non ci sono, perché in congedo, e anche ai colleghi che non ci sono più perché sono venuti a mancare: un grazie da parte dell'azienda per tutto il lavoro che è stato fatto.

### Brand e reputazione

Tutto questo, ovviamente, se fatto bene, se fatto con sostanza come lo facciamo noi, aumenta il livello dell'immagine del brand. Oggi siamo un'altra realtà percepita all'esterno: questo ha favorito molto l'erogazione di una serie di nuovi servizi. La qualità è fondamentale perché la reputazione, la trasparenza, l'elemento di gestione di un processo, se si basano su una qua-

## IL NOSTRO BRAND ECCELLENZA DEL PAESE

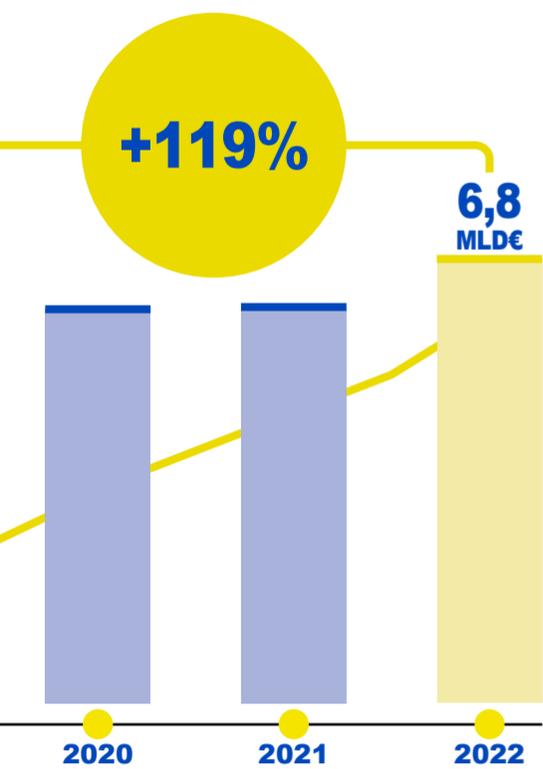
Poste ha più che raddoppiato il valore del Brand dal 2017 ad oggi



lità professionale e corretta, sono sempre vincenti. Noi oggi siamo tra i 25 marchi più apprezzati a livello mondiale ma il cambio di passo sostanziale è avvenuto nel mondo della sostenibilità, che in sostanza abbraccia ormai tutto l'architettura di un'azienda come la nostra. Oggi noi siamo leader nel mondo della sostenibilità; siamo nelle prime posizioni in quasi tutti gli indici in cui siamo quotati a livello internazionale. La sostenibilità pesa su tutto, sul mondo finanziario, sul mondo commerciale, sul mondo istituzionale: un'azienda oggi è fatta per il 50% da elementi di business; il restante 50% viene valutato nell'ambito nell'alveo del criterio di sostenibilità. Lo stesso ovviamente è stato fatto nel mondo della comunicazione. Quando ci siamo incontrati l'ultima volta tre anni fa, vi rappresentavo che c'era un grande lavoro di rimodulazione del processo di comunicazione da fare, in particolar modo per quanto riguardava l'elemento della comunicazione territoriale, ma anche di quella nazionale. In questi anni è stato fatto un grande lavoro e oggi, nel confronto tra le principali aziende italiane, abbiamo la leadership. Tanto è stato fatto nella campagna pubblicitaria. È stato fatto uno sforzo notevole e i risultati sono assolutamente evidenti. L'ultima grande campagna è stata quella sull'energia, con testimonial Mara Venier, andata alla grande.

### Legalità e trasparenza

Tutto quello che facciamo, se non è connotato e connotato da elementi di legalità e di trasparenza ovviamente viene meno. È stato fatto un lavoro trasversale profondo, sia sulla parte di procurement, sia in ambito sociale, sia in ambito ambientale. Abbiamo puntato al riconoscimento professionale certificato, andando a far certificare tutti i segmenti principali di produzione e di compliance del Gruppo. Li abbiamo messi a fattor comune e questo ci ha consentito di portare a casa la compliance di Gruppo. Siamo stati la prima azienda ad avere questo tipo di certificazione e tutta una serie di iniziative che ci hanno consentito e che ci consentono oggi di avere un rating di legalità massimo, solo il 7% delle aziende oggi nel nostro Paese ha un rating così performante. Ovviamente tutto questo non è gratis: le



unità di business sono come quattro grandi autostrade che devono viaggiare libere da intralci e senza lavori in corso. C'è un mondo che cerca di aprire tanti lavori in corso sulle nostre autostrade di business e ovviamente c'è un lavoro non semplice che viene fatto a livello centrale, e in alcuni casi a livello territoriale, dove costantemente c'è un confronto, molte volte anche abbastanza complesso. Il confronto è continuo, costante, quindi ci deve essere sempre di più sinergia tra il territorio e le strutture centrali perché condividendo esperienze problematiche, processi, idee, è possibile alzare l'asticella di guardia e quindi evitare situazioni spiacevoli.

### Progetti Immobiliari

Entro fine anno presenteremo il nuovo piano industriale, i prossimi anni si presentano abbastanza complicati quindi ci vorrà grande determinazione, grande voglia di fare, per rispondere presente come abbiamo fatto fino ad oggi. Ovviamente, sempre con la logica di tenere pulita l'autostrada per far camminare il business in maniera tranquilla. Dobbiamo continuare a investire sulla rete, continuare a investire sulle persone, che sono il centro dell'universo del nostro Gruppo, confermare la leadership della sostenibilità e confermare la nostra leadership sul territorio sia negli uffici postali, sia nella logistica. Ovviamente, c'è tutta un'attività di interventi infrastrutturali per migliorare l'efficiamento delle attività. Siamo stati favoriti anche dal progetto Polis che abbraccia tutta una serie di interventi immobiliari e di restyling, così come per quanto riguarda una serie di attività, quali da ultimo l'abbattimento delle barriere architettoniche; stiamo facendo un grande lavoro sulla valorizzazione del nostro patrimonio immobiliare con il coworking e andando a rimodulare l'infrastruttura interna. Il tutto è legato ovviamente alla transizione sostenibile per la riduzione dei consumi e di CO2.

### Investire sul futuro

E poi ovviamente continueremo con le politiche attive del lavoro: l'invito è di enfatizzare sempre di più il lavoro dei propri collaboratori e segnalare se ci sono risorse brave da poter valorizzare al

# Poste, un'azienda-territorio capace di rispondere alle esigenze dell'Italia

La capillarità della rete e l'impegno civico del Gruppo si rivelano fondamentali negli ambiti del digitale, dell'inclusione finanziaria e dell'ambiente. Il miglior modo per difendere il Paese

di PAOLO PAGLIARO



Quando si parla del legame tra un'azienda e il suo territorio vengono in mente Luxottica e Belluno, oppure Ferrero e Alba. Imprese globali che restano ancorate alla propria terra mentre con gli occhi scrutano il mondo. Il legame resta forte anche quando il territorio è molto più esteso, perché non ha le dimensioni di un Comune ma li comprende tutti. Succede

con Poste, che in Italia è la vera azienda-territorio. Per una questione di hardware e cioè la capillarità della sua rete. Per una questione di software, cioè per i servizi che la rete garantisce. E per quella sorta di impegno civico che non viene esibito ma che traspare da molte delle iniziative del Gruppo.

### Il progetto Polis

La più recente e la più nota è il progetto Polis, un grande programma di inclusione sociale che vede coinvolti quasi 7.000 Uffici Postali e si propone di portare i servizi telematici della Pubblica Amministrazione in altrettanti Comuni con popolazione inferiore a 15.000 abitanti. Grazie alle nuove infrastrutture digitali, Poste Italiane combatte così la "desertificazione" dei piccoli centri che negli ultimi cinquant'anni hanno perso più della metà dei residenti e ora si trovano a rischio di spopolamento per le scarse possibilità di lavoro, le difficoltà nei trasporti e la progressiva riduzione dei servizi, come sportelli bancari e uffici pub-

blici. Una seconda linea di intervento prevede la nascita della rete di co-working più diffusa, digitalizzata, accessibile e immediatamente disponibile del Paese: postazioni di lavoro, spazi di riunione, servizi condivisi, aree dedicate a eventi e formazione la cui fruizione sarà aperta ai privati, alle aziende e alla Pubblica Amministrazione, a università e centri di ricerca. Una novità che di nuovo riguarda numerosi piccoli Comuni. L'obiettivo, anche in questo caso, è di avvicinare la periferia al centro.

### Vicina ai territori

Ma Poste Italiane è un'azienda-territorio per numerosi altri aspetti. Per le 291 iniziative in ambito socio-culturale supportate nel 2022, in particolare nelle aree interne del Paese. Per la tempestività dell'intervento nell'Isola d'Ischia dopo la disastrosa alluvione del 26 novembre, quando l'ufficio postale di Casamicciola è diventato un punto di riferimento per la popolazione, luogo di incontro e di raccolta delle prime informazioni. Per il monitoraggio dei movimenti sismici garantito nelle zone a rischio dalla rete postale, in collaborazione con l'Istituto Nazionale di Oceanografia e Geofisica Sperimentale. Per l'offerta di servizi e prodotti innovativi alla rete delle Pro Loco. Per i 400 incontri con amministratori locali. Per il contrasto al digital divide e le molte iniziative volte a favorire l'inclusione finanziaria di giovani e senior. Per il dialogo costante con le associazioni dei consumatori. Per le politiche rispettose dell'ambiente, che è il modo migliore per difendere e valorizzare i territori di questo straordinario Paese.

meglio. Questo è un passaggio fondamentale, importante sia per la stessa risorsa sia per dare un esempio a tutto il Gruppo, dimostrando che noi siamo una grande azienda dove la meritocrazia è il concetto fondamentale. Continueremo a investire sulla formazione. Ci sono tantissime università che vengono a chiedere un confronto con noi. Abbiamo ovviamente aperto il confronto per il nuovo contratto di lavoro, ci dovremo confrontare con le sigle sindacali con le quali abbiamo da sempre un rapporto produttivo, proattivo, di grande collaborazione ognuno nel rispetto ovviamente dei propri ruoli.

«Valorizzare le risorse significa dare l'esempio: la meritocrazia per noi è un concetto chiave»

Polis ormai è un progetto conosciuto da tutti, abbiamo preso la decisione di sponsorizzare e di portare avanti questo progetto figlio delle nostre scelte del 2018 con i piccoli comuni. Il progetto Polis coinvolge 6.933 uffici postali: è un progetto che vede impegnate tutte le nostre aree, tutte le nostre articolazioni, quindi ognuno di voi sa le difficoltà che quotidianamente incontra. Noi non vogliamo andarci a sostituire alla pubblica amministrazione per l'erogazione dei servizi ma vogliamo essere integrativi. In cambio, possiamo ottenere una maggiore pedonalità ovviamente: dove saremo operativi

nel servizio sarà la vostra professionalità a far sì che i nostri clienti non siano migratori ma diventino stanziali. Siamo a buon punto sulla parte infrastrutturale, purtroppo siamo vincolati a una serie di autorizzazioni e passaggi burocratici. Tuttavia, pensiamo che a dicembre dovremmo riuscire a erogare servizi come

il certificato del casellario giudiziario e il passaporto, che sono gli elementi che più attraggono le persone. Le attività che affrontiamo sono tante e vanno condivise esperienze, positività, negatività per migliorare il servizio. Vi ringrazio, siamo una squadra vincente e continueremo a esserlo.





## storia di copertina

Gli interventi dei Responsabili di Macro Area nelle prime tre tappe del tour dei vertici

# Neoassunti, risultati, investimenti il futuro di Poste visto dal territorio

Da Risorse Umane a Mipa, dagli uffici postali di Polis alla sfida dei pacchi: a Milano, Venezia e Bologna i trend e gli obiettivi delle business unit sono stati illustrati all'Amministratore Delegato Matteo Del Fante e al Condirettore Generale Giuseppe Lasco

## MACRO AREA NORD OVEST

### «Con il ricambio generazionale tanti giovani in ruoli chiave»

L'area Nord Ovest continua a essere l'area di Poste Italiane con il maggior numero di risorse, pur avendo nel corso degli ultimi anni gestito un elevatissimo ricambio generazionale con l'ingresso di quasi 8.000 nuovi colleghi con contratti a tempo indeterminato. Questo numero rappresenta il 28% della forza lavoro totale dell'area: un lavoratore su tre oggi ha meno di cinque anni di servizio. Ciò è stato reso possibile grazie all'azione combinata di due fattori: un sistema previdenziale che ha anticipato alcune finestre pensionistiche e un meccanismo delle politiche attive del lavoro che, modulando le diverse leve occupazionali in relazione ai fabbisogni operativi, ha di fatto reso possibile l'attivazione delle linee di investimento. MP e PCL hanno beneficiato dell'ingresso di giovani risorse in ruoli chiave dei nostri modelli di servizio. L'anzianità media è scesa di 4 anni e mezzo, il numero dei laureati è aumentato del 12% per arrivare a una quota del 20%, parallelamente è scesa l'anzianità di servizio di circa 6 anni.



**Enrico Dallegno**  
Responsabile Risorse Umane Nord ovest

NORD OVEST

il **28%**  
della forza lavoro ha meno di cinque anni di servizio

### «La nostra rete consegna il 26% dei pacchi a livello nazionale»

Nel 2022 la nostra rete di delivery ha consegnato 618 milioni di oggetti di posta tradizionale e 60 milioni di pacchi, che rappresentano rispettivamente il 29% e il 26% del volume totale a livello nazionale. Lo abbiamo fatto grazie alla nostra rete, fatta da 4 centri di smistamento, 2 centri internazionali, un hub di rete aerea. L'hub di Sda a Landriano e due mini hub Nexive situati a Milano e Torino. Abbiamo 2 centri operativi a Brescia e Novara, 10 recapito area manager in cui è suddiviso il nostro territorio, 10 centri logistici appena costituiti grazie all'accantonamento delle lavorazioni interne, 200 centri distribuzione, 125 presidi decentrati di distribuzione, 3.484 punti di reti terze che ampliano la rete per l'e-commerce. La nostra flotta consta di 8.000 mezzi e si è evoluta in termini di sicurezza, sostenibilità ambientale e capacità volumetrica. Siamo circa 13.000: circa 8.000 portalettere, con una media di 40 anni, 3.300 addetti allo smistamento con un'età media di circa 47 anni. Nella prima metà del 2023 abbiamo consegnato circa 300 milioni di oggetti.



**Simone Maggio**  
Responsabile PCL Nord ovest

NORD OVEST

**60** milioni di pacchi consegnati nel 2022

### «Impegnati a valorizzare la relazione la partita si gioca nei piccoli centri»

Abbiamo il giusto mix di seniority e di esperienze che si devono tradurre nella valorizzazione della relazione consulenziale e nella valorizzazione di un passaggio da transazionale e relazionale. Possiamo contare su 37 filiali, 3.753 uffici postali, 259 uffici con Punto Poste Casa&Famiglia e 732 uffici con sala. Con questi poco meno di mille uffici transiamo tutti i giorni il 61% dei clienti di tutta la nostra area territoriale. Il modello di servizio non può non passare dal progetto Polis: 2.635 sono gli uffici postali che nel corso del piano saranno interessati. La partita del Nord Ovest si giocherà quindi nelle aree metropolitane ma anche nei comuni con meno di 15mila abitanti. Abbiamo 7,4 milioni di clienti e abbiamo un patrimonio gestito di poco meno di 120 miliardi di euro, dalla fine dell'anno in crescita di circa 680 milioni. Siamo migliorati sui pagamenti digitali, sulla prenotazione e l'ingaggio digitale e lo vediamo anche dal numero maggiore di clienti all'interno degli uffici postali rispetto al primo semestre dell'anno scorso con tempi di attesa in diminuzione.



**Giovanni Accusani**  
Responsabile Mercato Privati Nord ovest

NORD OVEST

**3.753** uffici postali

### «Con le piccole medie imprese possiamo migliorare il margine»

La struttura di vendita di Mipa è formata da 247 account (138 postali, 74 sui pacchi e 35 sui prodotti finanziari assicurativi) supportati e coordinati da 22 team leader e 11 responsabili. Complessivamente, questo team gestisce 20.000 clienti business, 17.000 imprese e 3.500 pubbliche amministrazioni. La nostra area territoriale gestisce 1,22 miliardi di ricavi dell'azienda composti da 382 milioni di posta, 538 per i pacchi e 102 milioni finanziari. Il nostro territorio, in particolare, contribuisce per oltre un terzo dei ricavi di Mipa, se guardiamo ai pacchi contribuisce per oltre il 50%. Questo ci rende orgogliosi ma ci fa sentire anche la responsabilità nel raggiungere i risultati. Il mercato business è caratterizzato da una fortissima concentrazione di ricavi su pochi clienti. Importante anche il segmento della piccola media impresa perché il presidio e lo sviluppo di questi clienti ci permettono di migliorare il margine del nostro conto economico. Queste riflessioni valgono anche per la pubblica amministrazione.



**Claudio Cella**  
Responsabile Mipa Nord ovest

NORD OVEST

**20** mila clienti business

Milano

MACRO AREA NORD EST

«Orgogliosi di contribuire alla creazione di lavoro»

Siamo 11.800 persone, 3.100 delle quali inserite in questa azienda a tempo indeterminato negli ultimi cinque anni, rappresentano il 27%: più di un quarto della nostra popolazione aziendale ha meno di cinque anni di servizio, è una macroarea che viaggia al femminile con il 55% della presenza di donne. Siamo arrivati a questi numeri con un piano molto articolato di politiche attive del lavoro. Numeri che ci devono rendere particolarmente orgogliosi per il contributo che questa azienda ha dato all'occupazione in anni difficili, con aziende messe in crisi dalla pandemia. Poste ha continuato ad assumere e a vivere, a valorizzare le persone e a trasformare i rapporti di lavoro da part time a full time. L'età media è diminuita di più di 4 anni, è diminuita l'anzianità media di servizio, il numero dei laureati è aumentato di quasi 10 punti percentuali ma il dato più significativo è l'impatto che la manovra ha avuto sul ricambio generazionale.



Giovanni Legrottoglie  
Responsabile Risorse Umane Nord est

NORD EST

**55%**  
di presenza femminile

«Con oltre 3 milioni di clienti creiamo 57 miliardi di patrimonio»

Il nostro territorio è molto vasto, il Triveneto è una volta e mezzo la Lombardia con la metà degli abitanti. Abbiamo tantissimi piccoli comuni, un canale con sala con 368 uffici e un canale di 91 uffici dove abbiamo inserito dei punti Poste Casa&Famiglia. Questo territorio crea 57 miliardi di patrimonio basato su 3,2 milioni di clienti. Siamo una delle aree che avrà più interventi per il progetto Polis, che avvicinerà ancora di più la clientela a Poste Italiane e ci permetterà di portare pedonabilità nei nostri centri. Nel 2023 dovremo avere 174 uffici completati con Polis e quindi avere un'occasione importante per far sentire la nostra vicinanza e soddisfare le esigenze dei clienti.



Giulio Iandiorio  
Responsabile Mercato Privati Nord est

NORD EST

**174**  
uffici Polis completati nel 2023

«Venezia e Bolzano le sfide per il recapito»

L'area del Nord Est nel 2022 ha gestito il 12% dei volumi nazionali servendosi di due centri di smistamento, un nuovo mini hub di Nexive, i pacchi sono stati gestiti prevalentemente da Sda e i portalettere hanno assicurato la consegna per 25mila pacchi al giorno con una capacità di modulare la risposta arrivando anche a consegnare 50mila pacchi, come in occasione della Prime Week di Amazon. Quando sono arrivato al Nord Est mi hanno detto subito "qui abbiamo Venezia": è l'unica città al mondo dove la logistica si deve necessariamente reinventare avendo un recapito esclusivamente a piedi e collegamenti solo via mare. L'altra informazione che ho ricevuto è "poi abbiamo Bolzano", perché ha una peculiarità: l'importanza dell'editoria che non ha eguali a livello nazionale, tale da generare e richiedere una particolare convenzione tra la Provincia Autonoma di Bolzano e Poste Italiane per garantire la consegna entro le ore 13.



Emanuele Fontana  
Responsabile PCL Nord est

NORD EST

**25 mila**  
pacchi al giorno

«Ci sono opportunità di sviluppo in tutti gli ambiti in cui operiamo»

I nostri vertical sono la corrispondenza, i pacchi e il mercato finanziario e assicurativo. In tutti e tre i vertical abbiamo opportunità di sviluppo. Con l'aggiunta, nella pubblica amministrazione, delle opportunità di sviluppo legate a Polis. La strategia di Mipa prevede per la corrispondenza marginalità, volumi e soluzioni digitali che passano attraverso un'azione strutturale di repricing. Il mercato dei pacchi passa invece sotto l'aspetto di una ristrutturazione dell'offerta B2B e logistica integrata. Nell'ambito finanziario puntiamo su nuove soluzioni e nuovi prodotti, mentre nel mercato assicurativo vogliamo replicare il successo ottenuto nel retail aggredendo il mercato corporate.



Massimo Pasqual  
Responsabile Mipa Nord est e Centro nord

NORD EST

**8 mila**  
clienti business

CENTRO NORD  
**12 mila**  
clienti business

MACRO AREA CENTRO NORD

«Triplacati i Millennials per le sfide all digital»

I numeri del personale di Poste nella macroarea Centro Nord evidenziano il cambio generazionale. Sono 19.600 i dipendenti nella macroarea, di cui 2.751 sono contratti a tempo indeterminato stipulato negli ultimi 5 anni. La parte del leone la fanno Mercato Privati con oltre 9.500 dipendenti e PCL con oltre 8.500. La nostra, possiamo dire con certezza, è una macroarea al femminile: quasi due terzi del totale è donna. Tra i dipendenti sono in aumento i laureati, saliti del 7 per cento. Interessante è la divisione anagrafica tra 2018 e 2022: i "boomers" sono quasi dimezzati, la Generazione X è aumentata, sono triplicati i Millennials e si vede la prima pattuglia della Generazione Z. Dunque, un cambiamento che ci pone davanti a una sfida affascinante: sostenere e valorizzare il capitale umano, garantendo la crescita per capacità e competenza. Guardiamo avanti con fiducia, perché possiamo affrontare il futuro con lo stesso impegno che abbiamo messo in questi anni difficili.



Pietro Largo  
Responsabile Risorse Umane Centro nord

CENTRO NORD

**2.751**  
contratti tempo indeterminato negli ultimi 5 anni

«I lavori di avanzamento di Polis procedono spediti in tutta l'area»

I risultati di Mercato Privati della macroarea Centro Nord rispecchiano la tendenza positiva dell'Azienda. Il territorio è composto da ventotto filiali con 2.459 uffici postali totali. Sono 5,5 milioni i nostri clienti con un patrimonio cresciuto di 0,6 miliardi di euro, da 88,7 a 89,3 rispetto all'anno passato. Procedono spediti anche i lavori di avanzamento del Progetto Polis con 772 uffici postali coinvolti: saranno 185 gli uffici già attivi con i servizi al 2023. I clienti serviti sono 172.000 al giorno con un aumento dello 0,8 per cento, da sottolineare anche la crescita dell'ingaggio digitale: i clienti che prenotano il proprio turno allo sportello dell'ufficio postale da app o da web sono saliti al 7,4 per cento del totale, con una crescita tendenziale dello 0,5 per cento.



Giovanni Giulio Zunino  
Responsabile Mercato Privati Centro nord

CENTRO NORD

**172 mila**  
clienti serviti ogni giorno

«Cresce la sostenibilità con il 50% di mezzi green»

Lo scorso anno abbiamo totalizzato, come macroarea, più di 500 milioni di corrispondenza, con 50 milioni di invii del mondo parcel che rappresenta il 22% a livello nazionale. Le nostre 8.500 persone sono il nostro capitale umano, il più importante che permette di raggiungere questi risultati importanti. Molto l'Azienda sta facendo in tema di sostenibilità: cito l'esempio dei 5.500 mezzi operanti nella nostra macroarea, il 50 per cento dei quali sono green con tendenza in aumento. Nel 2023, sono stati già consegnati 250 milioni di invii di corrispondenza con 7 milioni di parcel. Ottimi anche i risultati in termini di soddisfazione dei clienti, visto che il pacco veloce viene consegnato in tempo in oltre il 98 per cento dei casi, il 95,2 per cento dei quali al primo tentativo.



Gianluca Tomei  
Responsabile PCL Centro nord

CENTRO NORD

**500**  
milioni di invii di corrispondenza nel 2022



## storia di copertina

# PosteNews in viaggio sul territorio: «Utile e chiaro, uno strumento prezioso»

L'INCONTRO DEL NOSTRO MAGAZINE CON LE PERSONE DELLE MACROAREE

Come lo scorso anno, la redazione di PosteNews è tornata in tutte le macroaree per raccogliere idee e suggerimenti per la crescita del nostro magazine.

Tantissimi sono stati i consigli e i giudizi, sempre sinceri e costruttivi, che danno e daranno nuovi stimoli per un giornale in costante evoluzione, come l'Azienda, che racconta come è cambiata e come sta cambiando Poste Italiane.

Dallo spazio per i giovani all'apprezzamento per il cartaceo, dalla necessità di far crescere il racconto delle realtà locali a quello di comunicare sempre di più e sempre meglio (anche verso l'interno) tutte le iniziative e i prodotti della nostra grande Azienda.

Un lavoro di scambio di idee, un brainstorming da Trieste a Catania, che ha davvero dimostrato quanto le persone di Poste rimino tutte nella stessa direzione del loro magazine: entusiasmo, proposte, rilievi sempre puntuali. Un momento di crescita e di confronto fondamentale per far sì che PosteNews, il giornale del Gruppo Poste Italiane, sia sempre di più il racconto e lo specchio dell'asset più importante dell'Azienda. Le sue Persone.



**LUIGI BARILE**

Mercato Privati

L'Azienda va sempre più incontro alla considerazione della customer experience. L'esperienza di chi ci frequenta ogni giorno in termini di relazione è una testimonianza che si potrebbe inserire nel giornale.

**FRANCESCA MANCUSO**

Mercato Privati



Attraverso la rubrica Problemi e Soluzioni che si trova nella parte territoriale, sarebbe bello che PosteNews continuasse ad ampliare e proporre a tutti i suoi lettori delle informazioni su come gestire il lavoro interno.



**GERARDO SEPE**

Tutela Aziendale

Mi piace molto che il giornale si soffermi su alcune realtà territoriali magari poco note. E apprezzo anche che il magazine abbia una versione cartacea: è molto rilassante, la sera, dopo una giornata di lavoro, poter sfogliare il giornale.

**ENRICO BRUZZONE**

Tutela Aziendale



Sarebbe bello che il giornale offrisse il suo contributo alla crescita della cultura sulla sicurezza in azienda. E che tutti gli insegnamenti proposti venissero poi riportati per affrontare nel giusto modo la sicurezza domestica. Penserei a una rubrica che si occupasse degli aspetti previdenziali.



**ROSELLA MARCELLO**

Risorse Umane

PosteNews deve mantenere intatta questa sua struttura e la sua dimensione cartacea. Il giornale è uno strumento prezioso, in quanto fa conoscere a noi ciò che succede in altri ambiti dell'azienda.

**DANILO SINOPOLI**

Immobiliare



Trovo questo strumento molto interessante, soprattutto per la sua inuità, e che esalta il senso di appartenenza. Il consiglio che vorrei dare è di mantenere un occhio sempre attento sulle nuove leve e su nuovi argomenti, in modo di coinvolgere anche i colleghi neoassunti.

**ROSARIO CALDERARO**

Mercato Privati



Il giornale è fatto molto bene e già disponiamo di numerose notizie dalle quali attingere per essere adeguatamente informati. Punterei molto anche sulla parte online.

**LAURA NUCCI**

Comunicazione Territoriale



PosteNews fa conoscere le varie famiglie postali e ciò ci permette di avere un'immagine vera di azienda, riuscendo a costruire un valore importante di condivisione, che nasce anche dal racconto di storie diverse.

**ANDREA TURIGLIATTO**

Mipa



Vorrei vedere allargata la base dei lettori: dalla parte di MIPA vi posso testimoniare lo stupore che hanno sulla complessità della famiglia postale. Spesso la comprensione di questi aspetti ha scatenato delle idee e fatto nascere delle opportunità.

**DOMENICO CUTRUPÌ**

Pd



Il giornale va diffuso anche al di fuori di Poste e sviluppato online. È lo strumento più adatto da utilizzare per far conoscere davvero a tutti cos'è e cosa rappresenta Poste, nonché tutte le buone pratiche che l'azienda mette in campo per offrire al cliente il miglior servizio.



**MARIA PIA ODDONETTO**

Risorse Umane

Questo deve essere il giornale della grande famiglia di Poste, facendo diventare protagonisti i colleghi del territorio. Fornirei anche utili indicazioni su come viene organizzato il lavoro presso le varie strutture territoriali.



**CATERINA ZINNÀ**

Mercato Privati

Sono una neoassunta e il giornale dovrebbe informare su tutte le convenzioni che si hanno con "PosteXTe", in modo che tutti i progetti che Poste porta avanti possano essere condivisi da tutti.

**ANTONELLA PUGLIESE**

Pd



Aumenterei il numero di articoli su Pd. Darei informazioni sempre più dettagliate su ciò che accade nelle varie strutture.



**LUCA ZUCCARO**

Pd

Un'idea nuova potrebbe essere quella di far recapitare il giornale anche ai top client di Poste e, in generale, a tutti i clienti, che potrebbero manifestare il loro interesse per tutto ciò che accade all'interno del mondo postale.



**ELENA CHU XIAOYAN**

Mercato Privati

Sono orgogliosa di ricevere a casa PosteNews, un giornale molto completo. Spero che il magazine possa in futuro far conoscere di più i prodotti che Poste Italiane mette a disposizione della sua clientela.

**CLAUDIA SCAMARCIA**

Risorse Umane



Il giornale è l'espressione di un racconto collettivo che ben rappresenta le tante realtà di Poste, restituendoci quel senso di appartenenza aziendale che è un aspetto molto significativo.



**DAVID FALLANI**

Pd

Dal punto di vista dell'estetica PosteNews è molto accattivante, e leggerlo significa essere informati su ciò che accade presso le strutture centrali e territoriali. Problemi e Soluzioni è la rubrica che amo di più.



**TORINO**



**DANIELE ANDREUCCI**

Pci

La struttura della rivista e i suoi contenuti sono ben fatti. Prevedere un momento di lettura e condivisione della rivista fra i dipendenti può essere molto utile, anche per far conoscere e divulgare le principali novità che l'azienda produce.



**ALESSANDRO DECARO**

Mercato Privati

Volendo fare una battuta, posso dire che è da quando sono nato che ho il piacere di ricevere a casa questo giornale, anche quando aveva un nome differente. Anche mio padre, infatti, lavorava in Poste. Trovo il giornale ben strutturato e spero che Postenews abbia sempre uno sguardo attento sulle notizie postali.



**LUCA ORLANDO**

Mercato Privati

La rivista ha trovato un giusto equilibrio nel proporre notizie su ciò che accade in azienda e su ciò che gli altri dicono di noi o sul contesto esterno. Un tema da trattare nei prossimi numeri potrebbe essere quello dell'innovazione, anche per fare un confronto fra ciò che fa in questo campo l'azienda e ciò che accade fuori.



**DANILO ARMANINO**

Immobiliare

Stiamo realizzando il primo impianto geotermico della Liguria. Sarebbe bello poterlo raccontare su Postenews. Piacevole leggere i racconti dei pensionati, anche per comprendere e apprezzare tante belle storie postali.



**UMBERTO GIANATTI**

Pci

Postenews è uno strumento che considero innovativo e apprezzo la sua dimensione cartacea. Occorre che il giornale insista sempre di più nel proporre servizi che descrivano la vita lavorativa di chi opera all'interno dell'azienda: penso ad esempio al portaflettere, che la sfogliamo spesso.



**CARMEN PEDRAZZI**

Risorse Umane

Trovo le occasioni di incontro fra centro e territorio assolutamente positive. Quando è arrivato a casa mia il numero 50 i miei figli sono rimasti colpiti dalla copertina con il Presidente Mattarella. Il giornale arriva a 120mila famiglie e quindi è un canale di comunicazione importante.



**BRUNO AZZIZZI**

Ripa

Vanno fatti i complimenti a chi cura l'aspetto grafico del magazine. Apprezzo molto quando Postenews pone la sua attenzione sulle persone, le storie e i territori. Il giornale è un prodotto di grande utilità.



**VANESSA MARCHESE**

Pci

Leggo spesso la rivista e trovo interessanti gli articoli che trattano la storia di Poste, perché sono aspetti poco conosciuti ma che descrivono bene gli usi e i costumi del tempo, dipingendo dunque un'epoca. È anche molto bello quando ospita interviste di colleghi che svolgono un'attività hobbistica o una particolare passione.



**ALESSANDRA PENNA**

Risorse Umane

Il giornale è una finestra su Poste. Trovo che ci dia la possibilità di conoscere gli altri mondi interni. Avere un'idea dei nuovi mestieri è una cosa che mi piace, così come mi piacciono i racconti del territorio. Ci dovrebbe essere ancora più spazio per le buone pratiche da condividere e da mettere a fattor comune per diventare una soluzione buona per tutti.



**EMANUELA BADARELLO**

Mercato Privati

Sarebbe bello che la rivista descrivesse il modo in cui l'operatore di sportello viene accolto in filiale e di come questa importante figura venga istruita. Avvicinerebbe il lettore al mondo di Poste Italiane.



**ROBERTO MASSA**

Tutela Aziendale

Postenews è uno strumento di diffusione che ci fa comprendere come funzionano le altre attività che si svolgono in azienda. Tutti gli argomenti sono trattati con profondità e attenzione. Mi piacerebbe che il magazine si occupasse sempre più delle tematiche inerenti la sicurezza sul lavoro.



**STEFANO QUARATI**

Tutela Aziendale

Mi incuriosisce sempre molto nel Postenews, forse anche per il ruolo che ricopro in azienda, quando il giornale si occupa di prevenzione sul lavoro. Apprezzo molto gli articoli in cui si parla dei colleghi che vivono sul territorio e che ci raccontano le loro storie.



**PAOLO BEVILACQUA**

Mercato Privati

Sono un assiduo lettore di Postenews. L'invio del giornale è molto puntuale e questo rappresenta un particolare da elogiare. Apprezzo molto quando vengono ospitati all'interno gli interventi di personaggi noti e autorevoli.



**RENATA MICHELIS**

Mercato Privati

A me piace molto la parte del giornale nella quale si parla del territorio, soprattutto quando vengono intervistati i nuovi assunti che possono manifestare il loro entusiasmo nell'intraprendere il nuovo percorso con Poste Italiane. Vorrei che il giornale avesse una dimensione più contenuta, per ragioni di praticità.



**LEONARDO RATTO**

Immobiliare

Sono entrato in azienda da pochi mesi, ma già ho potuto apprezzare i contenuti della rivista. Anzi, mi sono fatto consegnare i numeri della rivista usciti quando ancora non ero in azienda. Tutto ciò che riguarda il green, la sostenibilità e l'energia è particolarmente interessante.



**ANGELO OLIVIERO**

Immobiliare

È interessante quando nella rivista sono presenti approfondimenti di tipo tecnico. Trovo questo particolare molto importante, perché Poste eccelle in tale settore: dunque, portare alla luce tutte le buone pratiche nel campo della tecnica utilizzata per regolamentare i processi interni è un aspetto che merita sempre di essere messo in primo piano.



**UMBERTO TELEFONO**

Pci

Postenews è una rivista gradevole, sia nei contenuti sia nell'aspetto grafico. Secondo me occorre che il giornale in futuro riesca a raccontare la realtà di Poste con sempre maggiore realismo. Trovo infatti che l'aderenza alla realtà rappresenti un punto fondamentale dal quale partire per raccontare un'azienda.

## GENOVA



**ALESSANDRO ZANARDI**

Mercato Privati

Postenews tocca diversi mondi dell'azienda e trovo interessante che vi sia una parte del giornale che possa occuparsi di educazione finanziaria. Sarebbe un momento di arricchimento per tutti i colleghi, oltre che un modo per descrivere le caratteristiche del complesso mondo economico attuale.



# storia di copertina



**GIUSEPPE ADINOLFI** Tutela Aziendale

Mi piacerebbe vedere valorizzata la materia artistica e culturale, magari con qualche aneddoto storico che metta in risalto il patrimonio di ogni territorio. Questa attenzione, abbinata a una copertina rigida, potrebbe trasformare Postenews in un prodotto da collezionisti, da conservare e tramandare alla famiglia.



**PATRIZIO MAESTRI** Pcl

Apprezzo che siano rappresentate tutte le aree, con le loro rispettive best practice territoriali. Molto utili sono anche i tornelli e la bacheca, che ci danno una panoramica sull'Azienda che cambia.



**ERASMO SCATIGNA** Mercato Privati

All'interno dell'inserito territoriale sarebbe bello personalizzare ancora di più il lavoro che si fa in quel contesto dando voce alle filiali, alle business unit e alle persone, ogni provincia con le sue peculiarità. Valorizzerei anche l'aspetto culturale, informando i lettori di Postenews delle mostre e dei concerti che si tengono nel territorio che fa capo alla loro filiale.



**CHIARA SIMON** Comunicazione Territoriale

La cultura postale è immensa. Il fatto che cerchiamo di raccontarla mi fa molto piacere, è interessante conoscere la nostra storia. Qui siamo ai confini dell'Italia ma siamo al centro d'Europa. Vedo il Palazzo di Trieste trasformato in un grande centro culturale, vedo i colleghi che arrivano. Si potrebbe pensare a un inserto dove si racconta un pezzo di storia postale.



**MARTA BELLOMO** Risorse Umane

Lavoro in Poste Italiane da un anno e sono già una assidua lettrice di Postenews. Il magazine mi ha aiutato a conoscere un'azienda così grande e così diffusa. Da specialista di risorse umane, troverei molto interessante conoscere quello che fanno le persone in tutti i vari ruoli in maniera oggettiva, non solo attraverso il racconto ma anche con una descrizione didascalica, per avere un quadro preciso delle tante professioni del Gruppo.



**MATTEO MAGNAGHI** Relazioni Istituzionali

Sul progetto Polis, in particolare, Postenews è diventato un veicolo di informazione rispetto ai nostri interlocutori. Negli incontri con i sindaci mi capita spesso di scambiare Postenews con il giornale del loro Comune, proprio come fanno i capitani delle squadre di calcio scambiandosi i gagliardetti.



**ALESSANDRO SNIDAR** Risorse Umane

Mi piace molto la parte dedicata alle risorse umane, ritengo corretto approfondire le impressioni dei colleghi neoassunti, ma allo stesso tempo avere la visione dei colleghi che hanno lasciato l'azienda per costruire una panoramica complessiva sull'evoluzione di Poste. Le pagine del territorio permettono di conoscere le best practice. Si potrebbe approfondire la parte di eventi e mostre.



**MARIANGELA PAPA** Tutela Aziendale

Mi piacerebbe che ci fosse uno spazio dedicato alla cultura aziendale in materia di security, sotto tutti i punti di vista. Abbiamo bisogno di sensibilizzare tutta la popolazione aziendale, innanzitutto informandola sui rischi che si corrono e proponendo i corretti comportamenti.

**MARIA CRISTINA BRIVITELLO** Mercato Privati



Proporrei una rubrica sulle segnalazioni più originali che arrivano dal territorio, non per pettegolezzo, ma per far capire che le cose che succedono a noi possono succedere anche agli altri. Per far capire a tutti che non siamo soli. Anche approfondire il racconto delle giornate che un collega vive quotidianamente.



**ALESSIO RINCETTI** Mipa

Appartenendo alla funzione MIPA, credo che Postenews debba aiutarci a unirli. Noi siamo uno o due persone a provincia, e sentiamo l'esigenza di trovarci. Sarebbe bello poter avere una voce costante sul giornale, per sentirci rappresentati.



**GILBERTO SGUOTO** Pcl

Cercherei un ulteriore approfondimento per riuscire a raccontare la vita delle persone di Poste, attraverso il lavoro che fanno e, attraverso le buone pratiche, riuscire a mettere a disposizione modi di affrontare le difficoltà, che poi hanno portato a dei successi o almeno a dei miglioramenti. Diffonderei il più possibile la lettura.



**FABRIZIO GRASSI** Immobiliare

È importante raccontare le situazioni che accadono sul territorio, evidenziano le difficoltà che si riescono a superare e spiegando come si è riusciti a farlo. Tirare fuori gli aspetti negativi è utile anche all'azienda perché porta i colleghi a impegnarsi di più: le soluzioni che si trovano possono essere sempre di grande ispirazione per gli altri.



**ANTONIO ROMBOLA** Risorse Umane

Trovo molto interessante la rubrica tornello con le testimonianze dei nuovi assunti e dei neopensionati. Mi piacerebbe che gli venisse chiesto come immaginano o come vorrebbero che fosse l'azienda tra dieci anni. Il giornale può raccontare l'evoluzione di Poste, che è quella del Paese.



**LAURA SORCINI** Pcl

È importante raccontare le problematiche che i portalettere e uno staff incontrano nella quotidianità, le urgenze e le emergenze che ci troviamo ad affrontare. Un'altra cosa che potrebbe essere interessante è il ricambio generazionale, abbiamo il portalettere che lavora da 40 anni e il neoassunto. C'è stata un'evoluzione notevole a livello di recapito.



**PAOLO ZORZENON** Risorse Umane

Sono rimasto piacevolmente sorpreso da Postenews, soprattutto per la capacità di semplificare una realtà complessa come quella di Poste. Sarebbe bello dare ancora più spazio ai talenti che abbiamo, ma anche ai percorsi che l'azienda offre. Si potrebbero raccontare le storie di successo loro, dei loro figli e dei loro familiari. Nella parte territoriale, non sarebbe male inserire qualche contenuto extrapostale.

## TRIESTE





**PAOLA CARDONE** Pci

Si è notata l'evoluzione che ha interessato il giornale. Si potrebbe utilizzare un QR Code per invogliare i colleghi a inviare dei video con i loro pareri. Interessante potrebbe rivelarsi anche l'idea di una rubrica mensile che consigli dei libri da leggere. Bene il racconto delle storie dei protagonisti della redazione per farli conoscere meglio.

**GIOVANNI GERMANI** Risorse Umane



Sarebbe bello coinvolgere i figli di Poste e raccontare i nostri prodotti riservati alle famiglie, che sono parecchi. Il numero delle pagine va bene così, altrimenti si rischia di scorrere in maniera veloce: la lettura è interessante sia nel formato che nella sua lunghezza.



**GIORGIO PEDICELLI** Immobiliare

Lavoro in Poste Italiane da pochi mesi e scoprendo questo giornale mi sono sentito subito parte di una comunità.

**MARCELLA CHIAVACCINI** Immobiliare



La mia proposta è di rendere la rivista anche digitale, soprattutto per motivi di praticità. Migliorerei la leggibilità nella struttura del giornale: a volte, dalla lettura del contenuto dei vari articoli, emerge meno la politica aziendale generale. Apprezzo molto l'impaginazione del Postenews.

**ROBERTO GIACOMINI** Mercato Privati



Il supporto cartaceo garantisce una lettura tranquilla e rilassante. Potrebbe essere interessante una rubrica su prodotti destinati specificamente ai dipendenti, analizzando i vantaggi che questi possono portare per una valorizzazione di tutti quei servizi che l'azienda ci mette a disposizione.



**TIZIANO PIERACCIONI** Mipa

Un prodotto che permette di riconoscersi in un gruppo. Parlerei di più di Mipa coinvolgendo i nostri clienti con delle interviste per dare valore a Poste che cerca di aiutarli e valorizzarli.

**PAOLO PINZANI** Relazioni Istituzionali



Ritengo che il magazine sia uno strumento valido per le istituzioni. Non ho nessun suggerimento in particolare da dare, se non affermare che il magazine per me è da un lato un ottimo strumento di lavoro, dall'altro un piacevole passatempo.



**GIUSEPPINA CIULLO** Comunicazione Territoriale

Occorre porre sempre più attenzione a ciò che accade all'esterno dell'azienda, con un occhio rivolto alle istituzioni. Lo strumento del magazine è molto accattivante e la sua versione cartacea consente una fruizione intima e personale della rivista.

**GIANLUCA GRASSI** Tutela Aziendale



L'inclusività di Postenews si nota ed è davvero una caratteristica che salta agli occhi. Ho potuto apprezzare nel corso del tempo l'innovazione e l'evoluzione del giornale. Si può pensare alla presenza di un inserto tipo libro, in modo da arricchire l'offerta del giornale con qualche prodotto che ne aumenti la qualità.



**MARCHIONA ROTONDO** Risorse Umane

Leggo sempre Postenews, anche per l'amore che ho per la carta. La rivista consolida il senso di appartenenza, insistendo sui temi che rafforzano questo aspetto.

**FRANCESCA CONTI** Risorse Umane



Sarebbe opportuno che Postenews ispezioni e valorizzi degli universi un po' più sconosciuti: penso ad esempio al DTO o all'Immobiliare. Contemporaneamente, un'idea vincente potrebbe essere offrire più spazio alle società del gruppo. In quanto house organ del Gruppo, Postenews dovrebbe orientarsi verso questa direzione.

**FORTUNATO IIRITI** Relazioni Istituzionali



È un mezzo importante per parlare con le istituzioni. Uno strumento che può aiutarci a valorizzare il rapporto con le istituzioni stesse, grazie alla sua capacità di approfondimento.



**SIMONETTA FOLLONE** Risorse Umane

Il valore della carta è importante, è uno strumento di lettura. L'unica cosa che consiglio è sulla carta, assicuriamoci che sia sempre più ecologica possibile, come quella riciclata.

**MARCO LOMBARDI** Mercato Privati



Postenews valorizza l'aspetto della comunità. E questo è molto importante. Perché noi non abbiamo mai l'opportunità di riflettere su tutto ciò che gira all'interno della nostra azienda. In questo, Postenews può invece rappresentare un supporto utilissimo.



**SILVIA TADDEI** Immobiliare

Secondo me dovrebbe essere messo più in evidenza il lavoro delle strutture di supporto, che spesso portano avanti progetti molto importanti e magari sono meno visibili. Trovare spazio su Postenews darebbe più importanza al nostro lavoro.



**ADRIANO GALASSINI** Pci

Tra i suggerimenti che posso dare, io proporrei di inserire una rubrica su fatti o curiosità esterni a Poste, semmai anche attraverso i racconti dei colleghi che hanno passioni o interessi da coltivare al di fuori dell'attività lavorativa.

**GIANLUCA MAZZA** Pci



Un formato A4 sarebbe più semplice da sfogliare. Per quanto riguarda i contenuti, credo sia da evitare che all'esterno emerga l'idea di un mondo troppo "ovattato". Sarebbe bello che i contenuti stessi producessero un confronto sul mercato mondiale, magari operando dei paragoni fra Poste e altre realtà simili.

**PATRIZIA TAGLIAGAMBE** Mercato Privati



Complimenti per Postenews. Vorrei esprimere il mio favore per la versione cartacea della rivista. La carta utilizzata è di pregevole qualità. Sarebbe simpatico poter pensare a uno spazio per un gioco enigmistico o un cruciverba.



**SIMONA VANNI** Mipa

Sfrutterei le offerte di PosteXTe, che nascono da accordi con clienti: in questo modo si dà valore sia al dipendente che al cliente. E racconterei la "catena", ovvero il lavoro di tutti noi.

**FIRENZE**





# storia di copertina

## SAURO AGOSTINELLI

Mipa



Sono in Mipa. E molti colleghi non sanno esattamente ciò che facciamo: siamo sì l'1% della totalità della popolazione aziendale, ma rappresentiamo il 30 per cento del fatturato. In ogni uscita, mi piacerebbe leggere una breve attenzione al nostro canale.

## DONATELLA CIOFETTA

Risorse Umane



Valorizzerei ciò che avviene sul territorio rispetto ai progetti di riorganizzazione più importanti, raccontando le attività di tutte le strutture. Poi mi focalizzerei anche io sui percorsi: raccontare le best practice e risalire al modello attraverso questo racconto.

## SERENA PEPPONI

Mipa



Mi capita spesso di ritagliare degli articoli del Postenews, che mi possono servire per il mio lavoro, come nel caso del progetto Polis per i piccoli comuni. Quando lo racconto, le aziende che contatto rimangono colpite. Metterei anche delle news in pillole.

## MARIA FRANCESCA ASCANI

Risorse Umane



Mi sono resa conto dell'importanza della macchina che c'è alla base di questo giornale, così importante per creare una cultura aziendale. Mi piacerebbero dei focus sui nuovi inserimenti in Poste Italiane: come gestire l'integrazione dei giovani, aprendo loro una finestra sul mondo interno ed esterno.

## PIETRO CIVETTI

Tutela Aziendale



Sono ormai prossimo alla pensione, mi sento di dire qualcosa che traspare anche dalle pagine del giornale: quello di Poste Italiane è sempre stato un ambiente molto sereno. È giusto che anche i giovani lo sappiano, è un valore importante.

## DAVIDE PROCACCI

Mercato Privati



Il giornale è molto completo. Devo dire che lo legge anche mia figlia di 6 anni: si potrebbe immaginare uno spazio per i bambini. Sarebbe bello anche raccogliere testimonianze dalla clientela, l'esperienza di un cliente all'interno di un ufficio, ad esempio.



## ALESSIA BOGI

Mercato Privati

Apprezziamo tantissimo l'utilizzo dei QR code, sono un modo moderno per entrare nel mondo postale. Troverei di grande utilità un costante aggiornamento sui prodotti di Poste, il racconto dei prodotti finanziari, ad esempio, ai nostri stessi colleghi.



## GIANCARLO DUETTI

Tutela Aziendale

Secondo me bisogna parlare di controllo e di sicurezza sul lavoro e far capire il lavoro che svolge anche una funzione come Tutela Aziendale. Poi utilizzare il giornale anche per spiegare la nostra copertura sanitaria e in generale informazioni pratiche e servizi che l'azienda offre ai dipendenti.



## LUISA SORIGNANI

Pcl

Parlerei molto di soddisfazione del cliente: è fondamentale sapere come i clienti ci vedono e quello che più gli interessa. Mi interesserebbe anche sapere l'andamento temporale del titolo di Poste, con spiegazioni, da parte di esperti, delle azioni e come intervengono agenti esterni.

## PIETRO CILIBERTO

Immobiliare



Apprezzo lo sforzo di raccontare delle storie: è molto importante, soprattutto per il territorio. C'è sempre un lieto fine, mi piacerebbe leggere qualche storia con una evoluzione magari non del tutto positiva, ma che dia uno spunto per l'analisi.

## VALENTINA MONTAGNOLI

Mercato Privati



Gestisco diversi SCF giovanissimi e vedo lo spaesamento che hanno all'inizio di fronte a una macchina così grande. Sarebbe utile raccontare a loro il nostro percorso interno a Poste Italiane e la crescita aziendale, dando ai giovani un'idea ampia che tutto si può conciliare: vita e carriera.

## PAOLO TANCETTI

Pcl



Vorrei più articoli sulle sinergie tra le varie divisioni. Oltre al valore della serenità, vorrei che si tramettesse anche quello della gentilezza verso i clienti, che determina un ritorno positivo. Infine, un approfondimento scientifico delle best practice.

## PERUGIA





**ROBERTA CARELLI** Pci

Mio padre, ex Marina Militare, ha collezionato tutti i 49 numeri di Postenews. Legge prima lui di me il giornale di Poste, chiede a me informazioni. Mi piace il formato cartaceo e leggo sempre la parte dedicata al territorio. E naturalmente quello che mi consiglia mio papà.

**GIAMMARCO GELSOMINO** Pci



Dobbiamo continuare a sviluppare il senso di appartenenza soprattutto tra i giovani con articoli sui nostri colleghi. Giusto far conoscere le storie personali e aziendali, dividendole per le varie regioni di provenienza.



**ANTONCARLO PORCU** Risorse Umane

Vedere che l'azienda racconta il collega contribuisce a dare un sentiment forte nei confronti di Poste. Leggo con piacere anche la parte corporate che riguarda i vertici aziendali: è uno spaccato importante dell'azienda. Apprezzo anche la presenza di grandi firme.

**MICHELE-ANGE MARIE THERESE CASTALDI** Risorse Umane



Va data sempre maggiore informazione sul territorio. Ho un nucleo famigliare intergenerazionale, che apprezza sia il cartaceo che il digitale. È uno strumento importante.



**GABRIELE LANZIDEI** Mercato Privati

Valorizzare aspetti e persone del territorio può aiutarci a crescere come cultura aziendale. Abbiamo picchi di eccellenza e siamo entrati in diversi settori della vita quotidiana con offerte molto vantaggiose: a volte siamo più severi nella valutazione di Poste rispetto al cliente esterno.

**ANGELO SANNA** Mercato Privati



Si vede che c'è ricerca e affinamento per uno strumento potentissimo e trasversale: in alcuni territori arriva solo quello. Farei una descrizione di tipo culturale degli edifici di Poste. E racconterei la digitalizzazione: ancora oggi abbiamo qualche esigenza di integrare questa competenza tra i dipendenti.



**MICHELE CITARINI** Immobiliare

Sono in azienda da qualche settimana, non immaginavo una realtà così grande. Qui dentro ci sono un sacco di realtà e di motivi di crescita. Ho 26 anni, sono più abituato al digitale ma leggerò Postenews per capire l'Azienda.



**LUCA LAPA** Immobiliare

Sono più legato al digitale. E sono anche io molto legato al territorio: quando ci sono cambiamenti mi fa piacere sapere, nelle altre funzioni, che effetto hanno portato le varie riorganizzazioni e novità.



**GIORGIO SANNA** Immobiliare

Postenews rappresenta per noi una finestra che guarda in maniera differente Poste rispetto al modo che abbiamo noi di osservare l'azienda. Ci permette di entrare nelle sfaccettature: apprezzo la parte territoriale, l'Azienda ha sempre continuato a curare il territorio, come dimostra il progetto Polis.



**ANGELO CORRIAS** Immobiliare

Quando ho tempo mi fa piacere aprirlo, la carta è bella, fa piacere averla tra le mani. Ci regala un attimo di immersione nel nostro mondo, noi siamo nati dentro un sacco postale. Mi fa piacere quando racconta Immobiliare: non ci ignora come funzione, che di fatto è di staff.



**CATERINA MERCURIO** Tutela Aziendale

Amo ricevere il giornale, che a casa mia notano e leggono anche i miei amici. È fondamentale usare la carta, perché dà il piacere della lettura. Anche grazie al magazine siamo su un'isola ma non ci sentiamo isolati. Darei maggiore visibilità a Tutela Aziendale.

**MARIA CARMELA SPIGA** Risorse Umane



La mia famiglia legge e aspetta questo giornale: mi chiedono informazioni sulle cose che leggono, apprezzano l'impaginazione accattivante. Mi piace l'attualità del Postenews, che viene sempre raccontata in modo snello e obiettivo.



**VALERIA EREMITO** Pci

È importante continuare a raccontare anche su questo giornale le potenzialità delle app e dei mezzi digitali di Poste Italiane, anche agli stessi dipendenti che spesso non hanno tempo di approfondire al meglio ciò che utilizzano.

**ALESSIO MURA** Comunicazione Territoriale



Vedere che l'azienda racconta il collega contribuisce a dare un sentiment forte nei confronti di Poste. Leggo con piacere anche la parte corporate che riguarda i vertici aziendali: è uno spaccato importante dell'azienda. Apprezzo anche la presenza di grandi firme.



**ANDREA TRINCAS** Mercato Privati

Mi piacerebbe una sezione del come eravamo, nella quale i colleghi si raccontino. I figli che raccontano i loro padri, come nel mio caso che sono figlio di un dipendente. Poi racconterei i nuovi palazzi di Poste di oggi, le sedi e come ci si lavora.



## CAGLIARI





# storia di copertina



**TIZIANA BIONDINO**

Mipa

Spesso noi di Mipa siamo gli sconosciuti di Poste, mi piacerebbe che si parlasse dei comparti specifici di Poste in modo da far capire chi fa cosa, le divisioni interne e quello che i colleghi di ogni divisione fanno. Ritengo possa essere utile.



**ANIELLO FIGLIOLIA** Tutela Aziendale

Il giornale mi fa sentire sicuro perché percepisco che l'azienda è forte e solida e lo si capisce dal suo racconto. Ritengo utile la grande operazione di consapevolezza che Postenews sta portando avanti. Non sono un grande lettore, forse avrei bisogno di trovare titoli più accattivanti.



**SARA LASTORIA**

Mercato Privati

Il formato potrebbe essere rivisto, trovo chiare la grafica e la modalità di racconto del magazine. Raccontare le esperienze di vita lavorative è sicuramente qualcosa che incuriosisce il lettore. Quello che si potrebbe aggiungere periodicamente è il racconto dell'ordinario, soprattutto per quanto riguarda le realtà più piccole, anche a livello territoriale.

**STEFANIA DE CRISTOFARO**

Mipa



Confrontandomi con i colleghi, posso riportare che molti vorrebbero un formato più piccolo e un'organizzazione delle pagine per argomento. Mi piacerebbe che trovassero più spazio le storie di Mipa. Durante il periodo Covid, si è parlato molto dei portalettere, ma meno di noi venditori. Suggerirei delle rubriche sulle convenzioni e sulle offerte per noi dipendenti, sull'offerta del momento e qualcosa in più sulla formazione. Una rubrica "la voce del popolo" per dare suggerimenti all'azienda o una rubrica "il dipendente del mese", spiegando che cosa ha fatto per meritarsi questo spazio.

**SILVIA FINA**

Pcl



Lo leggo perché ho un grande attaccamento all'azienda e questo strumento lo può rafforzare. Leggo gli articoli che mi colpiscono anche in base all'impatto delle fotografie. Alcuni articoli sono molto fitti, non sempre si riesce a leggere tutto con la vita frenetica che conduciamo oggi. Sarebbe bello che tutto il mondo postale venisse coinvolto negli articoli e nelle storie che vengono raccontate sul magazine.

**GIOVANNI OLIVIERO**

Tutela Aziendale



La mia richiesta è di non modificarlo, considero il vostro un osservatorio privilegiato. È uno strumento bello e mi fa piacere leggerlo. Lo seguo dall'inizio e si assorbe una qualità che è diventata matura. Aumenterei l'attenzione sulla sicurezza sul lavoro. Il giornale può diventare uno strumento di formazione affinché i colleghi tornino a casa sereni.

**GABRIELLA DE FLORIO**

Pcl



A volte diamo più peso alla struttura che al network. Molto spesso le attività coinvolgono più strutture geografiche e postali: potrebbe essere utile far conoscere queste sfaccettature. Per suscitare più interesse suggerirei di creare un promo che arrivi via mail, annunciando i contenuti del prossimo numero di Postenews.

**MICHELE FREDELLA**

Tutela Aziendale



Mi piacerebbe leggere più spesso approfondimenti sulla filatelia, un mondo che sembra al passato ma non lo è affatto. Credo che una ampia quota di dipendenti di Poste sia appassionato di filatelia, visto che è qualcosa con cui siamo cresciuti. Uno spazio dedicato ogni mese alle emissioni sarebbe apprezzato.

**CAROLINA PICCIOCCHI**

Mercato Privati



Molto spesso i colleghi di Poste non sanno quello che si fa nelle stanze accanto. Partire dall'ufficio postale che diventa ufficio Polis e raccontare l'esperienza dei colleghi portalettere, di Pcl, di Mipa e di Tutela potrebbe dare una visione di insieme di quello che fa l'azienda e potrebbe aiutare a raccontare in modo trasversale, anche a noi stessi, che cosa fa l'azienda.



**ADRIANO DI GIGLIO**

Pcl

Sempre nell'ottica di raccontare la trasformazione dell'azienda attraverso il lavoro quotidiano, sarebbe interessante approfondire i progetti che abbiamo in cantiere adesso, dall'accentramento delle lavorazioni interne alla Lean Academy. E poi darei spazio alle iniziative per aumentare il coinvolgimento dei colleghi rispetto alla lettura.

**CARLO GARGIULO**

Pcl



Sul giornale molto spesso si trovano i colleghi contenti dei loro mestieri, ragazzi neoassunti che sono felici del loro impiego. Per mia natura, mi sentirei più coinvolto a sentire anche le cose che non vanno, le delusioni e le cadute che fanno parte della vita reale.

**ANTONIO PISCITELLI**

Risorse Umane



Il giornale crea curiosità con le sue storie. È molto bello leggere le esperienze di colleghi di altre strutture. Un'idea per creare questa curiosità potrebbe essere quella di inserire dei gadget, dei premi o degli sconti per i lettori.

## SALERNO





**ANNALISA ABRUZZESE** Pcl

Confrontandomi anche con i colleghi portalettere, un consiglio può essere quello di focalizzarsi di più (in fatto di contenuti) sulla regione di appartenenza. Questo permetterebbe a chi sfoglia Postenews di essere più attento nella lettura.



**ROBERTO DE LIGINIO** Pcl

Postenews ha raggiunto un'eccellente posizione ed è molto ricco in fatto di contenuti. Dal magazine mi aspetto la pubblicazione di notizie che siano il più possibile tempestive e che abbiano continuità tra di loro. Suggestivo di inserire più contenuti dinamici.



**MONICA LETTERE** Risorse Umane

Mi piace la forma cartacea. Mio padre ha lavorato in Poste e, ora che è in pensione, riceve il giornale a casa. Ed è sempre un momento molto emozionante per lui. Un elemento di interesse trasversale potrebbe essere quello di porre maggiore attenzione sui servizi digitalizzati di Risorse Umane, dedicando uno spazio che faccia comprendere al lettore il modo in cui approcciarsi a tali servizi.

**ANTONIO CORNACCHIA** Mercato Privati



Io vedo Postenews come quel tassello che ci unisce alla quotidianità, anche quando siamo al di fuori dell'attività lavorativa. Sfolgiando la rivista si comprende quanto sia grande il mondo di Poste Italiane. Un suggerimento può essere quello di realizzare contenuti che parlino di fiscalità e che possano essere utili al dipendente, anche in qualità di contribuente.

**CLEMENTINA FALCO** Pcl



Quello che mi colpisce del giornale è la versione cartacea. È una versione che apprezzo perché permette un tipo di lettura più rilassata e approfondita. Sarebbe bello se esistesse un sistema più agile, anche per Postenews, per segnalare storie di colleghi curiose o interessanti, meritevoli di essere raccontate, in modo da pubblicarle in misura più numerosa sul giornale.



**ANTONINO LICATA** Mercato Privati

Postenews sta facendo un ottimo lavoro, con un'attenzione particolare su argomenti nazionali e sulle varie macroaree aziendali. L'obiettivo deve essere quello di far migliorare il giornale, in modo che si affermi sempre più come strumento di lavoro per i colleghi e che, in generale, sia più appetibile per il lettore.

**ONOFRIO DAMONE** Tutela Aziendale



Poste Italiane ha strutturato al suo interno un servizio di prevenzione e protezione. Io credo, dunque, che un particolare focus che si potrebbe inserire all'interno di Postenews è quello relativo alle tematiche sulla sicurezza, che sono di fondamentale importanza e meritano di essere raccontate alla popolazione aziendale.

**DANIELE FUSI** Pcl



Avere dei riferimenti sulle singole divisioni potrebbe aiutare a far capire alle persone che tutti i progetti di Poste che si stanno realizzando hanno degli obiettivi e degli avanzamenti. Un altro elemento che potrebbe portare curiosità è quello relativo alla pubblicazione delle classifiche, ad esempio, sui 10 migliori CD d'Italia o sui 10 migliori Uffici Postali del Paese.



**VITO RIZZI** Immobiliare

Mi piacerebbe che sul giornale si parlasse di più delle infrastrutture di Poste, seguendo così i nuovi progetti che l'azienda sta portando avanti. Sarebbe bello che il giornale anticipasse anche qualcosa sulle novità all'orizzonte in fatto di prodotti o pubblicasse le risposte alle domande tecniche alle quali non siamo in grado di rispondere.

**PAOLO DE FRANCESCO** Mercato Privati



Sono un giornalista professionista e dunque seguo con attenzione le evoluzioni del giornale. Ho notato che Postenews è un tassello importante della comunicazione: mi piacerebbe che venissero pubblicati i resoconti delle vite lavorative dei colleghi. Questo favorirebbe una compenetrazione dei ruoli e ci garantirebbe una visione globale dei vari settori aziendali.

**ANTONIO LATORRE** Risorse Umane



Nel corso del tempo i contenuti del magazine sono diventati di spessore sempre migliore. Su Postenews vi è il giusto spazio che viene riservato alle opinioni interne ed esterne. Sarebbe interessante che il giornale pubblicasse contributi provenienti dal mondo e-Care di altre aziende.

**NICOLA SALVEMINI** Mipa



Mi piace leggere un punto di vista esterno a Poste: ecco perché, quando sfoglio la rivista, focalizzo la mia attenzione soprattutto su articoli che hanno questi contenuti. Sarebbe auspicabile aumentare l'integrazione della dimensione cartacea con quella digitale.

**FABIO ULIANO** Mipa



Bisogna far conoscere meglio le condizioni aziendali ai dipendenti, in particolare nel settore Mipa, perché la maggioranza dei dipendenti non sa ciò che accade negli altri ambiti aziendali. Condividere le esperienze è un racconto importante.



**BARI**





# storia di copertina



**GIOVANNA ARENA** Risorse Umane

Sarebbe importante far capire ai ragazzi quanto siamo fortunati a lavorare in una realtà così solida. Si potrebbero mettere a confronto due figure che fanno la stessa cosa, una di Poste e una di un'altra azienda. Un altro aspetto riguarda i bambini: molto spesso faccio fatica a spiegare a mia figlia di 6 anni quello che faccio. Si potrebbe arricchire il giornale con vignette e iniziative speciali.



**BRUNA BARRIERA** Mercato Privati

La mia idea è riferita all'online, mi piacerebbe avere un popup nell'app NoidiPoste dal momento in cui pubblicate il giornale, in modo tale da scaricarlo molto facilmente. Un altro consiglio è quello di dotarsi di sponsor al fine di finanziare delle idee carine come quelle delle vignette o dei fumetti.

**LUCIA BUONOMO**

Mercato Privati



Ci stiamo avvicinando al mondo esterno, sarebbe bello poter presentare Postenews in formato digitale anche negli uffici, in modo tale che i clienti possano conoscere meglio chi siamo. Molto bella l'idea di dare spazio al territorio: si potrebbe creare una piccola redazione in ogni filiale per raccogliere informazioni e storie.

**EMANUELE MORANA BUSCEMI** Mercato Privati



Sono figlio di postale: il giornale ci aiuta a trasmettere il senso di appartenenza. Mi riferisco in particolare al numero dei 160 anni e a quella bellissima ultima pagina di ringraziamento forte ai colleghi di Poste. Noi in Poste facciamo tante cose ma abbiamo tutti lo stesso obiettivo. Se i clienti percepiscono quello che noi facciamo come valore, probabilmente accettano molto meglio e più volentieri le nostre idee.

**SEBASTIANO CALANDUCCI** Mercato Privati



Sono felice di ricevere la copia cartacea ma mi piacerebbe ricevere anche una copia digitale. Capisco che alcuni contenuti siano settoriali ma Postenews potrebbe aiutare a rendere più piacevole possibile l'attesa all'ufficio postale, magari suggerendo attraverso i QR Code la lettura degli articoli.

**GIUSEPPE CATALFO**

Mercato Privati



Il giornale ha la grande capacità di accorciare le distanze tra i diversi territori, tra diverse strutture e tra le persone. Così come è importante mettere a fattor comune il business. Mi piacerebbe venisse dedicato un momento, una pagina, alle persone che lasciano l'azienda dopo averci trascorso gran parte della loro vita.



**SALVATORE DI BELLA** Tutela Aziendale

Si potrebbe inserire un trafiletto che indichi i comportamenti da adottare in base al clima: come evitare la disidratazione, evitare l'esposizione al sole. Aggiungo che in Sicilia, a Palermo, è partito un sistema di screening oncologico che Poste sta offrendo alla Asl in via sperimentale, di cui sarebbe utile parlare.



**FLORIANA DI PIETRO** Pci

Mi capita di lasciare Postenews a mio padre che, essendo nostro correntista, è interessato a quello che succede nel mondo di Poste Italiane. Sarebbe bello coinvolgere anche le scuole per mostrare ai ragazzi come è articolata la macchina aziendale. Inoltre, inserirei in Postenews una busta preaffrancata in cui ciascuno di noi inserisce un suggerimento per la rivista.



**DAVIDE FAMOSO**

Pci

La lettura di un qualsiasi giornale prevede l'interazione tra individuo e testata. Penso che nei momenti di break che abbiamo anche sul posto di lavoro potrebbe essere utile poter usufruire del formato digitale per leggere le notizie insieme ai colleghi, e creare un momento di condivisione. Leggerlo insieme potrebbe far nascere spunti e suggerimenti utili anche al lavoro.



**GAETANO FANELLO** Mercato Privati

Si potrebbe inserire uno spazio per le vignette umoristiche su Poste Italiane. Mi piacerebbe anche vedere una rubrica con gli uffici più piccoli e le difficoltà di chi ci lavora. Un'altra cosa riguarda gli approfondimenti sulle Poste nel mondo e la loro storia, sarebbe interessante capire il loro funzionamento.



**MARINA GANGI** Mercato Privati

Sono in Poste da poco più di un anno e leggendo il giornale emerge lo spirito e l'unione all'interno dell'azienda. Mi piacerebbe vedere approfonditi i temi della cultura assicurativa, del credito e degli investimenti. Con il supporto grafico si può dare ai colleghi un'informazione a 360 gradi sui nostri prodotti e servizi. Darei anche la possibilità, attraverso la partecipazione a un sondaggio, di ricevere dei premi.



**ANTONINO LEONARDI** Mercato Privati

Condivido la scelta di continuare a fare un giornale cartaceo. Farei una pagina dedicata ai giovani: come ufficio postale di Catania Centro partecipiamo sempre a Etna Comics e notiamo come i giovani siano sempre interessati ai nostri servizi e ai nostri prodotti. Dovremmo creare un link all'interno del giornale dove inserire anche noi iniziative, storie, momenti di successo.

**LUCIA LICCIARDELLO**

Mercato Privati



Distribuire il giornale al pubblico è un'idea che mi piace. Penso che all'università sarebbe molto apprezzato con i video e con i podcast. Servirebbe a catturare l'attenzione dei giovani, la clientela più distante da noi. Molto spesso infatti i clienti non conoscono i servizi degli uffici postali come il ticket o la prenotazione digitale.

## CATANIA



**VINCENZO LO GRASSO** Tutela Aziendale

Non sappiamo se i bambini di oggi diventeranno nostri colleghi, ma sicuramente diventeranno nostri clienti. Perché non far diventare il giornale uno strumento per portare il mondo Poste dentro le scuole? L'educazione finanziaria nella scuola sarebbe molto interessante. Quei giovani, domani, saranno dei nostri clienti.



**ALFONSO MORREALE** Pci

Sono stato intervistato nella rubrica dedicata ai neoassunti, è stato bello il ritorno che ho ricevuto. Voglio fornire inoltre uno spunto che arriva da mio figlio di 9 anni: quando ha visto il giornale mi ha chiesto "non c'è niente per me?". Una parte da colorare per giocare, una storia a fumetti. Basterebbe magari "la storia del postino Nino che oggi ha portato la cartolina dall'America". Quando si è dipendenti di Poste è tutta la famiglia che è dipendente dell'Azienda.

**MASSIMILIANO RUFFINO** Mercato Privati



La mia idea è dedicare una sezione del giornale Postenews a tutto quello che sta dietro al nostro lavoro: è importante raccontare tutto quello che c'è dietro all'ufficio postale e all'erogazione dei servizi ai clienti per raggiungere gli obiettivi. Metterei un link per dare ai clienti la possibilità di conoscerci meglio.



**ELENA LUSSI** Mercato Privati

Volevo ringraziarvi per lo sforzo che fate di mandare il giornale cartaceo. Da figlia di postali so che l'orgoglio di questa azienda è il senso di appartenenza, oltre al fatto che Poste abbia cavalcato il cambiamento, come diceva il Presidente Mattarella sul PN50.

**FABIO FRANCO PANDOLFO** Immobiliare



Metterei una rubrica "Ditelo voi" con i consigli da parte del mondo di Poste Italiane su quello che si può fare per migliorare il lavoro.

**MARCO RUSSO** Pci



Sarebbe bello avere una parte dedicata ai bambini: Poste vista dai bambini, dai figli di noi dipendenti. È uno spunto che mi viene dall'iniziativa delle letterine di Babbo Natale, che sono bellissime, per vedere con gli occhi dei bambini il posto di lavoro di papà e mamma. Interessante anche una sezione sulla ricerca del personale.

**LUCIA MANGANO** Risorse Umane



Coinvolgerei i bambini con dei disegni da colorare o dei giochi da fare insieme ai genitori come "nomi, città, cose e mestieri". Noto poi che si può parlare di più della formazione che Poste offre ai propri dipendenti, mi piace quando ci sono dei contest. Personalmente, ne farei uno sul piatto tipico che si crea in famiglia o tra i colleghi.



**GIUSEPPE PETRUZZO** Immobiliare

Lavoro qui da 39 anni: raccontare il trascorso di Poste, attraverso una rubrica, penso che possa interessare molte delle 160mila persone che ricevono Postenews. Se il compito di un giornale è quello di educare e porre il confronto, credo che possa aprirsi a temi come ecologia, risparmio e sostenibilità.



**GIANLUCA SEMINARA** Risorse Umane

Darei sempre maggiore visibilità alle best practice che vengono realizzate e che spesso fanno scuola nel territorio. È importante dare visibilità a queste pratiche e alle persone che le portano avanti. Darei spazio anche al Fondo Salute, per fornire informazioni di dettaglio ai colleghi.



**ALBERTO MILITELLO** Mipa

Sarebbe utile creare dei collegamenti con l'archivio presente su NoidiPoste, perché a volte qualche contenuto può sfuggire. Cinquanta numeri sono tanti e ci sono sicuramente degli articoli che possono tornare utili. Una cosa che secondo me manca è la voce dell'utente, inteso sia come cliente interno verso il collega sia il cliente esterno.



**ORAZIO PRIVITERA** Mipa

Manderei le copie del giornale negli uffici postali mettendole a disposizione del pubblico: questo agevolerebbe la distribuzione e potrebbe anche ridurre gli sprechi.

**GIORGIO SQUADRITO** Risorse Umane



Darei ancora più spazio ai bambini e alle famiglie. Aggiungo che il giornale arriva ai colleghi e agli ex colleghi che lavorano a tempo indeterminato. Ma una grande realtà sono anche i colleghi a tempo determinato: devono capire che lavorare alle Poste Italiane è un onore.

**FRANCESCO MINEO** Mipa



Poste, come sapete, fa delle convenzioni con dei clienti per la vendita di alcuni servizi ai dipendenti. Non tutti hanno accesso alla postazione internet: inserire qualcosa in merito alle convenzioni può essere utile. Perché non dare a Mipa la possibilità di vendere degli spazi pubblicità ai propri clienti?



**VALENTINA PULVIRENTI** Pci

Io sono "nata" e cresciuta all'interno di un Centro di Smistamento. Mi piacerebbe conoscere la storia di Poste Italiane. Una pagina che racconti, per i diversi settori, la storia di Poste Italiane nel corso di oltre 160 anni. È qualcosa che riguarda tutti noi e la nostra storia.



**GIUSEPPINA STIVALA** Pci

La mia prima considerazione riguarda i nostri autisti che cercano loro notizie sul giornale. Si potrebbe raccontare la loro attività quotidiana anche per ricevere dei suggerimenti utili. A Catania sono 26. Fanno parte della grande famiglia di Poste ma il loro mestiere non viene mai valutato.



**ROBERTA ZARBÀ** Mercato Privati

Darei ai colleghi la possibilità di suggerire il tema del mese per avvicinarli alla lettura del giornale. Si potrebbe creare un canale diretto per comunicare con la redazione. Sarebbe utile anche aggiungere una sorta di opuscolo che approfondisca le problematiche delle singole macroaree.



# LA NUOVA INTRANET. DI TUTTI E PER TUTTI. SÌ. ANCHE *per te*'

L'intranet NoidiPoste si è rinnovata ed è ancora più funzionale alle esigenze di ognuno di noi. In modo semplice e integrato, ora è possibile accedere a notizie e servizi utili alla vita lavorativa di ogni giorno. È semplicissimo muoversi tra le categorie in cui sono classificati i contenuti e consultare già in home page notizie e servizi d'interesse. Inoltre hai un'unica modalità di autenticazione per l'accesso.

Intranet NoidiPoste.

**Una per tutti, tutti per una.**



Inquadra il QR Code  
e accedi alla intranet

**NoidiPoste**



**Crescere sostenibili.**

Per un 2030 carbon neutral



## le nostre eccellenze

Poste Centro Medico, il Professor Francesco Cognetti spiega il funzionamento e gli obiettivi

# «Servizi specialistici e di qualità per la salute delle persone di Poste»

Il Direttore Clinico e Sanitario della struttura dedicata alla popolazione aziendale: «Il Poliambulatorio si avvale dei migliori professionisti e di apparecchiature di ultima generazione. Lavoriamo con spirito di servizio per offrire prestazioni efficaci e tempestive ai dipendenti»

La mission del Gruppo Poste Italiane è caratterizzata dall'obiettivo primario di perseguire una crescita responsabile, attraverso il contributo decisivo dei propri lavoratori. L'attenzione al benessere delle persone rappresenta ovviamente un aspetto fondamentale e Poste Centro Medico è uno degli strumenti principali per raggiungere questo obiettivo. Ne abbiamo parlato con il Professor Francesco Cognetti, direttore Clinico, Sanitario e Responsabile della branca di Oncologia del Poste Centro Medico.

**Professor Cognetti, in più occasioni ha parlato di una popolazione aziendale, quella di Poste Italiane, in generale sana e consapevole. Ma soprattutto della necessità di fare prevenzione e per questo motivo Poste Centro Medico può contare sul valore degli specialisti ma anche sulle dotazioni mediche, sempre estremamente aggiornate.**

«La popolazione di Poste Italiane rispecchia la situazione clinica del Paese, senza differenze sostanziali. Ciò che è importante è fornire agli utenti e ai dipendenti dei servizi che siano efficaci e di qualità. Ed è ciò che Poste sta facen-



A sinistra, il Condirettore Generale di Poste Giuseppe Lasco. Sopra, il professor Francesco Cognetti

550  
M2

11  
AMBULATORI

13  
AREE MEDICHE

«C'è un gruppo di professionisti, ognuno con sua competenza e altri se ne aggiungeranno, coprendo altre specialità. Al Poste Centro Medico si lavora con spirito di servizio, come detto, spesso sostituendosi alle strutture con vocazione prettamente sanitarie, che sono in difficoltà».

**Può dare alcuni semplici ma fondamentali consigli per la prevenzione delle malattie oncologiche?**

«Per la prevenzione primaria è importante l'abolizione delle cause, che si ottiene con stili di vita corretti. Quindi niente fumo, poco alcol e seguire la dieta mediterranea, che è certificata come la più utile dal punto di vista della salute. Poi ci sono gli strumenti di prevenzione secondaria: per il tumore alla mammella una mammografia periodica o altri esami in casi di rischi individuali; la prevenzione contro il cancro al collo dell'utero con la vaccinazione anti-HPV e il Pap test. Quindi la prevenzione contro il cancro del colon retto con la ricerca del sangue occulto nelle feci e la colonscopia in soggetti con rischio maggiore ma comunque con un'attività periodica di screening. A queste forme di prevenzione si aggiunge quella per i forti fumatori, con la TAC spirale periodica».

do. Il Poliambulatorio Poste Centro Medico si avvale dei migliori specialisti e di apparecchiature di ultima generazione. Il Centro medico diventerà sempre più utile ai dipendenti di Poste e i risultati miglioreranno sia in termini di diagnosi precoce sia di assistenza».

**Nelle politiche aziendali c'è una grande attenzione al welfare e Poste Centro Medico ne è conferma. Come giudica la "cultura della salute" dell'Azienda?**

«È apprezzabile quanto è stato fatto finora ed è apprezzabile che si pensi al rafforzamento di questi strumenti medici. Il vertice di Poste

Italiane ha sempre dimostrato una grande attenzione a questi aspetti che sono importanti quando la situazione delle strutture del Paese è, purtroppo, in una crisi di sistema. Il fatto che l'Azienda assicuri ai dipendenti prestazioni di livello e tempestive è senz'altro un aspetto che contribuisce a un giudizio favorevole, che i dipendenti hanno».

**Un tratto distintivo di Poste Centro Medico è l'interdisciplinarietà dei medici che vi fanno parte. Quanto è importante l'attitudine a lavorare in team degli specialisti del centro?**

### COME PRENOTARE

#### PRENOTAZIONE

I colleghi interessati possono richiedere la prestazione desiderata attraverso

1. un form di prenotazione sul portale Poste Centro Medico, raggiungibile dall'intranet o dall'app NoidiPoste
2. chiamando al numero 06.5958.2505

#### Documenti necessari

In fase di prenotazione si dovranno avere a disposizione le seguenti informazioni e documenti:

- nominativo paziente
- codice fiscale
- prescrizione medica con il sospetto patologico. La prescrizione è richiesta dal Fondo di assistenza integrativa di Poste Vita – Fondo Salute (prestazione diretta)
- certificato di pronto soccorso (in caso di infortunio)

#### CONFERMA VIA TELEFONICA E MAIL

La richiesta di prenotazione sarà confermata via e-mail e telefonicamente dalla segreteria di Poste Centro Medico.

#### PARCHEGGIO INTERNO DISPONIBILE

Per i colleghi che prenotano, è disponibile il parcheggio gratuito interno alla struttura valido per tutta la durata della prestazione.

## Tutti i numeri del nostro Centro d'eccellenza

L'idea di un Centro Medico dedicato ai dipendenti di Poste Italiane, ai propri familiari e ai pensionati, nasce con l'obiettivo di rafforzare il benessere dei dipendenti negli ambienti di lavoro attraverso l'erogazione di servizi medici e di prevenzione sanitaria. Poste Italiane ha realizzato Poste Centro Medico (autorizzato dalla Regione Lazio all'esercizio del Presidio Poliambulatoriale con Determina del 18 marzo 2021): un centro d'eccellenza per visite specialistiche e di servizi diagnostici per la prevenzione, la cura e il benessere dei dipendenti. Il Poliambulatorio si sviluppa su 550 metri quadrati ed è dotato di 11 ambulatori e di apparecchiature medico-strumentali all'avanguardia.

Il Centro è coordinato da un Direttore Clinico e Sanitario e si avvale di professionisti provenienti dalle più importanti strutture sanitarie nazionali per offrire visite specialistiche e servizi diagnostici in 13 diverse aree mediche oltre al Presidio di diagnostica per immagini. È anche possibile richiedere il servizio prelievi. Gli specialisti che visitano all'interno di Poste Centro Medico sono convenzionati direttamente con PosteVitaFondoSalute, il Fondo di assistenza sanitaria integrativa di Poste Vita e con FASI/ASSIDAI. Le prestazioni sono quindi accessibili in forma diretta a tutti i dipendenti, ai pensionati e anche ai familiari in caso di sottoscrizione del piano esteso al nucleo familiare. Il personale non dirigente e dirigente può usufruire dei servizi anche in forma indiretta.

RISULTATI  
AL 30 GIUGNO  
2023

13.551  
PRESTAZIONI  
ESEGUITE

4.334  
UTENTI

4,8/5  
GRADIMENTO  
MEDIO\*

\* circa 3.000 questionari di gradimento compilati

### IL TEAM DEGLI SPECIALISTI

**DIRETTORE CLINICO E SANITARIO E ONCOLOGIA**  
Prof. Francesco COGNETTI

**OCULISTICA**  
Prof. Vito FENICIA  
Prof. Giuseppe BERRUTI  
Dott.ssa Fabiana MOSCATI (ortottista)

**ORTOPEDIA**  
Prof. Francesco BOVE

**UROLOGIA**  
Prof. Massimo MARIANI

**FISIATRA**  
Dott.ssa Cristina HRENIUC

**DERMATOLOGIA**  
Prof. Vitaliano SILIPO

**NUTRIZIONISTA**  
Dott.ssa Brigida STAGNO

**CARDIOLOGIA**  
Prof. Francesco ROMEO  
Dott. Pio CIALDELLA  
Dott.ssa Sonia C. SERGI

**OTORINOLARINGOIATRIA**  
Dott. Vincenzo DI DONFRANCESCO

**PEDIATRA**  
Prof. Marco BONCI

**GINECOLOGIA E OSTETRICIA**  
Prof. Pierluigi BENEDETTI PANICI

**SENOLOGIA**  
Dott.ssa Elena SARACCA

**GASTROENTEROLOGIA**  
Prof. Marcello ANTI  
Prof. Gian Ludovico RAPACCINI

**DIAGNOSTICA PER IMMAGINI**  
Dott. Marcello CHIOCCHI



## noi al nord ovest



### #POSTECOMMUNITY

## Fra Piemonte, Liguria e Lombardia un "triangolo" di successi targati Poste



Ufficio Postale Cascine Vica (Torino): Antonio D'Arienzo, Lorena Pioppi, Andrea Sturniolo, Pietro Salvatore Quaresima (DUP), Francesca Risuglia e Andrea Turtora



Filiale di Imperia: la Direttrice Nadia Paternostro insieme al suo staff



La Filiale di Novara premiata per la raccolta durante la Champions di BancoPosta



La Filiale di Sondrio premiata alla Champions Prestiti BancoPosta

### IERI E OGGI



### Vent'anni dopo siamo tornati nell'UP Genova 38

**Ieri** Da sinistra: P. Chiaruttini, V. Fantoni, F. Ballesstrasse (DUP), M. Vassalli e P. Sanfilippo.

**Oggi** Da sinistra: Francesca Grassi, Laura Limongelli (DUP), Chiara Lored e Eleonora Ghiorzo.

### PORTIERE

Data di nascita:  
20/05/1995

Luogo di nascita:  
Cuneo

Professione:  
Portalettere

Luogo di lavoro:  
Chiavari (GE)



### LA NAZIONALE DI POSTE

«Sul lavoro e tra i pali mi piace aiutare gli altri nei momenti decisivi»

Federico Cammarota, portalettere a Chiavari e portiere della Nazionale di Poste



- P** come **PRESENZA**, è una caratteristica fondamentale nel mio ruolo: gioco in porta e far sentire "che ci sei" ai compagni della difesa serve a dar loro sicurezza. Per gli stessi motivi ritengo sia altrettanto importante per un portalettere: per molte persone siamo una certezza, un punto di riferimento.
- O** come **OBIETTIVO** perché, nel lavoro come nel calcio, senza un traguardo chiaro, si perdono motivazioni e si fa fatica a centrare i risultati. Ogni mattina fisso il mio obiettivo di giornata: riuscire a essere sempre disponibile e stare sempre sul pezzo.
- S** come **SUPPORTO**, in squadra il portiere aiuta la difesa e interviene quando la situazione lo richiede. Sul lavoro bisogna fare altrettanto: supportare i colleghi e intervenire se ci sono difficoltà. Lo sport mi ha educato a essere sempre disposto a ragionare di squadra.
- T** come **TEMPISMO**, essere sempre al posto giusto nel momento giusto. Per un portiere saper scegliere il tempo giusto di un intervento fa la differenza, vale anche nel lavoro e nella vita. Avolte si mancano appuntamenti importanti per centesimi di secondo.
- E** come **ENTUSIASMO**, guai a non averne. Nel calcio e nel lavoro non lo faccio mai mancare. Anche perché fare il portalettere mi piace.

Una lettera che aggiungerei è la **G** di **GRUPPO**. Un singolo giocatore può farti vincere una partita, un gruppo ti fa vincere il campionato. Un concetto che va applicato anche sul lavoro, gli obiettivi si raggiungono sempre facendo squadra.

Se vuoi essere protagonista delle rubriche di queste pagine invia foto e/o testo a [redazionepostenews@posteitaliane.it](mailto:redazionepostenews@posteitaliane.it)

## PROBLEMI E SOLUZIONI

I nuovi record segnati durante il Prime Day di Amazon

# Anche nei periodi di picco Poste risponde "presente" con genio e innovazione

A Roserio incrementata la lavorazione manuale, con parte dei volumi "dirottata" a Peschiera

Poste Italiane ha segnato nuovi record per ciò che riguarda il volume dei pacchi di e-commerce lavorati. Prime Day è l'evento di shopping annuale di Amazon per i clienti Prime, che include offerte su marchi locali e internazionali. Per gestire in modo snello la grande quantità di prodotti lavorati (aumentati quest'anno del 20% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno), specialmente in occasione di questo recente evento, ecco che Poste è scesa in campo con la sua professionalità per azzerare picchi negativi e per garantire la continuità della filiera di lavorazione dei pacchi e-commerce.

### Comunicazione ed efficienza

Si è trattato di una soluzione vincente per far fronte alle situazioni nelle quali ci si può trovare durante un periodo così intenso di traffico di pacchi e-commerce: «In virtù dell'incremento volumi dei pacchi, proprio nelle fasi più delicate della lavorazione di quei giorni, nella notte tra giovedì 13 e venerdì 14 luglio scorsi, presso lo stabilimento di Roserio, abbiamo dovuto effettuare un intervento mirato - sottolinea **Santo Davide Sodano** della Gestione Operativa Lombardia di Poste Italiane - La soluzione che abbiamo immediatamente reso operativa, lavorando in sinergia con lo stabilimento di Peschie-



L'impianto di Roserio, tra i più impegnati durante il Prime Day di Amazon

ra Borromeo, è stata incrementare la lavorazione manuale dei pacchi e deflettere parte dei volumi di lavoro proprio verso lo stabilimento di Peschiera Borromeo, operazione avvenuta grazie anche all'efficienza dei nostri mezzi di trasporto e della flotta di Poste, coordinati da **Delfina Lauricella**. Tutto ciò per cercare di rispettare le promesse di consegna stipulate col cliente. Si è trattato di una decisione che abbiamo reso operativa rapidamente (anche attraverso un'efficace comunicazione via whatsapp) e che dunque ci ha permesso di sfruttare appieno la sinergia tra i due stabilimenti, raggiungendo così l'obiettivo di azzerare i volumi di traffico, completando con successo il processo di consegna dei pacchi al cliente, con 50-60.000 oggetti consegnati ogni giorno, durante il periodo del Prime Day».

### Il valore della tempestività

Anche in questo caso, la struttura di Poste si è dimostrata efficiente nella

definizione della situazione in atto: «Disponiamo di sistemisti e di tecnici in sito che monitorano la situazione in real time - aggiunge Sodano - e quella notte, grazie all'alert che ci aveva inviato la Responsabile Impianti di Roserio, **Francesca Grande**, abbiamo operato in sinergia, con la presenza del Direttore della struttura di Roserio, **Daniele Andreucci**, col Direttore di Peschiera Borromeo **Michele Sgobba** e con **Davide Anzardi** del Centro di Smistamento Peschiera Borromeo». Un gioco di squadra eccezionale, organizzato in pochissime ore, ha permesso di risolvere quello che poteva essere un piccolo negativo, garantendo la piena operatività del servizio: «Tempestività e comunicazione hanno fatto la differenza - conclude il Responsabile della Gestione Operativa Lombardia di Poste Italiane - grazie al supporto di tutte le persone di Poste che hanno fatto fronte con professionalità ad un momento di traffico intenso».

## BACHECA

### Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Domenico Bellissimo	Resp. Ingegneria e Sicurezza - Macro Area Logistica
Michele Scobba	Resp. Gestione Operativa Nord-Ovest - Macro Area Logistica
Vincenzo Vastarella	Resp. RAMS Lombardia - Macro Area Logistica
Salvatore Verda	Resp. Centro di Smistamento Genova - Macro Area Logistica
Daniela Andreucci	Resp. Centro di Smistamento Milano-Rosario - Macro Area Logistica

## TORNELLO

### CHI SALUTA

## «La fiducia dei clienti un ricordo indelebile»

«Ho trascorso in azienda ben 42 anni. Un'esperienza lunghissima e ricca di momenti significativi. A cominciare dai 10 anni nei quali ho svolto la mansione di portaflettere, durante i quali ho potuto apprezzare il vero e reale rapporto con le persone», racconta **Mauro Rossi**.

«Poi - continua - sono stato sportellista e direttore di ufficio postale: la fiducia che i clienti mi hanno sempre accordato è stata totale. Ed è una soddisfazione che mi accompagnerà per tutta la vita».



### CHI ARRIVA

## «Colpita dall'accoglienza dei miei nuovi colleghi»

«Ho 22 anni e mi si è aperto davanti un mondo bellissimo, una nuova esperienza che sto vivendo con serietà e passione», dice **Giulia Castelli**. «Attualmente lavoro in un ufficio postale e sono rimasta colpita dall'accoglienza e dal supporto dei miei superiori e dei colleghi.

La fiducia che sono riuscita a conquistarmi, da parte dei clienti, è un qualcosa che mi fa sentire orgogliosa del percorso intrapreso».



## PAROLA ALLE ISTITUZIONI

# «Servizi digitali e burocrazia sostenibile, con Poste un dialogo proficuo»

L'Ufficio Postale di Candelo (Biella) è tra i primi in Italia scelti per l'avvio dei servizi previsti dal progetto Polis. Grazie a Polis sono garantiti ai cittadini nuovi punti di accesso ai servizi dell'amministrazione per favorire una "giustizia di prossimità" sempre più vicina al territorio e alle comunità riducendo così l'impatto sulle cancellerie e sugli uffici giudiziari. «Siamo felici che il nostro paese sia stato scelto per questo importante progetto e che sia il primo in Piemonte a erogare servizi al cittadino - ha



Il Sindaco Paolo Gelone con la fascia tricolore

commentato il Sindaco di Candelo, Paolo Gelone - Abbiamo sempre avuto un dialogo proficuo con Poste che ora si concretizza con un'iniziativa in linea con i nostri obiettivi programmatici di innovazione e servizi per la comunità. Migliorare i servizi digitali, snellire la burocrazia, renderla più semplice, efficiente e sostenibile: sono obiettivi prioritari che dobbiamo raggiungere - aggiunge il primo cittadino - e Candelo è in prima fila per vivere la pubblica amministrazione del futuro».



# noi al sud



## #POSTECOMMUNITY

# In un'area da Champions a vincere è il gioco di squadra



La Filiale di Avellino premiata alla Champions Prestiti BancoPosta



I colleghi della Filiale di Bari premiati alla Champions Raccolta BancoPosta



Prestiti BancoPosta da record anche per la Filiale di Benevento



Champions Raccolta BancoPosta: la Filiale di Castrovillari



I colleghi della filiale di Crotona alla Champions Raccolta



Di Sala Consilina, in provincia di Salerno, gli altri vincitori campani della Champions Prestiti BancoPosta



La Filiale di Napoli 2 Ovest alla Champions Raccolta



La filiale di Reggio Calabria, premiata per la raccolta

### DIFENSORE

Data di nascita:  
09/06/1993

Luogo di nascita:  
Pagani (SA)

Professione:  
Consulente Finanziario

Luogo di lavoro:  
Salerno



### LA NAZIONALE DI POSTE

«Indossare la maglia di Poste mi rende felice e orgoglioso»



Armando Veneziano, qui nelle vesti di consulente finanziario all'ufficio postale di Salerno

- P** come **PASSIONE**, non saprei rappresentare meglio il connubio tra appartenenza sportiva alla Nazionale e appartenenza all'Azienda. Io lavoro al pubblico e a volte di passione ne serve tanta. Ci sono persone che danno entusiasmo altre che non capiscono anche le nostre difficoltà. La passione aiuta a superare quei momenti.
- O** come **ORGOGGIO**. A prescindere dalla rappresentanza sportiva, c'è l'orgoglio di lavorare per la più grande azienda del Paese che forse più di tutte ha cambiato la percezione che si aveva all'esterno. Oggi è un punto di arrivo che rende fieri, oltre me, anche la mia famiglia.
- S** come **SOCIALIZZAZIONE**, sia in ambito sportivo sia in ufficio con colleghi e clienti. La socializzazione è anche l'aspetto più bello di questa esperienza con la Nazionale che ci ha permesso di conoscere ragazzi di regioni diverse che ora sono diventati amici.
- T** come **TENACIA**, che è un tratto distintivo del mio carattere in ambito calcistico e anche professionale. Voglio sempre tanto, ho tante ambizioni e cerco di dare sempre il massimo per in tutto quello che faccio.
- E** come **EMPATIA**, fondamentale in squadra e per chi lavora al pubblico. Aggiungo anche entusiasmo ed energia, che è anche il nuovo business in cui è entrata Poste Italiane.

Una lettera che aggiungerei è la **F** di **FELICITÀ**. Sono giovane, non sarebbe normale se non mi sentissi felice di quel che faccio e delle opportunità che questa Azienda mi ha dato, sia in ambito professionale sia sportivo, consentendomi di rappresentarla nella Nazionale.

Se vuoi essere protagonista delle rubriche di queste pagine invia foto e/o testo a redazionepostenews@posteitaliane.it

## PROBLEMI E SOLUZIONI

Tutela Aziendale, la testimonianza di Aniello Figliolia

# Sicurezza e prevenzione per le società del Gruppo

Valutazione dei rischi, certificazioni, collaudi: l'esperienza e la garanzia di Poste Italiane al servizio di tutto il suo ecosistema di società. Ecco le best practice della Macro Area

La prevenzione dei rischi come virtù, ma soprattutto come best practice da attuare mettendosi al servizio delle varie realtà e dei dipendenti. Poste Italiane è anche questo. Un esempio concreto lo fornisce **Aniello Figliolia**, del servizio prevenzione e protezione della Macroarea Sud. A lui, da sempre impegnato nella Tutela Aziendale, si rivolgono spesso le società del gruppo stesso in qualità di consulente come responsabile sicurezza prevenzione e protezione. Lo scopo è riportare all'interno delle aziende la stessa metodologia della casa madre.



In alto a sinistra Aniello Figliolia

### Un ruolo di responsabilità

Figliolia svolge questo ruolo in BancoPostaFondi SGR, PatentiviePoste, PosteMotori, IndaBox, Consorzio Logistica Pacchi ed ora anche in Agile Lab: «Qui sto facendo un lavoro di avviamento ex novo del documento di valutazione dei rischi, come fatto con Nexive, che ora non è più in carico a me», spiega aggiungendo che «il consulente responsabile sicurezza prevenzione e protezione viene nominato quando la società del gruppo ne ha bisogno. Questo perché Poste Italiane offre un valore aggiunto collaudato e certificato sul fronte della sicurezza e per le società del gruppo è meglio avvalersi di queste certezze, piuttosto che affidarsi ad esterni che magari non conoscono bene la realtà».

### Customizzare le procedure di prevenzione

La best practice, in questo caso, è la customizzazione delle procedure di prevenzione e protezione della società, armonizzandole con quelle del Gruppo: «Ma ogni società è diversa, quindi ogni volta nascono esigenze particolari al momento. Per cui si impara sempre, in continuazione, con un interscambio reciproco», precisa. «La linea guida è il testo unico sulla sicurezza 81/08, dobbiamo fare in modo che la società sia in compliance con la normativa – specifica Figlio-

lia – Si affrontano prima gli aspetti prioritari, quelli dove la società è meno forte sul fronte della sicurezza sul lavoro. In generale, si fa una mappatura dei pericoli e si cerca di ridurre quanto più possibile i rischi legati a questi pericoli specifici».

### La cultura della sicurezza

L'aspetto centrale della prevenzione è far passare il concetto di sicurezza e cosa questa vuol dire per l'azienda. «Alle società chiedo che siano veloci nel fornirmi tutte le indicazioni sul documento per la valutazione del rischio – spiega Figliolia –. Ricordo sempre ai vertici delle società che io svolgo il mio lavoro come consulente, e che è loro interesse essere sempre attenti alle indicazioni dettagliate nei documenti della sicurezza, sia per tutelare i lavoratori e per ridurre o eliminare le situazioni di rischio, ma anche per evitare di incorrere in cause di responsabilità civile e penale che sono comunque in capo al Datore di Lavoro che assume la paternità dei documenti stessi sebbene redatti con il mio contributo». Al centro c'è sempre un'azione di formazione: «A me piace dare il supporto ai colleghi su questo aspetto – spiega Figliolia – soprattutto ai nuovi, per diffondere la cultura della sicurezza. Perché solo così si prevenono i problemi».

## BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Marco Manarito	Resp. Comm. Privati Filiale Crobare Macro Area Mercato Privati
Luigi Serio	Resp. Comm. Privati Filiale Reggio Calabria Macro Area Mercato Privati
Rafael Amedeo De Donati	Resp. Comm. Privati Filiale Foggia Macro Area Mercato Privati
Arianna Viola	Resp. Produzione RAM 1 S1-Macro Area Logistica
Lucrè Maria Giuanna	Resp. Qualità di Ram 3 S Macro Area Logistica
Emilia Annone	Resp. Proc e Qual. Centro Smist. Lamezia Terme-Macro Area Logistica
Arianna Melamaci	Resp. Risorse Umane Ram 3 S Macro Area Risorse Umane
Marta Miglio	Ref. Gestione Risorse Umane DTO Sud Macro Area Risorse Umane

## TORNELLO

CHI SALUTA

### «Poste mi ha dato tanto ed è stato un piacere»

«Poste Italiane mi ha dato tanto: mi ha fatto crescere come persona e ha contribuito a darmi la possibilità di costruire una famiglia», ricorda **Francesco Taglianetti**. «Sono orgoglioso di aver lavorato per un'azienda così importante. Ho svolto per tanti anni la mansione di dirigente e ricorderò con piacere l'eccellente rapporto che ho sempre avuto con i clienti e con lo staff di colleghi che ho avuto il piacere di dirigere».



CHI ARRIVA

### «Sono entusiasta dei continui obiettivi»

**Roberta Criscuolo** è stata assunta da 7 mesi in un ufficio postale monoperatore: «Un lavoro davvero particolare, che mi porta ad avere un rapporto sempre diretto con la clientela. Ho grande entusiasmo e la cosa che apprezco di più in Poste è la dinamicità e l'interazione che si viene a creare all'interno dell'azienda, perché ti permette di avere continui obiettivi da raggiungere».



## PAROLA ALLE ISTITUZIONI

### «Lamezia Terme, l'ufficio postale fondamentale per la nostra comunità»

È stata inaugurata da pochi mesi la nuova sede dell'Ufficio Postale di Sant'Eufemia di Lamezia Terme. Alla cerimonia di presentazione hanno preso parte il sindaco di Lamezia Terme, Paolo Mascaro, e alcuni rappresentanti aziendali. «Quello di oggi è un momento importante – ha detto il sindaco, commentando la presentazione della nuova sede – perché ci tenevamo come comunità affinché questa parte del territorio di Lamezia potesse avere un ufficio postale adeguato allo sviluppo della sua area territoriale. Lamezia è il punto di snodo di tutta la regione Calabria – ha aggiunto il primo



Con la fascia tricolore, il sindaco di Lamezia Terme, Paolo Mascaro

cittadino – un centro che ha una particolare importanza e avere oggi un ufficio postale così bello e moderno è sicuramente qualcosa di positivo per l'intera comunità e per la nostra città». Gli sportelli a disposizione dei cittadini sono polifunzionali, la sala consulenza dispone di personale qualificato per tutte le informazioni sui prodotti di risparmio e investimento offerti da Poste Italiane. Il nuovo Ufficio Postale è dotato anche di uno sportello Atm, operativo h24, sette giorni su sette, che consente ai titolari una serie di operazioni e anche eliminare eventuali tempi di attesa.



## noi al nord est



### PROBLEMI E SOLUZIONI

Pianificazione e lavoro di squadra migliorano le performance

# Pordenone, così si spiega ai clienti come ottenere insieme risultati positivi

L'ufficio postale di Santa Caterina ha visto in poco tempo impennare il prodotto cessione del quinto: merito delle parole giuste e della condivisione degli obiettivi da raggiungere

Numeri importanti, frutto di un attento lavoro di monitoraggio e preparazione all'incontro con i clienti e alle frasi giuste, che hanno convinto anche i più restii ad accettare. Così l'ufficio postale di Pordenone Santa Caterina ha visto in poco tempo impennare il prodotto cessione del quinto: fra pensionati e dipendenti pubblici la performance è stata del 112,4 per cento. Merito del corretto e costante utilizzo della piattaforma CROSS, sicuramente, ma anche e soprattutto del lavoro dei dipendenti di Poste Italiane.

#### Pianificazione e organizzazione

**Daniele Antonio Rinciari**, direttore della filiale di Pordenone, sottolinea: «Alla base ci sono un grande lavoro di pianificazione e organizzazione e una forte sinergia con i consulenti finanziari. Poi bisogna usare le frasi giuste. Per esempio, nei giorni del pagamento delle pensioni abbiamo detto ai clienti: «Abbiamo soluzioni dedicate a voi, per realizzare un sogno, un progetto o avere nuova liquidità. Le fissiamo un appuntamento con i nostri consulenti». Un lavoro in sinergia con la direttrice, gli operatori di front-end, i consulenti e lo staff commerciale: molti clienti, dopo il primo incontro, sono tornati a sottoscrivere la cessione del quinto».



Da sinistra: Alessandra Forlano, Giulia Tramacere, Luciana Bucciarelli, Rita Straziuso, Sandy Frassino, Anna Manzon, Antonella Del Pin, Giovanna Lagana, Isidoro Nicastro, Elisabetta Grimaldi, Massimiliano De Lucia, Serena Guerrera, Elena Costa

#### Vincere le resistenze

La sfida, con una base di partenza molto anziana, era soprattutto vincere le resistenze: «Per chi è più abituato agli strumenti classici – spiega la direttrice dell'ufficio postale **Antonella Del Pin** – la diffidenza è soprattutto quella di vedersi togliere una parte dello stipendio o della pensione. Va fatto capire che quella è una opportunità».

#### Condividere i risultati

Ma la chiave più forte del successo è la condivisione dei risultati: «Ogni finanziamento, ogni azione viene condivisa con l'ufficio consulenza e con la squadra: si crea una sinergia fra consulenza, cross e operatore. Quan-

do si vede che si genera un risultato positivo, si trova la forza per continuare su quella strada. Tutte le mattine facciamo un briefing per condividere i risultati dei Cross, ma anche le resistenze e le difficoltà. In questo aiuta molto avere un gruppo giovane, che utilizza la piattaforma CROSS in maniera più sistematica, è da stimolo anche per gli altri operatori. La chiave che ci ha fatto crescere è stata quella di capire che chiedere al cliente se vuole fare la cessione del quinto deve essere una opportunità e non una barriera. Trasmettere i valori, condividere i risultati, raccontati da operatori e consulenti di sportello: questo dà la spinta».

### BACHECA

#### Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Alfredo Braucci..... Resp. Comm. Privati Filiale Gorizia - Macro Area Mercato Privati  
Andrea Carraro ..... Resp. Risorse Umane Filiale Verona Macro Area Risorse Umane  
Emanuel Bonato ..... Ref. Gest. Risorse Umane DTO Nord Est Macro Area Risorse Umane

### TORNELLO

#### CHI SALUTA

## «Da 40 anni di Poste eredito tante amicizie»

«Ho trascorso in Poste 40 anni della mia vita. Sono stata testimone dei grandi cambiamenti aziendali nel corso degli anni», ricorda **Silvia Mio**. «Sono stata in amministrazione e controllo, agli acquisti, e infine nel settore della centralizzazione degli acquisti immobiliari e delle gare d'appalto - prosegue nel suo racconto - Ruoli che ho interpretato sempre con il massimo impegno, momenti nei quali ho avuto l'opportunità di conoscere colleghi molto preparati. Ancora oggi, mi capita di sentire e di frequentare ex colleghi, conosciuti proprio all'interno di Poste Italiane. Insieme ricordiamo i bei momenti di lavoro passati».



#### CHI ARRIVA

## «Già dall'inserimento vista la serietà di Poste»

**Marco Della Pietra** ha cominciato la sua avventura in Poste da pochi mesi. «Dopo un percorso di formazione, è iniziata una prima parte nella quale lavoro in autonomia. La cosa che più mi ha colpito è la serietà con la quale l'azienda istruisce i suoi nuovi dipendenti e la disponibilità che mi hanno garantito tutti i colleghi. Faccio il consulente finanziario in un ufficio postale a Gemona del Friuli ed è un'esperienza davvero formativa e interessante. Ne sono sinceramente entusiasta».



### LE NOSTRE STORIE

## «Il mio calcio sociale per i ragazzi a rischio»

**Francesco Ingemi** è il direttore dell'ufficio postale di Udine 2. Un incarico di grande responsabilità, che svolge sempre con grande dedizione, anche perché per trasferirsi in Friuli ha lasciato l'attività di calciatore che ha caratterizzato la sua prima parte di vita.



«Quando sono venuto qui ho iniziato a fare l'allenatore e anche il dirigente – spiega – collaborando per oltre 13 anni col settore giovanile dell'Udinese». Da qui è nata l'i-

dea di unire lo sport al sociale, per fare del calcio un veicolo di inclusione: «All'istituto salesiano del Bearzi abbiamo intrapreso una iniziativa – racconta – raccogliendo ragazzi dalla strada o dai quartieri vicini, ospitati in parrocchie o case famiglia per fare quello che si chiama calcio sociale. Certamente si impara qualcosa anche a livello calcistico, ma l'obiettivo principale è divertirsi e stare insieme».

### #POSTECOMMUNITY

## Verona, festa con maglietta celebrativa



La Filiale di Verona premiata alla Champions Prestiti BancoPosta



# noi centro nord



## BACHECA

### Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Gianluca Tomei ..... Resp. Macro Area Logistica  
Erika Guerra ..... Resp. Comm. Privati Filiale Rimini - Macro Area Mercato Privati  
Addolorata Caposelle..... Resp. Gest. Operativa Fil. Terni Macro Area Mercato Privati  
Antonella Chesi..... Ref. Gest. DTO Centro Nord Macro Area Risorse Umane

## PROBLEMI E SOLUZIONI

All'hub centro di smistamento SDA di Bologna

# La nuova vita di un rullo per ottimizzare i pacchi e-commerce di Zalando

Una rulliera motorizzata, detta flex, è stata posizionata in modo che i colli deviassero direttamente sulla linea manuale delle spedizioni small con benefici per tempi e costi

La necessità aguzza l'ingegno, recita l'antico adagio. All'hub centro di smistamento SDA di Bologna lo hanno messo in pratica, risolvendo un problema che stava aumentando sia i costi di lavorazione dei pacchi, che SDA consegna per conto di Poste Italiane, sia i tempi di permanenza degli stessi nella struttura.

### Dalla Polonia senza carton box

«Il problema - spiega **Leonardo Vecchi**, responsabile del centro di smistamento - è nato con la merce di Zalando che arriva dalla Polonia, che invece di arrivare dentro a dei carton box giunge a noi dentro a buste di varie dimensioni. Questo tipo di confezionamento dovrebbe essere rilavorato sul posto dalle persone di SDA inserendo i pacchi e-commerce dentro le apposite scatole di cartone: ovviamente noi lo facciamo, ma questo provoca un aumento di costi e tempi, anche perché da noi transitano 10.000 pacchi al giorno di questo tipo».

### La soluzione in casa

Per ottimizzare, dunque, si è arrivati alla soluzione interna: «Abbiamo in dotazione una rulliera motorizzata, detta flex - sottolinea **Gianluca Viggiano**, del centro di smistamento - che di solito usiamo per movimentare i pacchi. L'abbiamo posizionata in modo che le



Le immagini dello scarico flex della merce Zalando in arrivo dalla Polonia

spedizioni di Zalando, invece di convergere sul sorter per i pacchi grandi, deviassero direttamente sulla linea manuale delle spedizioni small. Si tratta di un rullo da 18 metri che arriva fin quasi al rimorchio. Questo ha risolto due tipi di problemi: il primo è l'errato consolidamento e l'altro è quello dello scarico, perché il mezzo Zalando viene scaricato in un'altra baia lontana dall'area di scarico, lasciando così la buca di scarico libera per altre urgenze».

### Risparmio di tempo e soldi

**Giuseppe Maggiore**, anche lui del centro di Bologna, aggiunge: «Abbiamo op-

tato per questa soluzione perché non ci potevamo permettere di scaricare quei bilici sul sorter per i pacchi, perché occupava per molte ore la buca di scarico e contribuiva a creare una coda dei mezzi in attesa di scarico. Questa attività ha prodotto anche un altro beneficio, ovvero la riduzione dei costi. In questo modo lavorare il pacco costa il 60 per cento in meno. E ovviamente sono molto più ridotti anche i tempi di transito del collo nell'hub: questo fra l'altro è molto importante anche sul fronte della sicurezza, perché meno tempo il pacco sta nell'hub e più si riducono i rischi che possa verificarsi qualche incidente».

## TORNELLO

### CHI SALUTA

## «Una lunga esperienza all'insegna della serenità»

«La mia esperienza in Poste, durata quasi 39 anni, si è sviluppata all'insegna della serenità. Sono grata a Poste perché mi ha permesso di crescere, sia come lavoratrice che come persona, consentendomi di raggiungere una posizione professionale appagante», sottolinea **Nicoletta Bartozzi**. «E, ancor di più, Poste mi ha permesso di esprimere al meglio quelle che sono state le mie doti e capacità. E io ho cercato di ripagare l'azienda con coscienza e dedizione».



### CHI ARRIVA

## «Sono grata all'azienda per la fiducia che mi dà»

**Ambra Corazzi** racconta il suo impatto con Poste Italiane: «Ho potuto fin da subito sperimentare l'accoglienza di questa azienda. Ho l'opportunità di lavorare come direttrice di ufficio postale monoperatore nel mio paese di residenza: qui conosco tutta la clientela e ho costruito con loro un solido rapporto di fiducia. Si tratta di una grande responsabilità - prosegue **Ambra** - per la quale ringrazio l'azienda, che mi ha subito dimostrato la sua fiducia. Venivo dal mondo dell'informatica e questo mi ha agevolato, perché padroneggio con disinvoltura questa tecnologia, che anche in Poste è molto sviluppata».



## #POSTECOMMUNITY

## Ecco sei filiali da Champions



Raccolta BP: la Filiale di Ancona



La Filiale di Bologna 1 Città



La Filiale di Piacenza premiata alla Champions Prestiti BancoPosta



La Filiale di Prato alla Champions Raccolta BancoPosta



La Filiale di Bologna 2 Provincia premiata per la raccolta



Champions Raccolta BancoPosta: la Filiale di Rimini



## noi al centro



### PROBLEMI E SOLUZIONI

Design e green insieme per il progetto Polis

# Gli edifici di un tempo protagonisti del futuro

L'edificio di Campagnano di Roma risale a una serie di prefabbricati degli anni '90:

l'archistar De Lucchi ha ripensato decorazioni e illuminazione, Poste li ha resi funzionali

Coniugare la bellezza e il design firmato da una delle più celebri archistar italiane con la sicurezza. In Poste Italiane, questa combinazione è stata messa in pratica dal dipartimento Ingegneria della macroarea Centro Immobiliare Lazio-Abruzzo-Molise, prima zona ad aver sperimentato i nuovi prototipi di uffici postali del Progetto Polis. L'ufficio postale pilota è stato quello di Campagnano di Roma, ospitato in uno stabile Italtel risalente agli anni '90: «Queste strutture – sottolinea il responsabile del dipartimento, **Paolo Fabozzi** – sono tutte uguali, fanno parte del cluster top e sono prefabbricati isolati, autonomi, caratterizzati da un pannello della parete esterna che ha una fustellatura che richiama il francobollo. Complessivamente sono però piuttosto anonime dal punto di vista estetico».

#### L'intervento di De Lucchi

Per questo Poste Italiane ha coinvolto **Michele De Lucchi**, un archistar che ha curato l'intero concept di illu-



L'Ufficio Postale di Campagnano di Roma, tra i primi di Polis

minazione del progetto Polis, incollandolo su fasce orizzontali gialle a richiamare il colore di Poste e il verde con il quale sono state verniciate le parti metalliche esterne, a richiamare l'identità green del Gruppo.

#### Innovazione e sicurezza

«Soprattutto la parte esterna sulla facciata – spiega Fabozzi – era pensata in particolare come elemento decorativo e caratterizzante, noi abbiamo pensato di coniugare questa innovazione con la sicurezza».

«Avevamo la necessità funzionale di adeguare questo elemento – aggiunge – così abbiamo utilizzato la fascia gialla retroilluminata che avvolge l'edificio, come base per ampliare la copertura. Abbiamo alzato l'edificio di oltre 30 centimetri. In questo modo, da un lato abbiamo fornito l'altezza giusta al parapetto per l'installazione del fotovoltaico, garantendo anche la sicurezza ai manutentori che dovranno intervenire; dall'altro abbiamo dato nuova vita a una cornice di trent'anni, che senza copertura era anche a rischio delle intemperie. Non solo. Al posto della retroilluminazione abbiamo inserito dei faretti che vanno a illuminare le fustellature, valorizzando una sagoma che è molto celebre, perché richiama il francobollo, ma poco visibile». L'intervento, realizzato dal team composto anche da **Maurizio Betrò**, **Ilaria Tullio** e **Fabiola Pontecorvo**, è stato utilizzato come modello a Campagnano, ma adesso verrà adottato in tutte le altre strutture di questo tipo.

### BACHECA

#### Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Gianluigi Rossi ..... Resp. Produzione RAM4 C- Macro Area Logistica  
Cristina Boccia ..... Ref. Gestione Risorse Umane DTO Centro\_Macro Area Risorse Umane  
Carmine Arena ..... Resp. Deposito Territoriale Roma DTO/CO/SBO/OLF

### TORNELLO

#### CHI SALUTA

## «Ho fatto del mio meglio senza mai annoiarmi»

«Il lavoro mi piaceva molto: questa è stata la molla che, ogni giorno, mi ha permesso di dare il meglio di me stesso, con entusiasmo e passione», ricorda **Marcello Moroni**, in pensione da dicembre del 2022. Sono entrato come tecnico che operava presso il circolo costruzioni di Sulmona. Poi, sono passato alla gestione operativa, dove ho provato il piacere di mettere al servizio dei miei colleghi tutta la mia professionalità. Viaggiavo spesso sul territorio e il mio era innanzitutto un lavoro nel quale non avevi certo modo di annoiarti».



#### CHI ARRIVA

## «Poste mi inorgoglisce e mi fa sentire sicura»

**Stefania Cacace** è stata assunta alla fine del 2022: «Sono pienamente soddisfatta della scelta fatta. In precedenza lavoravo per una grande multinazionale e l'idea di lavorare per una grande azienda italiana mi inorgoglisce e mi dà sicurezza. Poste è una realtà che ti offre tante prospettive e dove c'è la possibilità di utilizzare le mie peculiarità. Sono una psicologa abilitata e penso di saper trattare con il pubblico, un'esperienza che ogni giorno mi arricchisce».



### #POSTECOMMUNITY

## Isernia, Roma, L'Aquila, Cagliari: il Centro fa poker



Le filiali di Isernia e Roma 2 Nord premiate alla Champions Prestiti BancoPosta



La Filiale dell'Aquila: da sinistra, Alessandro Romano, Corrado Nucci, Roberto Di Stefano, Massimo Di Ramio, Donatella Mucciantè, Ilaria Mosesso, Valeria Bernabei, Daniele Evangelisti (DF), Antonella Fiorenzani, Diego Padrone e Maria Elena D'Agostino



Centro Smistamento di Cagliari: da sinistra, Andrea Fadda, Michele Lussu, Gianmarco Gelsomino, Matteo Pinna, Franco Dessi e Maurizio Cancedda



# noi in Sicilia



SCRIVI a [REDAZIONEPOSTENEWS@POSTEITALIANE.IT](mailto:REDAZIONEPOSTENEWS@POSTEITALIANE.IT)

## PROBLEMI E SOLUZIONI

Un sito web su Sharepoint, l'iniziativa di Tutela

# Informare e monitorare: in Sicilia la sicurezza è a portata di click

Sulla piattaforma, in via sperimentale, è possibile archiviare, condividere gli aggiornamenti e avere la fotografia in tempo reale delle attività che si svolgono sul territorio regionale

La tutela della salute e della sicurezza sul lavoro è un valore fondamentale per Poste, al quale tutte le persone devono ispirarsi nello svolgimento delle proprie attività quotidiane. L'Azienda, oltre ad aver individuato le responsabilità organizzative e a essersi dotata di policy specifiche in linea con le più recenti normative, si impegna costantemente ad adottare tutte le misure necessarie per ridurre incidenti, infortuni sul lavoro e malattie professionali.

### La piattaforma interna

Un ottimo esempio di best practice (un progetto pilota, in via sperimentale e in corso di miglioramento) arriva da Tutela Sicurezza sul Lavoro Sicilia. Ne parla **Fabio Giamporcuro**, Responsabile SSL Sicilia. L'ingegnere che ha realizzato questo particolarissimo sito web su Sharepoint aziendale si chiama **Dante Baldacchino**. Andiamo a vedere di cosa si tratta, nel dettaglio: «È stata creata una pagina all'interno di Sha-



Il sito sviluppato da Tutela Aziendale SSL Sicilia

repoint - sottolinea Giamporcuro - una piattaforma dinamica ad uso interno aziendale, grazie alla quale è possibile monitorare tutte le attività inerenti alla sicurezza, compresa la gestione dei vari ticket di lavorazione che di volta in volta vengono aperti. Tale sistema ci permette di osservare chi è in regola o chi in ritardo con le varie attività sulla sicurezza». Sotto un profilo più tecnico, si può dunque affermare che è stato utilizzato Microsoft SharePoint per creare questo speciale sito web, una sorta di "luogo sicuro" nel quale archiviare, organizzare, condividere e accedere alle informazioni sulla sicurezza. All'interno di questo applicativo, tutte le

attività sono state clusterizzate, in modo da avere a disposizione un vero e proprio sistema integrato che fosse in grado di offrire una "fotografia" in tempo reale della situazione. Il sito, accessibile solo allo staff di Tutela Aziendale SSL Sicilia, diventa così inestimabile fucina di informazioni, con documenti aggiornati e grafici dinamici di avanzamento delle attività dell'ufficio: «L'idea è stata quella di utilizzare un sistema che permettesse di trovare tutto in maniera rapida e veloce - sottolinea Baldacchino, addetto alla sicurezza sul lavoro di Siracusa e Ragusa - con il sistema che consente di avere immediatamente chiara la situazione sulle attività in svolgimento. Si tratta di un efficace monitoraggio sui comportamenti in essere. Con un sistema del genere, vista l'ampiezza del territorio siciliano, il lavoro viene fortemente semplificato - conclude l'ingegnere - e le informazioni possono essere veicolate in un modo molto più rapido e funzionale agli obiettivi da raggiungere».

## BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Giovanni Canino..... Resp. Proc e Qualità Centro Smist. Palermo- Macro Area Logistica  
Mirko Puleo..... Ref. Gest. Risorse Umane DTO Sicilia Macro Area Risorse Umane

## TORNELLO

### CHI SALUTA

## «Ogni giorno in servizio con il massimo impegno»

«Lavorando per Poste ho coronato il mio sogno. Posso dire con orgoglio di non essere mai mancato dal lavoro, ogni giorno presente in ufficio per prestare il mio servizio. Credo dunque di essermi distinto per il mio impegno e per la capacità di risolvere i problemi», racconta **Giuseppe Marano** «sempre grato a Poste per quello che mi ha regalato».



### CHI ARRIVA

## «Un'opportunità unica che seguo con passione»

«Dal gennaio scorso, periodo nel quale sono stata assunta, lavoro nella splendida isola di Favignana come operatrice di sportello. L'esperienza con Poste finora è molto positiva», dice **Danila Beninati**. «Per me - aggiunge - è un'opportunità unica, che porto avanti con genuina passione. Qui ho trovato il vero lavoro di squadra, anche grazie a colleghi e superiori che, fin dal primo giorno, mi hanno supportata».



## #POSTECOMMUNITY

### Catania e Agrigento, l'affiatamento prima di tutto



Il White Party celebrato dai colleghi della Filiale di Catania 2



La Filiale di Agrigento premiata in occasione della Champions Raccolta BancoPosta



## le nostre iniziative

# Fiocco giallo



Così celebriamo l'arrivo di un nuovo membro della grande famiglia di Poste Italiane

# Un pensiero per i nuovi arrivati: il regalo gradito di **Fiocco Giallo**

Grande successo per l'iniziativa di Poste Italiane dedicata ai neogenitori: un pacco nascita pieno di prodotti essenziali

Diventare genitori è un'avventura unica e speciale. La nostra Azienda, che ha a cuore il benessere dei propri dipendenti, vuole essere presente sin dai primi momenti di questa fase così importante della vita.

I piccoli che stanno per arrivare meritano grandi attenzioni. Con il progetto "Fiocco Giallo" Poste Italiane partecipa alla gioia della nascita con un cofanetto di prodotti di qualità, indi-

spensabili per le prime grandi attenzioni da dedicare ai nuovi arrivati nella nostra grande famiglia.

"Fiocco Giallo" contiene una selezione accurata di 15 prodotti, tutti a marchio Chicco e Flocchi di Riso, più un coupon per l'acquisto di abbigliamento e scarpine. Si tratta di prodotti essenziali per il neonato e per i genitori, volti a rendere quest'esperienza indimenticabile.

### Come aderire

Puoi richiedere "Fiocco Giallo" accedendo alla intranet, nella sezione "PosteXTe" oppure dall'app PosteXTe nella categoria "Fiocco Giallo", compilando un semplice form di richiesta. La spedizione verrà consegnata entro 5 giorni lavorativi.

Il pacco "Fiocco Giallo" può essere richiesto da tutti i dipendenti del Gruppo Poste Italiane che diventino genitori (nascita, adozione, affido preadottivo di un neonato).

La richiesta del pacco "Fiocco Giallo" deve essere presentata a partire da 1 mese prima della data presunta di nascita oppure entro 1 mese dalla data effettiva di nascita del bambino/a.

Inquadra  
il QR Code  
con il cellulare



### Il cofanetto "Fiocco Giallo"

All'interno troverai i seguenti prodotti a marchio Chicco e Flocchi di Riso:

- una tutina di cotone (taglia 56 cm)
- 2 paia di calzini per i primi giorni
- 2 body (taglia 0-3 mesi)
- un talco non-talco
- un beauty per il cambio del pannolino (contenente un cofanetto in piquet, un detergente corpo, un detergente capelli, un pacco di salviette acqua non-acqua)
- un biberon (0+ mesi)
- 2 succhietti (0-2 mesi)
- una confezione da 30 dischetti assorbenti latte
- una crema seno
- un dispositivo antiabbandono
- un coupon del valore di circa 30€ per l'acquisto di abbigliamento e scarpine



“Una bellissima iniziativa e un omaggio graditissimo da chi, come il sottoscritto, ha accolto da pochi giorni una piccola "nuova vita" nella propria. Grazie!”

“Bellissima iniziativa! Sono entrata in azienda da pochi mesi ma Poste mi sta sorprendendo continuamente :)”

“Un'iniziativa che mi rende sempre più orgogliosa di fare parte di questa azienda meravigliosa! GRAZIE! Non vedo l'ora di richiederla!”

“Cade a fagiolo visto che a novembre diventerò padre. Finalmente un'iniziativa da parte dell'azienda per i suoi dipendenti neo-genitori”

“Devo dire veramente bellissima idea! Complimenti per la sensibilità al riguardo. Continuate così, grazie.”



# la bacheca dell'azienda

SEGUICI su [TGPOSTE.POSTE.IT](https://TGPOSTE.POSTE.IT)

## Per la Nazionale di Poste un successo a 360° nel quadrangolare "In campo per la conoscenza"

Dopo la vittoria dello scorso anno, la Nazionale di Poste Italiane si è nuovamente aggiudicata il torneo di calcio "In campo per la conoscenza" organizzato in occasione della "Giornata Mondiale delle Competenze Giovanili".

Giunto alla seconda edizione, anche quest'anno l'appuntamento di Milano ha coinvolto il mondo universitario proprio per ribadire l'importanza dell'istruzione e della formazione delle nuove generazioni per favorire opportunità di sviluppo e di lavoro. Un messaggio di cui la squadra guidata dal CT Angelo Di Livio si è fatta promotrice insieme alle selezioni di CUS Bicocca, Politecnico di Milano, Bologna Business School, protagoniste del quadrangolare ospitato dal Bicocca Stadium di fronte ai circa 360 spettatori.

L'annullo filatelico apposto sulla cartolina dedicata da Giovanni Accusani, responsabile dell'Area Territoriale Nord Ovest, ha aperto ufficialmente la manifestazione.

Nella prima partita la squadra di Poste ha superato la Polimi GSoM per 2-0 grazie ai gol di Sorteni e Simone, nella seconda pokerissimo del CUS Bicocca contro Bologna Business School: tripletta di Finiguerra e poi Calcagno e Formato.

La finale è discorso tra Poste e Bicocca che danno vita a una gara avvincente ed equilibrata fino al vantaggio dei padroni di casa firmato ancora da Finiguerra. A pochi minuti dal termine è Sorteni a riportare Poste sul pari realizzando il rigore concesso per atterramento di Veneziano. La finale si deciderà ai rigori: i gialloblù Sorteni, Campisi e Toscano non sbagliano, altrettanto fanno gli avversari. Si va a oltranza e il portiere di Poste Cammarota si conferma ancora una volta decisivo neutralizzando il tentativo di CUS Bicocca e consegnando ad Amici il match point che vale la vittoria.

Poste si aggiudica la coppa, il premio Fair Play va alla Business School di Bologna mentre i quattro allenatori eleggono Calcagno di CUS Bicocca miglior giocatore del torneo.

Soddisfatto il CT Di Livio: «Abbiamo vinto questa edizione e siamo molto contenti. Ne vogliamo fare tantissime di queste manifestazioni e invitiamo le persone di Poste a seguirci durante i nostri impegni sul territorio partecipando alle nostre iniziative in modo attivo. Averle sugli spalti per noi è importante perché il progetto voluto dall'Azienda ha l'obiettivo di aggregare e, sotto questo aspetto, tutti possono giocare un ruolo da protagonisti».



## Le novità di Poste Mondo Welfare

Tutti gli aderenti a Poste Mondo Welfare possono trovare sulla piattaforma le ultime novità riguardanti l'utilizzo del portafoglio welfare per i voucher e il rimborso delle bollette. L'aggiornamento riguarda la conferma dell'innalzamento del limite annuo da 258,23 euro a 3.000 euro per l'utilizzo delle opportunità disponibili nella categoria "voucher" ed entro lo stesso limite complessivo di 3.000 euro, anche per il rimborso delle utenze domestiche per acqua, luce e gas. Per chi ha censito nei sistemi aziendali figli a carico al 50% il limite è stato portato a 1.500 euro, in attesa delle istruzioni applicative dell'Agenzia dell'Entrate in quanto, in caso di variazioni, l'intero importo utilizzato sarebbe soggetto a tassazione sulla base della normativa vigente. Va ricordato che per l'aggiornamento della propria posizione familiare si può utilizzare, in caso di figli a carico, l'applicativo Self Service Amministrativo - Familiari/Stato Civile, disponibile al seguente percorso: Servizi per la Persona - Amministrazione.

È possibile anche richiedere il rimborso per utenze intestate sia al dipendente, sia ai familiari (di cui all'art 12 del TUIR) per acqua, gas ed energia riferite all'anno 2023 sempre nel limite annuo di 3.000,00 euro. Per agevolare la fruizione dei vantaggi del programma Poste Mondo Welfare sono inoltre disponibili i corsi di formazione online "Poste Mondo Welfare 2023 - Adesione" e "Poste Mondo Welfare 2023 - Fruizione", che la Corporate University ha progettato per offrire una panoramica complessiva sul programma.

Per ricevere assistenza sono a disposizione:

- il numero dedicato 02.87.23.23.67, attivo dal lunedì al venerdì dalle ore 9:00 alle 20:00, esclusi i festivi;
- la live chat e la chatbot integrate in piattaforma;
- l'indirizzo e-mail [foryou@aon.it](mailto:foryou@aon.it)

## Se ti prendono i 5 minuti... ascolta un podcast

C'è chi non riesce a sintonizzarsi alla nuova tecnologia e chi invece eredita l'amore e l'abitudine per i format di contenuto che dalla radio narrativa derivano. Podcast come ciliegie oppure si preferisce altra frutta per stare in forma? La ricerca "From podcast to branded podcast: i risultati della ricerca di scenario" di OBE in collaborazione con DVA Doha, realizzata nell'aprile 2023, stima che sono 14,9 milioni gli italiani tra i 18 e i 69 anni che ascoltano podcast (il 14,6% in più di un anno fa). Su Spotify, tra le piattaforme più usate per distribuire e ascoltare podcast, a febbraio 2023 c'erano più di 50mila podcast in italiano: il 20% in più dell'anno prima, mentre in generale ce ne sono oltre cinque milioni. I podcast vengono fatti e diffusi. E poi? I podcast Poste finora online su intranet e app NoidiPoste sono audio documentari su iniziative aziendali, seriali con interviste, immersioni nelle realtà territoriali,

divulgativi su temi come l'educazione finanziaria. Sono contenuti che restano, senza tempo per definizione tranne quello d'ascolto. Proprio le situazioni più comuni d'ascolto possono essere un interessante terreno di indagine che va ad affiancarsi, senza pretesa di esaustività e verità oggettiva, alla domanda sulla soddisfazione di canali e strumenti digitali, e dunque anche sui podcast Poste, nella recente survey di Comunicazione Interna. Qui alcune risposte sul campo, cioè tra noi di Poste. "Mi piacerebbe ascoltarli di più: per me l'ascolto è un momento mio e il podcast una coccola" (Silvia). "Io ascolto podcast ma in generale preferisco leggere... Li ascolto la sera, mentre ricamo" (Anna). "Io invece mentre cammino" (Mari). "Io li sento quando ho 5 minuti, quando mi prendono i cinque minuti, insomma". E tu, cosa e come ascolti? Vai alla sezione intranet Podcast Poste e scegli il tuo ascolto!

Inquadra il QR Code con il cellulare





## ricordi di poste

Nei racconti dei nostri ex dipendenti si ritrovano i passaggi chiave della storia d'Italia

# «La “lingua Morse” dei miei genitori e quel libretto datato marzo 1943»

Ennia si definisce “quasi nata in un ufficio postale”: «Avevamo tutte le comodità, poi la guerra portò bombardamenti e caos»

Nelle scuole medie degli anni '80 Lucio si impegnò a spiegare ai più giovani come compilare correttamente i vaglia postali

Sfogliando Postenews mi sono tornate alla mente tante cose. Sono nata alle 7 del 7 luglio 1931 dopo tre giorni di doglie della mia povera mamma. Dico questo perché il giorno 30 giugno mia madre, dipendente postale, era intenta a fare la contabilità di fine mese, allora molto faticosa e stressante perché non c'erano macchine ma tutto si registrava e si faceva a mano; perciò posso dire di essere quasi nata in un Ufficio Postale. Quasi tutta la mia famiglia è stata dipendente postale, iniziando dal periodo della prima guerra mondiale con la zia di mia madre, Giuseppina Giampaolletti, gerente a Castelleone di Suasa (AN), che in seguito prese con sé in ufficio i giovani nipoti orfani di guerra Clementina Dottori (mia madre) e suo fratello Paolo Dottori. Mia madre, come orfana di guerra, ebbe l'assegnazione dell'ufficio postale di Camerata Picena e lì nacque nel 1936 mia sorella Ebe, che poi concorse e prestò pochi anni di servizio nell'ufficio postale di Almese (TO). Mamma prese con sé come coadiutore mio padre e restammo a Camerata sino al 1939, poi mio padre, che nel frattempo si era integrato benissimo nel servizio, concorse come invalido di guerra e ottenne il posto a Monteporzio (PU) come titolare, dopo la rinuncia di mia madre. Camerata Picena era allora un piccolo paese a un paio di chilometri da Chiaravalle e non c'erano molte comodità essenziali e per ogni cosa si doveva andare in città, come ad esempio la farmacia, ma c'erano il dottore e la scuola. Io, all'età di 9 anni, per poter proseguire gli studi sono dovuta andare al collegio delle Poste a Calambrone, tre anni nei quali sono stata molto bene; avevamo tutte le com-



Ennia Lavatori in una foto di famiglia con il marito Mario, la madre Clementina e la sorella Ebe

dità, eravamo seguiti tutti (maschi - divisi da noi - e femmine) nello studio, nel cibo, nello sport, anche se allora era un periodo di guerra. Eravamo bambini dalla prima elementare sino alla terza media, molti erano orfani ma tutti figli di posteografonici. Poi venne il caos, bombardamenti navali e aerei al porto di Livorno e non essendoci rifugi antiaerei ci trasferirono tutti, i maschi a Pesaro e noi femmine, le più grandi a Roma “Villa Rocchi”, io e molte altre a Ferentino, in provincia di Frosinone. Io volevo diventare inse-

gnante elementare perché non amavo affatto il telegrafo e non volevo fare una vita sacrificata come quella dei miei genitori, che lavoravano anche i giorni festivi. A casa i miei genitori quando avevano qualcosa che noi bambine non dovevamo sapere parlavano in “lingua Morse” (erano dei bravi telegrafisti), e questo mi rendeva odioso il telegrafo. A 18 anni mi diplomai maestra elementare come avevo sempre desiderato, ma poi l'amore mi portò ad emigrare in Australia; dopo aver sposato Mario Costantini, con i nostri piccoli australiani Roberto e Giuliana decidemmo di ritornare in Italia a seguito della morte di mio padre. Per un motivo o per l'altro mi ritrovai in Ufficio con mia madre e dopo il suo pensionamento divenni direttrice dell'Ufficio PT di Monteporzio fino al 3 dicembre 1982, anno della mia pensione. Mio marito Mario, dopo il ritorno dall'Australia, concorse come profugo da Fiume e ottenne di essere assunto nell'Ufficio Principale di Fano e ad agosto 1983 chiese e ottenne di andare in pensione; mio marito purtroppo è deceduto qualche anno fa. Dimenticavo di dire che sempre rovistando fra le cose del passato ho trovato un vecchio libretto postale con la somma di lire 80 emesso nell'Ufficio di Ferentino a mio nome il 12/3/1943, primo versamento lire 50, secondo versamento il 1/4/1943 per lire 30, ma non so chi e perché fece quei versamenti. Ringrazio Dio e Poste Italiane che hanno permesso a tutta la famiglia di avere un posto sicuro e tranquillo.

Ennia Lavatori, ved. Costantini

Non tutti i giovani sapevano compilare un vaglia quando si recavano alle Poste. A Villadose, un piccolo comune della provincia di Rovigo, c'era però un dipendente dell'Ufficio Postale particolarmente intraprendente. Lucio Gottardo racconta la sua storia: «Sul finire degli anni '80 notavo che i ragazzi che si presentavano allo sportello per il pagamento delle tasse postali erano in imbarazzo per la compilazione dei bollettini, oppure che quando spedivano una lettera mettevano l'indirizzo e il francobollo dove capitava. Pensai allora



Lucio Gottardo in una foto d'epoca con i colleghi R. Zuppa, G. Trombetti, A. Colucci, A. Bumma, R. Massimi

di rivolgere la proposta al mio Direttore Provinciale di passare per le classi delle Scuole Medie del paese, con l'autorizzazione del Preside, per due ore di lezione sulla storia delle Poste Italiane, sui servizi postali e di Bancoposta». Per Lucio inizia così un'opera di divulgazione utile alla cittadinanza. Va nelle scuole con le riproduzioni ingrandite di moduli e vaglia postali. Alle elementari, invece, insegna a scrivere bene l'indirizzo e a incollare il francobollo sulle buste per Babbo Natale: «Il successo non mancò grazie anche alla collaborazione degli insegnanti. Tanto è vero che per il Natale del 1988 arrivarono pacchi di buste gonfie di regali spediti dalla Direzione Centrale delle Poste Italiane e ogni busta era indirizzata a un bambino che aveva scritto

la letterina a Babbo Natale». Le lezioni nelle scuole contenevano anche la filatelia: «Da quell'anno - continua Lucio - avevamo alcuni bambini che facevano la collezione di francobolli. Di questa attività nella scuola ne venne a conoscenza la preside di una scuola della bassa padovana la quale mi invitò a ripetere queste lezioni nella sua scuola media. Con l'autorizzazione del mio Direttore Provinciale ripetei questo servizio». Infine, Lucio organizza anche una mostra filatelica, parallelamente a una esposizione della sezione “telecomunicazioni” offerta dalla Direzione di Rovigo con apparecchi morse e telescriventi di vecchia e nuova generazione. «Fu allestito anche uno sportello avanzato con un annullo filatelico speciale che ricordava questa giornata», ricorda Lucio. «Questa attività, fuori dalle consuetudini, portò a evidenziare - conclude - la presenza delle Poste nel territorio».

## Mandateci fotografie e testimonianze per condividere le vostre esperienze

Scrivete a [redazionepostenews@posteitaliane.it](mailto:redazionepostenews@posteitaliane.it) per raccontare i vostri ricordi postali e rinnovare il vostro legame con l'Azienda, accompagnandoli con una foto di come siete oggi e una di come eravate in servizio, nel corso della vostra attività. Condividere emozioni e pezzi di vita con gli ex colleghi di Poste ci aiuta a riunirci idealmente in un'unica grande famiglia e a ripercorrere, attraverso le nostre Persone, una grande storia fatta di successi, crescita personale e pezzi di strada fatti insieme. Attraverso le immagini di diverse epoche potremo ricostruire il nostro album e l'evoluzione di Poste Italiane, da sempre intrecciata alla storia del nostro Paese.



Inquadra il QR code per leggere su [tgposte.poste.it](http://tgposte.poste.it) i “Ricordi di Poste” degli ex dipendenti

**Sorpresa e gioia, grazie di cuore a Postenews**

Sono l'ex portalettere Giuseppe Proietti della provincia di Terni. Il paese dove sono nato e dove vivo tuttora si chiama Attigliano in provincia di Terni. Sono in pensione dal 31 dicembre 2010. Ho lavorato in un meraviglioso paese che si chiama Penna in Teverina in provincia di Terni per ben 31 anni. Il paese dista 12 km da Attigliano dove ho sempre vissuto. Leggo sempre il giornale "Postenews" con molto piacere e in particolar modo anche l'ultima pagina del giornale dove c'è sempre scritto di mandare delle foto di quando si era in servizio e pure quelle da pensionati. Molti mesi fa vi ho raccontato la mia meravigliosa storia con gli abitanti di Penna in Teverina, con i quali avevo instaurato un ottimo rapporto. Credevo che la mia storia non sarebbe mai stata pubblicata, invece con mia grande sorpresa e gioia ho trovato al N°47/22 di dicembre alla pagina 30 la pubblicazione. È stato il più bel regalo di Natale che abbia mai ricevuto. Un grazie di cuore a Poste Italiane dove ho lavorato orgogliosamente per circa 38 anni. Continuerò a leggere il giornale "Postenews" per sempre.

Grazie, grazie di cuore  
Attigliano, 06/02/2023



Giuseppe Proietti in due ricordi della sua attività da portalettere



SCRIVI a REDAZIONEPOSTENEWS@POSTEITALIANE.IT

**Quanta posta è passata per le nostre mani**

Gentilissimo Direttore generale di Poste Italiane, sono Rosa Chiriaco. Il 1979 arrivai a Salerno in "Poste Centrali", era il 15 ottobre, il giorno di Santa Teresa. Cominciai un po' impacciata, ma giorno dopo giorno abbiamo formato una grande famiglia. Lavoravamo nel reparto Ragioneria: quanta posta passava per le nostre mani. Viaggio da Sapri (in provincia di Salerno): quanti sacrifici... ma tante soddisfazioni. Oggi sono in pensione, sono contenta di quello che ho fatto e mi godo il mio tempo.



**La rinascita dopo la Guerra e il destino in Poste: storia di una famiglia livornese**

Uno spaccato di storia nella bellissima lettera della ex dipendente Mira Soldatini Leonini: il ricordo del padre e degli anni del conflitto

Dopo la guerra, la corrispondenza si consegnava anche per merito di uno dei tanti volenterosi e orgogliosi "portalettere", che curava la zona assegnata sempre a piedi e con borse zeppo a tracolla. Mio padre Palmiro Soldatini, nato a Livorno nel 1909, è entrato nelle Poste Italiane, Sede Centrale, nel 1930. Dopo un periodo di tirocinio allo smistamento, gli fu assegnata una zona di città, Scali d'Azeglio e Borgo dei Cappuccini, dall'inizio fino alla fine in piazza G. Matteotti. In Borgo, zona popolata e popolare, abitavano famiglie livornesi, quasi tutte legate al movimento commerciale del porto. Palmiro, portalettere cordiale e amichevole, percorreva totalmente tutta la sua zona, sempre a piedi, e dopo una breve pausa pranzo, completava il lavoro al pomeriggio. Durante la II guerra mondiale, nel 1943, per sfuggire ai quotidiani bombardamenti, il Comune di Livorno fece sfollare la città, assegnando una sistemazione alle famiglie in zone più tranquille, nelle campagne toscane. La mia famiglia venne indirizzata nel paesino di Montale Agliana, in provincia di Pistoia. Gli stenti patiti in quegli anni tra guerra e fame hanno dell'inimmaginabile, però riuscimmo ad arrivare alla fine tutti vivi, anche se in pelle e ossa. Alla fine del 1945, potemmo così rientrare a Livorno, con una carretta di stracci personali, sulla quale ci riposava mia sorella di soli tre anni, troppo piccola per camminare. Il ritorno a tappe forzate, lungo un percorso durissimo senza strade, senza ponti, durò circa 10 giorni, una vera e propria odissea. Finalmente ecco Livorno, o meglio quello che restava dalla devastazione dei bombardamenti a tappeto, che distrussero circa il 90% della città e del porto. Con una sistemazione di fortuna, riuscimmo a trovare un appartamento in via Micali, occupato anche da altre famiglie. Ci inserimmo nella vita grama di tutti i giorni, per poter sbarcare il lunario. Mio padre si presentò alla Direzione delle Poste e dopo pochi giorni riprese il suo lavoro di portalettere. La nostra famiglia cominciò di nuovo a rivedere almeno il pane in tavola. Dopo circa due anni dal

nostro ritorno, dietro domanda, anche mia madre Ardelia venne assunta all'Economato delle Poste. I due figli più grandi trovarono pure loro una occupazione soddisfacente. Mio padre era sempre il più impegnato, ma molto, molto felice. Il clima di buon andamento socioeconomico ci permise di lasciare la sistemazione sempre provvisoria di via Micali e poter acquistare un piccolo appartamento nuovo da riscattare, in via Temistocle Guerrazzi. Potete immaginare la soddisfazione corale di tutta la famiglia, per questo traguardo raggiunto. Purtroppo tanta serenità familiare, dopo pochi anni, venne funestata da una bruttissima notizia: a mio padre venne diagnosticato un tumore. Malgrado le cure praticate, l'assistenza continua e perfino un'amichevole, affettiva colletta in denaro delle famiglie del Borgo dei Cappuccini, mio padre morì nel 1957 a soli 48 anni, tra lo sgomento addolorato di tantissime persone. Alla fine del 1958, anch'io fui invitata a presentare la domanda di assunzione alle Poste, sezione economato, e così feci. Nel dicembre del 1959, venni assunta con enorme soddisfazione personale e familiare, così fui la terza persona della mia famiglia, a entrare con orgoglio, nel numeroso mondo dei postelegrafonici. Ora sono in pensione da diversi anni, e serbo con piacere e affetto ricordi tanto cari di colleghi ed amici, con i quali abbiamo diviso tanto tempo di lavoro all'economato, smistamento ed infine alla cassa provinciale.

Mira Soldatini Leonini

La consegna della posta "a piedi" da parte di Palmiro Soldatini



# POSTE ENERGIA: UNA NUOVA PROMOZIONE DEDICATA A NOIDIPOSTE.

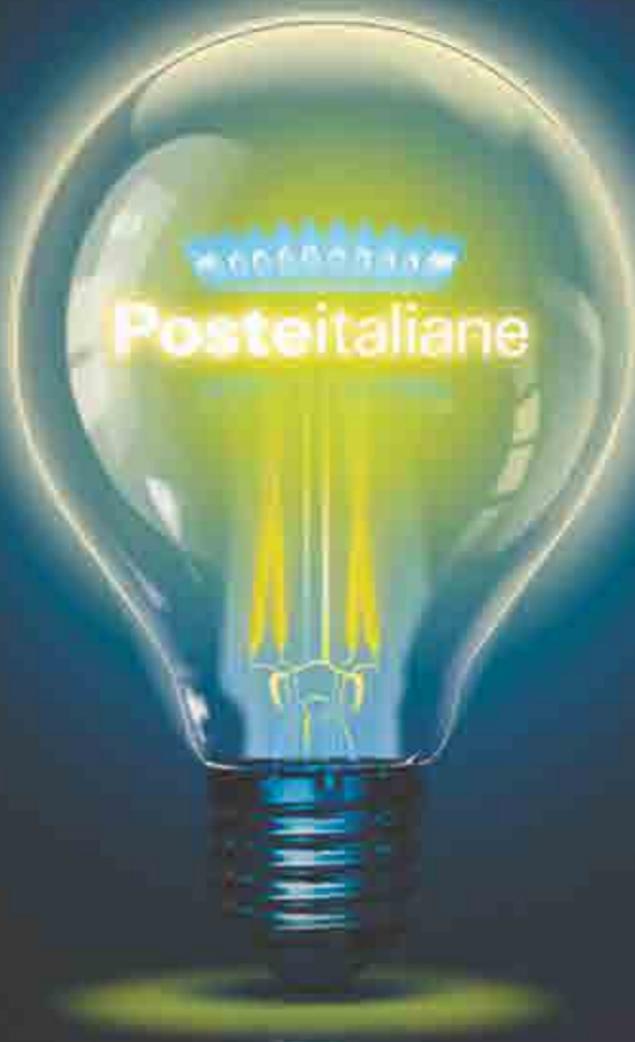
Con “Energiaxnoi” puoi godere di una promozione per il primo anno sulla fornitura luce e gas di casa pari a:

- 50 € se sottoscrivi una sola fornitura luce o gas (erogati in quote mensili di pari importo per i primi 12 mesi);
- 100 € se sottoscrivi le due forniture luce e gas insieme per la stessa abitazione (erogati in quote mensili di pari importo per i primi 12 mesi).

Per conoscere tutti i dettagli e aderire alla nuova offerta vai sulla intranet o sull'app NoidiPoste e accedi all'applicazione PosteXTe.

**posteenergia**

L'energia vicina



**NoidiPoste**



**PosteXTe**