

Poste news

n°16
2019

PRIMO PIANO

Obiettivi finanziari e responsabilità sociale, la sfida vinta di Poste



PONTE MORANDI

Un anno dopo l'Azienda resta al fianco dei genovesi



EDUCAZIONE FINANZIARIA

Così aiutiamo le persone a gestire al meglio i propri risparmi



L'INVIATO SPECIALE

Firenze, dove nasce l'innovazione di Poste



LA STORIA SIAMO NOI

Dalle uniformi dei portalettere di fine '800 al restyling attuale: ecco come le divise di Poste hanno segnato il costume italiano

INIZIATIVE E RICONOSCIMENTI

725 lettere per una vita passata in azienda

Il ringraziamento di Poste Italiane a chi ha raggiunto 25 e 30 anni di servizio

L'INTERVISTA ESCLUSIVA

Bruno Vespa: sono un vostro collezionista

Il giornalista si confida: «Appassionato di corrispondenza e francobolli»



**SPECIALE
NOI
in PUGLIA**

come eravamo

LE IMMAGINI PROVENGONO DALL'ARCHIVIO STORICO DI POSTE ITALIANE



1960, Roma. Ufficio postale da campo di Monte Antenne

In occasione dei XVII Giochi Olimpici, l'Amministrazione delle Poste e Telecomunicazioni dispone l'apertura di trentacinque uffici postali temporanei, dotati ciascuno di speciale anello, allestiti presso tutti i complessi sportivi e i centri stampa. Uno di questi è approntato presso il campeggio di Monte Antenne sotto una grande tenda da campo.



1961, Roma. Servizio di posta celere su tram

Il boom economico che investe il Paese fa registrare un forte aumento della quantità di posta da smistare che passa dai circa 3 miliardi di pezzi del 1950 ai circa 5 miliardi del 1960. Vengono messe in atto nuove soluzioni come il servizio di posta celere. A Roma, Milano, Bari e Reggio Calabria, la posta si può imbucare direttamente nelle piccole cassette installate all'esterno di tram e autobus collegati all'ufficio della stazione ferroviaria.



1960, Roma. Ufficio postale mobile davanti all'Arco di Costantino

Uno dei trentacinque uffici postali temporanei in funzione durante le Olimpiadi del 1960, dal 25 agosto all'11 settembre.



1960. Un portalettere in una zona rurale

Al 30 giugno 1961 sono 15.497 i portalettere rurali in servizio, 382 in più rispetto all'anno precedente. I pacchi impostati per l'interno sono 28.901.609.

sommario

INVIAZ LE VOSTRE STORIE E PROPOSTE A REDAZIONEPOSTENEWS@POSTEITALIANE.IT

primo piano
Sostenibilità e crescita
nel bilancio integrato
p. 4-5



incontri e confronti
I vertici aziendali
in visita a Palermo
p. 6

l'intervista esclusiva
Vespa, la Luna
e i suoi francobolli
p. 7

la nostra storia
Le divise di Poste
e il costume del Paese
p. 8-9

l'inviauto speciale
Nel Palazzo di Firenze
si respira la storia
p. 16-17

vita di famiglia
Quando l'amore
nasce in ufficio
p. 19

parliamo di noi
Un Maestro nel Centro
di Distribuzione
p. 20-21

iniziativa
In riconoscimento
per i "Seniores"
p. 22

le teche di Poste
Corrado e Poste:
quando nacque il Cap
p. 23

dentro l'azienda
Occasioni, vacanze
e premiazioni
p. 24-26

educazione finanziaria
Insegniamo alle persone
a gestire meglio i risparmi
p. 27

SE NON RICEVI POSTENEWS

Verifica che il tuo indirizzo
sia inserito correttamente
nella board aziendale.
Per cambi di indirizzo
la procedura è la seguente:
entra sulla intranet aziendale
e segui questo percorso

- La tua board
- Gestisci la tua board
- In evidenza per te
- Self Service richieste amministrative
- Modifica dati personali
- Indirizzi

DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO

DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPORALE

COMITATO EDITORIALE
PAOLO IAMMATTEO
GIORGIA BUONCRISTIANI
ANDREA BUTTITA
FEDERICA DE SANCTIS
VINCENZO GENOVA

ANGELO GIULIANO
LUIGI MIDOLI
ROBERTA MORELLI
ORNELIA NARCISI
CRISTINA QUAGLIA

REDAZIONE
RICCARDO PAOLO BABBI
MARIANGELA BRUNO
ANGELO LOMBARDI
ERNESTO TACCONI

GRAFICA ED EDITING
AGENZIA
GIORNALISTICA
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI
ARCHIVIO STORICO
DI POSTE ITALIANE
MARCO MASTROIANNI
9COLONNE
ANSA
ISTOCK.COM

HANNO COLLABORATO
A QUESTO NUMERO
FEDERICA ALBANESE
ROBERTO CALABRIA
FILIPPO CAVALLARO
MAURO DE PALMA
CHIARA DEL PRIORE
MANUELA DEMARCO
VITTORIO DI GUILMI
MARCELLO LARDO
PAOLO PAGLIARO
LUISA SAGRIPANTI

PIERANGELO SAPEGNO

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

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



MISTO
Carta da fonti gestite
In maniera responsabile
FSC® C002683

CHIUSO IN REDAZIONE
IL 12 GIUGNO 2019

visto da fuori



Pari opportunità e supporto alle fasce sensibili: il welfare nel Dna

Benessere e sostegno: così Poste si prende cura delle sue persone

Il concetto di "work-life balance" (favorire la conciliazione tra la vita lavorativa e la vita privata delle persone), nato negli anni Settanta negli Stati Uniti e in Gran Bretagna è stato da tempo interiorizzato – con risultati alterni – da tutte le moderne società occidentali. In principio, le grandi corporation del mondo anglosassone offrirono ai propri dipendenti asili nido, palestre e lavanderie. A questi servizi fisici furono affiancate presto buone pratiche finalizzate a valorizzare il ruolo della donna nel mondo del lavoro e la conciliazione tra vita privata e attività professionale, due mondi che non devono rimanere tra loro scollati. Oggi più che mai, carriera e ambizioni non possono prescindere dalla qualità del tempo dedicato alla famiglia, allo svago e al benessere fisico e psicologico. Trovare un sano equilibrio tra lavoro e vita privata non è però solo "compito" dei dipendenti. Non a caso un numero sempre maggiore di aziende ha iniziato a mettere in atto misure che hanno lo scopo di promuovere la corretta gestione delle energie professionali e personali, assestando un processo virtuoso in termini di produttività da una parte e di serenità individuale dall'altra.

DI PAOLO PAGLIARO

Giornalista professionista, è stato caporedattore di Repubblica e vicedirettore dell'Espresso. È autore della trasmissione Otto e Mezzo di La7, nella quale firma la rubrica Il Punto, e dirige l'agenzia di stampa 9colonne



Un patto tra generazioni

Poste Italiane ha preso iniziative molto concrete: le pari opportunità nei percorsi di carriera, il supporto alla genitorialità, la formazione, lo sviluppo del personale e l'attenzione alla salute e al benessere delle persone, con programmi di welfare sensibili ai nuovi scenari sociali. La qualità delle relazioni sindacali consente di assicurare un clima aziendale positivo e di trovare soluzioni adeguate sui temi che possono avere impatti significativi sull'organizzazione, sul business e, in particolare, sul capitale umano, un asset fondamentale. Sono i numeri – contenuti nell'ultima relazione finanziaria – a testimoniare l'impegno dell'azienda per le persone: il 93% dei

dipendenti è assunto con un contratto stabile, tra quadri e dirigenti l'incidenza femminile raggiunge il 45%, mentre nel settore Pagamenti, Mobile e Digitale il 27% degli impiegati ha un'età inferiore ai 30 anni. In un contesto generale di scarse opportunità occupazionali, l'attitudine ad assumere i giovani e la possibilità di farlo a diversi livelli, valorizzandone – una volta dentro l'azienda – i percorsi professionali rende Poste un caso di scuola. L'affiancamento tra anziani e giovani, per un passaggio di consegne – non solo ideale – delle competenze diventa prezioso in un Paese che avverte con

Moltissime le iniziative concrete che il Gruppo mette da sempre a disposizione dei propri dipendenti, creando un equilibrio tra qualità di tempo dedicato al lavoro e alla vita privata. A rafforzare questa vocazione la propensione all'assunzione dei giovani, gli insegnamenti dei "senior" alle nuove generazioni di lavoratori e i programmi sociali

preoccupazione la distanza tra genitori e figli e che si interroga su come stimolare la staffetta generazionale. I lavoratori "senior" di Poste insegnano i processi, le regole e, perché no, lo "stare" dentro l'azienda ai nuovi arrivati. I giovani contribuiscono, con energia e competenze digitali sempre più fini, alla spinta innovativa a cui l'azienda in oltre 150 anni di storia non ha mai rinunciato.

L'EDITORIALE

Le divise di Poste, lo specchio della storia d'Italia

Poste News è con voi anche nel pieno dell'estate. In questo numero troverete, come di consueto, uno spaccato significativo della nostra realtà aziendale e delle persone che, con il loro impegno quotidiano, contribuiscono a portarla avanti. In copertina avete visto la nuova divisa dei portalettere, messa a confronto con una divisa del 1862. Le pagine 8 e 9 ospitano un'intervista alla storica della moda Sofia Gnoli, che analizza l'evoluzione delle divise dei postini e l'influenza sul costume nazionale. La presentazione del bilancio integrato davanti all'assemblea degli azionisti (pagine 4-5) e la consueta analisi di Paolo Pagliaro (qui accanto) mettono in risalto le azioni a 360 gradi sulla sostenibilità e verso le persone che fanno parte della grande comunità di Poste. E ancora: siamo tornati a Genova (10-11) a un anno dal crollo del Ponte Morandi, abbiamo incrociato (e fotografato) i volti dei nostri colleghi che lavorano in Puglia (12-13-14-15) e visitato il monumentale Palazzo di Poste a Firenze (18-19). Tra gli altri excursus storici, a pagina 7, Bruno Vespa ci parla della sua passione per lettere e francobolli e del 50° anniversario dello sbarco sulla Luna. Ovunque voi siate, buona lettura! (Giuseppe Caporale)

Al centro dei pensieri ci sono i più deboli

L'attenzione di Poste nei confronti dei dipendenti non riguarda solo ciò che accade all'interno delle proprie mura. Sfruttando la presenza capillare sul territorio, l'azienda si pone come interlocutore chiave di enti e istituzioni nel dare sostegno alle donne vittime di violenza e nel promuovere iniziative mirate al loro reinserimento lavorativo e sociale. Il sostegno alla disabilità, con il progetto "Nave Scuola" diretto a migliorare l'engagement dei dipendenti con problemi di udito, attraverso corsi di alfabetizzazione informatica e comportamentali, e il sostegno alla fragilità, con il Progetto "PosteHelp" per supportare i colleghi affetti da gravi patologie, confermano la sensibilità nei confronti delle fasce più deboli – e spesso indifese – della popolazione. C'è poi il tema della salute, con le prestazioni sanitarie estese a tutto il nucleo familiare. Al capitolo istruzione, per i figli dei dipendenti, diplomandi e laureandi, Poste ha previsto diverse iniziative, tra le quali "Push to Open", una piattaforma per il coinvolgimento interattivo degli studenti per la scelta del loro percorso didattico/professionale, con la partecipazione attiva anche dei genitori. O le Borse di studio annuali ed estive per soggiorni all'estero, riservate a figli meritevoli dei dipendenti, sostenute interamente dall'azienda. Un altro tassello per premiare il lavoro, la dedizione e l'impegno di tutte le persone di Poste, da sempre motore dei progetti aziendali e della crescita del Gruppo. •

primo piano

Il primo Bilancio Integrato dimostra l'impatto del Gruppo sulla vita di tutti i cittadini

Obiettivi finanziari e responsabilità sociale, la sfida vinta di Poste

La strategia portata avanti dall'Azienda comprende l'attenzione ai diritti umani, alla salute e alla sicurezza, il sostegno al territorio e la gestione responsabile delle attività finanziarie

Poste Italiane compie un ulteriore passo in avanti nella realizzazione del piano Deliver 2022 e mette la sostenibilità al centro della strategia di crescita. In occasione dell'ultima Assemblea degli azionisti, il presidente Bianca Maria Farina ha sottolineato come Poste abbia raggiunto i propri obiettivi «grazie al grande contributo di tutte le persone di Poste» che hanno «permesso di raggiungere risultati davvero eccellenti» in ambito finanziario. Farina ha evidenziato «la rilevanza di Poste nel Paese per impatto economico sul Pil, il contributo all'occupazione e al reddito delle famiglie, il gettito fiscale come contributo alla pubblica amministrazione», oltre ai «pilastri dell'impegno per

la sostenibilità», e la «straordinaria performance che il mercato ha accordato al titolo Poste Italiane», pari al 52% da inizio anno. Il presidente e l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante hanno poi presentato il primo Bilancio Integrato del Gruppo Poste Italiane, come un primo risultato tangibile di un percorso evoluto di "fare" impresa che coinvolge l'intera organizzazione, ma che impatta direttamente anche nella vita di tutti i cittadini che quotidianamente usufruiscono dei servizi dell'azienda. In questo percorso la sostenibilità svolge un passaggio fondamentale e aggregante.

Per un'unica strategia di Gruppo
Per Poste Italiane essere sostenibili significa innanzitutto definire un'unica strategia di Gruppo che integri gli obiettivi finanziari e operativi con una chiara visione sulle tematiche ambientali, sociali e di governance (le cosiddette tematiche "ESG"- Environmental, Social and Governance). «Crediamo che integrare obiettivi di sostenibilità nei processi aziendali - ha spiegato l'A.d. - sia un elemento necessario per perseguire performance sostenibili nel tempo, ridurre il profilo di rischio e agire in linea con i principi di integrità e trasparenza». La strategia di sostenibilità del Gruppo Poste Italiane è costituita da elementi coerenti con gli obiettivi di business che, per questo, sono in grado di supportare il successo dell'Azienda e conferire ancora più valore ai suoi elementi

DI ERNESTO TACCONI



LE PAROLE DELL'A.D. MATTEO DEL FANTE

«Il nostro capitale umano è l'asset più importante»

Il Bilancio Integrato rafforza la responsabilità di crescita del Gruppo Poste Italiane. Ma rafforza soprattutto la responsabilità che Poste ha verso la crescita del Paese, al quale l'Azienda offre da sempre un importante sostegno economico e sociale. La sostenibilità per Poste Italiane si muove su sei pilastri: integrità e trasparenza, valorizzazione, sostegno al Paese, sostenibilità ambientale, finanza sostenibile e customer experience. Concetti che vanno oltre ai numeri del bilancio, impattando direttamente nella vita di chi con Poste lavora e di tutti i cittadini italiani che usufruiscono dei servizi dell'Azienda. Il racconto del Bilancio Integrato, dunque,

parte dalle persone, dall'attenzione per l'ambiente, da un'etica del lavoro e della finanza che rendono Poste quell'acceleratore unico per l'Italia, in grado di coniugare risultati economici ed azioni concrete.

Assunzioni e ricambio generazionale

La sostenibilità si rivolge alle persone di Poste Italiane, che sono la forza principale di questo Gruppo. «L'asset più importante di Poste Italiane - ha ricordato l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante in occasione dell'ultima assemblea degli azionisti - resta il capitale umano del Gruppo. Abbiamo firmato un accordo a giugno 2018 con tutti i sindacati sulle

politiche attive del lavoro e stiamo portando avanti assunzioni e stabilizzazioni importanti. Ad oggi, solo nel perimetro delle risorse con contratto a tempo indeterminato, sono 2000 assunzioni, un segnale importante a meno di un anno dalla firma di questo accordo e un ricambio generazionale per l'azienda». Il modello Joint Delivery ha permesso di aumentare il numero di nuovi posti di lavoro: «I settori dove si assume di più - conferma Del Fante - sono quelli della consegna ultimo miglio e in linea business, che permette di consegnare con i nostri postini fino alle 19.45 e il sabato fino alle 13. Questo turno si presta a nuova disponibilità».

LA RESPONSABILITÀ DI CRESCERE

Sono sei i valori al centro di tutto

L'espressione "la responsabilità di crescere" accomuna i pilastri che guidano le scelte e l'etica dell'Azienda

Da quest'anno il Gruppo Poste Italiane ha un Bilancio Integrato, il primo risultato tangibile di un percorso di evoluzione che rappresenta la sintesi di come gli obiettivi finanziari e strategici possano andare di pari passo con le tematiche ambientali, sociali e di governance rispettando principi di integrità e trasparenza. Un capitale, dunque, non solo "materiale", ma anche umano, intellettuale, sociale. Aspetti così centrali per l'azienda da

DI CHIARA
DEL PRIORE

rappresentare dei veri e propri pilastri, che ne ispirano l'attività e guidano il lavoro e le relazioni di ciascuno di noi sia all'interno che nella relazione verso il cliente e in generale verso il sistema Paese.

Impegno quotidiano

Abbiamo declinato in quest'ottica i pilastri del nostro Bilancio Integrato, sintetizzandoli con l'espressione "La responsabilità di crescere", a testimonianza dell'impegno che assumiamo

ogni giorno e dell'importanza fondamentale del contributo di ognuno di noi. Si va dall'attenzione al cliente, finalizzata a soddisfarne tutte le esigenze, all'integrità e trasparenza, come linee guida del confronto interno e con i clienti, fino alla valorizzazione delle persone, intesa come attenzione a tutto ciò che riguarda la nostra crescita e benessere fuori e dentro Poste. Il sostegno al territorio ci ricorda il nostro ruolo di primo piano che da oltre 150 anni rivestiamo verso le comunità locali; la sostenibilità ambientale e la finanza sostenibile esprimono invece il valore

etico delle nostre scelte, dall'ambiente agli investimenti.

Comunicazione multicanale

I sei pilastri sono protagonisti di una nostra campagna di comunicazione multicanale, che prevede, tra le altre cose, gli allestimenti delle principali sedi lavorative di Poste e un piano editoriale dedicato sulla nostra intranet NoidiPoste che racconterà quelli che sono stati i principali risultati raggiunti e gli obiettivi che l'azienda si è data per il futuro prossimo in rapporto ai singoli valori. ●



Nelle locandine i sei pilastri del Bilancio Integrato presentati nella campagna di Comunicazione Interna



Cosa rappresenta il Bilancio Integrato

Pubblicare un Bilancio Integrato significa per Poste Italiane rappresentare agli stakeholder le modalità di attuazione del "pensiero integrato" che permea l'organizzazione e che porta a decisioni e azioni finalizzate alla creazione di valore a breve, medio e lungo termine. L'impegno costante che il Gruppo ha assunto nei confronti dei suoi stakeholder è fare scelte strategiche che portino alla creazione di valore condiviso con il territorio, considerando tutte le forme di "capitale" necessarie per raggiungere questo obiettivo. La gestione attenta di tale capitale – non solo finanziario, ma anche umano, fisico-strutturale, intellettuale, sociale e naturale – ci permette di essere, da oltre 150 anni, il punto di riferimento in settori che sono strategici per il Paese. Tramite un'informatica concisa e sintetica, il Bilancio Integrato descrive le modalità attraverso cui la strategia, la governance, il modello di business, le prospettive future e le performance legate all'organizzazione contribuiscono alla creazione di valore. Al fine di valorizzare la creazione di valore, il documento presenta anche uno studio degli impatti economici generati dal Gruppo Poste Italiane sul Paese.

distintivi. Questa strategia è supportata da un sistema di Politiche di Sostenibilità che entrano a pieno titolo nel corpus normativo aziendale, individuando principi generali, obiettivi per il futuro e modalità di gestione degli ambiti non-finanziari prioritari per l'Azienda e per i suoi stakeholder, quali l'integrità e trasparenza, i diritti umani, la salute e sicurezza sul lavoro, il sostegno al territorio, l'ambiente e la gestione responsabile delle attività finanziarie.

Fondamenta della sostenibilità

Integrità, etica e trasparenza rappresentano i più alti valori su cui è improntata l'identità aziendale, principi fondamentali che guidano nella conduzione del proprio

business fondato, per sua natura, sulla fiducia e sulla gestione responsabile delle relazioni con tutti i suoi stakeholder. Per questo, è stato efficacemente potenziato il Sistema di Gestione Anticorruzione diventando la prima azienda italiana nel settore finanziario e delle comunicazioni a ottenere la Certificazione ISO 37000:2016. L'integrazione delle politiche di investimento e assicurazione secondo i Principles for Responsible Investment ("PRI") e i Principles for Sustainable Insurance ("PSI") consentirà di avere una comprensione anche maggiore dei rischi e delle opportunità delle operazioni finanziarie e, dun-

que, di sviluppare soluzioni innovative a beneficio delle performance di business, creare fiducia e valore per i clienti e contribuire allo sviluppo sostenibile del Paese. Riguardo ai rapporti con l'esterno, Poste Italiane ha deciso di ribadire il sostegno verso le comunità fissando dieci impegni verso i Piccoli Comuni. Sono state fatte promesse a 3.000 sindaci di attuare soluzioni pratiche per lo sviluppo del territorio volte a garantire la continuità e disponibilità dei servizi,

l'accessibilità delle infrastrutture, la digitalizzazione, la sicurezza e il trasferimento di competenze.

Il tesoro più grande è in casa

E poi, l'ambiente. Date le dimensioni dell'organizzazione del Gruppo e la sua presenza diffusa sul territorio, Poste è consapevole dell'impatto che il suo operato può avere sull'ambiente. Per questo, oltre a diffondere una cultura di tutela ambientale, sono state avviate diverse iniziative che riguardano la conversione "green" del patrimonio immobiliare e attività logistiche, prevedendo una gestione efficiente dei consumi e un utilizzo crescente di fonti energetiche alternative. Tuttavia, questo percorso non sarebbe realizzabile senza la risorsa più preziosa: le persone. Per questo è indispensabile garantire il benessere di tutti i dipendenti, assicurando loro un percorso di formazione, crescita professionale e pari opportunità nei percorsi di carriera e valorizzando la diversità. Da tempo sono stati avviati programmi di conciliazione tra vita lavorativa e privata e quest'anno, per sostenere maggiormente questo impegno, è stato definito un nuovo piano di welfare aziendale con l'obiettivo di aumentare la soddisfazione dei lavoratori in risposta alle specifiche esigenze e ai loro bisogni soggettivi. ●

Joint Delivery, Poste cresce più del mercato

Il bilancio del modello di consegna Joint Delivery è positivo: «Confermiamo quanto abbiamo detto a febbraio 2018 e inserito nel piano Deliver 2022. Il modello ha impatto sul nostro ruolo del mercato della consegna dei pacchi. Se si osserva il primo trimestre, la crescita di Poste nella consegna pacchi business to consumer è stata del 35 per cento. Poste cresce dunque più del mercato». «Joint Delivery – prosegue Del Fante – vuol dire anche essere più efficienti nello smistamento, come la linea business che consegna di pomeriggio, ma anche avere centri di smistamento automatico che possano fare sia pacchi che posta: l'inaugurazione a Bologna di un centro unico in Europa ci porterà a incrementare del 50 per cento lo smistamento automatico, ovvero 250 mila pacchi al giorno, solo a Bologna». E quello di Bologna, prosegue l'A.d. di Poste tornando su un tema portante, «è un impianto costruito con grande attenzione ambientale e di sostenibilità. Il tema del 2019 è proprio la sostenibilità, abilitata da un grande sostegno tecnologico, che ci permette di essere sostenibili in molti settori».



Avvicina il cellulare al QR Code



Guarda il servizio
sull'Assemblea
degli Azionisti con
gli interventi di Farina
e Del Fante

incontri e confronti

I vertici di Poste a Palermo per condividere risultati e strategie con la Macro Area

Il cambiamento non si ferma e conquista anche la Sicilia

Del Fante: «Andiamo avanti in tutte le direzioni, siamo molto soddisfatti dei passi compiuti e degli sviluppi futuri»



L'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, saluta i colleghi della Macro Area Sicilia nell'incontro del 4 giugno scorso a Palermo

“Una partita vinta”. L'Amministratore Delegato Matteo Del Fante ha scelto questo titolo per la presentazione dell'incontro che si è svolto il 4 giugno scorso a Palermo con i referenti della Macro Area Sicilia per illustrare i risultati del 2018 e le linee guida strategiche per l'anno in corso. «La sensazione - ha sottolineato Del Fante in apertura di giornata - è che in questi due anni abbiamo fatto una serie di piccoli passi, però importanti, in tante direzioni, che ci portano a essere molto soddisfatti non solo per quello che abbiamo raggiunto, ma anche per gli sviluppi futuri».

Un successo di tutti

La tappa di Palermo ha segnato l'inizio degli incontri territoriali di macro area, finalizzati a condividere i dati relativi al cambiamento, ormai in atto da due anni,

con i colleghi responsabili delle funzioni territoriali, circa 200 fino ai quarti livelli dell'organizzazione aziendale. Il tour interesserà le principali città delle restanti aree territoriali e punta a coinvolgere circa 5 mila colleghi su tutto il territorio. L'obiettivo è avviare un processo virtuoso di dialogo con i colleghi sulle aree di business e sui cambiamenti che ci vedono direttamente coinvolti, così da consentire la condivisione verso i propri collaboratori a tutti i livelli dell'organizzazione. Insieme a Del Fante, hanno partecipato all'incontro di Palermo il vice Direttore Generale e Responsabile Corporate Affairs Giuseppe

Lasco, il Responsabile della funzione Posta, Comunicazione e Logistica Massimo Rosini e quello della funzione Mercato Privati Andrea Novelli. Lasco, in particolare, ha incentrato il suo intervento sui tre pilastri del cambiamento in atto: «La valorizzazione dell'immagine del brand aziendale, il rafforzamento del concetto dell'importanza degli Uffici Postali e delle persone che lavorano sul territorio e quello del clima interno, perché i successi sono i successi di tutti».

La centralità del cliente

Ottimi risultati arrivano anche dalla rete

dei nostri Uffici Postali: «A tre mesi dal nuovo incarico posso dire che questo è veramente per me il lavoro più bello che c'è in azienda. Con il piano Deliver 2022 ci siamo posti l'obiettivo di usare al meglio il nostro potenziale per raggiungere obiettivi già alla nostra portata», ha spiegato il Responsabile della funzione Mercato Privati Andrea Novelli. Numeri confortanti che, però, non devono mai far perdere di vista un aspetto fondamentale come la centralità del cliente: «Non dobbiamo mai dimenticare che siamo Poste Italiane per cui l'interesse per il cliente viene prima di qualsiasi obiettivo e budget». Massimo Rosini, Responsabile della funzione Posta Comunicazione e Logistica, ha ricordato: «Un anno fa ci trovavamo ad affrontare un percorso difficile visto il declino della corrispondenza. Ora abbiamo finalmente iniziato a fare e abbiamo cominciato a vedere qualche risultato». (M.B.)

Avvicina il cellulare al QR Code



Guarda il video dell'intervista all'Amministratore Delegato Matteo Del Fante

Dentro la riorganizzazione dell'Assistenza Clienti e del Back Office: flussi sempre più digitali

Amare Poste Italiane significa amare i clienti

Il bilancio del roadshow, con tappe in tutta Italia, organizzato per confrontarsi e condividere le finalità del cambiamento

All'inizio di un viaggio c'è sempre una meta da raggiungere, e per Poste Italiane la meta si chiama "soddisfazione del cliente". In quest'ottica si colloca il processo di riorganizzazione in atto nel Chief Operating Office, una struttura complessa e composita che coinvolge 86 siti e oltre 5 mila persone all'interno del gruppo. «La mission, oltre a migliorare la qualità dei servizi erogati alla clientela sia interna che esterna, è quella di creare valore attraverso una semplificazione dei processi, affiancando agli operatori le nuove tecnologie per essere sempre più efficaci nella riduzione delle problematiche: in sintesi, mettere insieme il fattore umano e le nuove tecnologie quali la robotica e l'AI (Intelligenza Aumentata), farli coesistere ed essere più competitivi del mercato» spiega Paolo Martella, a capo della funzione COO nata nell'autunno del 2017 e una delle pietre miliari del Piano Deliver 2022. Il Chief Operating Office e il suo profondo processo di trasformazione sono i temi di un roadshow che ha preso il via a Roma a



Paolo Martella (quinto da destra) con alcuni partecipanti della tappa di Palermo

maggio e che, coinvolgendo negli incontri oltre 700 colleghi, è proseguito a Mestre, Genova, Milano, Napoli e Palermo, per concludersi nella capitale a inizio luglio.

L'unione fa la forza

Un modo per confrontarsi e condividere gli obiettivi del cambiamento, per far sì che la centralità del cliente e dei suoi bisogni non resti solo uno slogan ma si affermi come

una modalità operativa quotidiana, con un feedback continuativo verso le business unit, in termini di miglioramento di prodotti e servizi. Ascolto, informazione e risoluzione dei problemi dei clienti saranno i compiti gestiti organicamente e in modo innovativo dal COO, che vede confluire al proprio interno due attività fortemente strategiche per Poste come il Back Office, l'Assistenza Clienti, e inoltre la Qualità e

Customer Experience del Gruppo Poste. È una trasformazione al passo dei cambiamenti tecnologici e normativi, che scatena una vera e propria "guerra alla carta" per arrivare a gestire tutto il flusso in digitale.

Verso l'assistenza del futuro

Poste Italiane, però, non parte certo da zero in questa battaglia, basti pensare ai numeri attuali che può vantare l'Assistenza Clienti: composta da circa 2 mila persone, questa struttura gestisce 21 milioni di contatti e 390 mila reclami l'anno, con il 94% di risposte tempestive e una media voto di 8,2 da parte dei clienti. Lo step ulteriore sarà quello di avere un'assistenza personalizzata e proattiva anche grazie all'AI, l'Intelligenza Aumentata, che aiuterà gli operatori a intercettare e prevedere i problemi della clientela. Come il Contact Center, anche i 3 mila colleghi del Back Office saranno al centro di cambiamenti su attività delicate di Poste quali le operazioni finanziarie, la videocodifica, i permessi di soggiorno o le notifiche giudiziarie. (R.C.)

l'intervista esclusiva

Corrispondenza e filatelia: Bruno Vespa rivela le sue collezioni

«Lettere e francobolli sono le mie passioni»

Parla del suo libro, ricco di retroscena, sui 50 anni dallo sbarco lunare: «Si realizzò un grande sogno collettivo per la storia dell'uomo»

Il 20 luglio 1969, Neil Armstrong, al comando della missione spaziale Apollo 11, sbarca per primo sul suolo luna-re. «Un piccolo passo per un uomo, ma un grande passo per l'umanità», afferma l'astronauta seguito in diretta televisiva da ogni parte del mondo. Nel suo ultimo libro, "Luna", Bruno Vespa racconta quella notte indimenticabile e i retroscena legati a un evento che ha segnato la memoria collettiva.

Cinquant'anni fa cambiava la prospettiva dell'uomo, della società, della conoscenza. Perché ha scritto questo libro?

«Ho voluto ricordare un grande sogno collettivo. Era impensabile che l'uomo raggiungesse la Luna e soprattutto che lo facesse in meno di dieci anni, dopo che Kennedy nel '60 aveva lanciato la sfida. Nel libro parlo della storia delle conquiste spaziali da Jules Verne all'aprile scorso, quando gli israeliani fallirono nell'allunaggio della loro sonda. Pensiamo di sapere tutto, invece "Luna" è pieno di retroscena».

All'epoca giovane giornalista, che cosa ricorda in particolare di quella notte?

«Avevo vinto da due mesi il concorso che mi portò al telegiornale. Partecipai alla grande trasmissione come può farlo un giovane praticante. Ma era uno spettacolo meraviglioso con Tito Stagno, Andrea Barbato, Ruggero Orlando, il professor Enrico Medi che ci faceva capire anche i risvolti più astrusi...».

Che cosa le manca di quel modo di fare giornalismo?

«L'umiltà di chi non sapeva, la preparazione di chi sapeva».

Bruno Vespa, nato a L'Aquila nel 1944. Qui accanto, la copertina del suo libro dedicato allo sbarco lunare



resistono e trovano terreno fertile sui social network?

«I social sono uno strumento terribile di disinformazione. La Nasa ha risposto punto su punto agli obiettori. A me basta dire che sarebbe stato difficile imbrogliare le trecentomila persone che partecipavano al programma il 20 luglio 1969».

Rimanendo in ambito storico, cosa rappresenta secondo lei Poste Italiane? Ricorda qualche evento di cronaca che ha visto Poste Italiane in prima linea?

«Io sono appassionato di corrispondenza e collezione tuttora francobolli. Nel mio libro "C'eravamo tanto amati" ho raccontato il mio rimpianto per le lettere. La cosa che mi ha sempre stupito è la rapidità del recapito della corrispondenza di guerra. Un servizio fantastico. L'epistolario di Benedetto Croce documenta come alle lettere spedite da Napoli si rispondesse dal resto d'Italia nel giro di uno o due giorni...».

DI FILIPPO CAVALLARO



Nella ricerca che ha svolto per scrivere questo libro qual è il particolare che ha sorpreso maggiormente anche lei?

«Non ricordavo che nel 1969 il 51 per cento degli italiani era pronto ad andare sulla Luna e che la conquista di Marte sembrava imminente. Wernher von Braun, il padre del razzo che ha portato la navicella in orbita, disse a Oriana Fallaci che Marte sarebbe stato raggiunto nel 1985. Invece dal '72 gli americani sospesero il programma».

Intorno all'allunaggio si sono sviluppate molte teorie dietrologiche e tesi del complotto. Ancora oggi c'è chi dice che il film dell'allunaggio sia una sorta di madre di tutte le fake news. Perché queste teorie, per quanto strampalate,

pillole filateliche

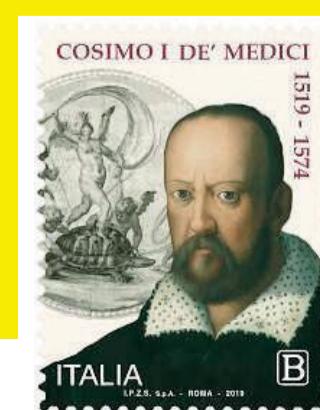
OMAGGIO ALLA PINACOTECA DI BRERA

Per la serie tematica "Le eccellenze del sapere", è stato emesso un francobollo dedicato alla Pinacoteca di Brera, nel 210mo anniversario della fondazione, relativo al valore della tariffa B pari a 1,10 euro. Con una tiratura di seicentomila esemplari e fogli da 28 esemplari, il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato con bozzetto di Rita Fantini. La vignetta raffigura una prospettiva del cortile della Pinacoteca di Brera su cui si stagliano, a sinistra, il primo direttore donna Fernanda Wittgens e, a destra, Ettore Modigliani, direttore dal 1908 al 1935.



500 ANNI FA NACQUE COSIMO I DE' MEDICI

Un francobollo commemorativo di Cosimo I de' Medici, nel quinto centenario della nascita, relativo al valore della tariffa B pari a 1,10 euro. Con una tiratura di due milioni e 500mila esemplari e fogli da 45 esemplari, il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato con bozzetto a cura del Centro Filatelico della Direzione Officina Carte Valori e Produzioni Tradizionali del Poligrafico. La vignetta riproduce un ritratto di Cosimo I de' Medici e sullo sfondo, una raffigurazione della "Tartaruga con vela", che Cosimo I associò al motto Festina lente (affrettati lentamente).



"IL SENSO CIVICO" È SULLA PELLE

È dedicato al 24° Congresso mondiale di dermatologia, ospitato quest'anno al MiCo di Milano dal 10 al 15 giugno scorsi, il francobollo ordinario stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato Spa appartenente alla serie tematica "il Senso civico". La tiratura è di 600 mila esemplari, la bozzettista è Silvia Isola. La vignetta raffigura in primo piano a destra un volto femminile affiancato al logo del summit. Al centro è ripetuto un particolare del logo, rappresentativo dei 7 strati che compongono il derma, che si sovrappongono parzialmente al volto di donna. Completa il francobollo la scritta "Italia".



la nostra storia

CON LA COLLABORAZIONE
DELL'ARCHIVIO STORICO
DI POSTE ITALIANE

Dall'Unità d'Italia all'attuale restyling, un viaggio nel nostro stile

«Le divise di Poste segnano il progresso sociale del Paese»

Il viaggio tra le divise storiche dei portalettere d'Italia è prima di tutto una sintesi dell'evoluzione del nostro costume e della nostra moda. Dall'Unità d'Italia a oggi, le Poste hanno sempre racchiuso nelle divise dei propri lavoratori un'immagine forte, ma distante dal periodo in cui venivano utilizzate. Un'immagine, dunque, di tradizione e modernità, concetti dei quali l'uniforme dei portalettere - donne e uomini - è forse il risultato più evidente. La dottoressa Sofia Gnoli, docente di storia della moda, giornalista (La Repubblica, Venerdì) e scrittrice (il suo ultimo libro si intitola "L'alfabeto della moda", edito da Carocci), ci ha accompagnato in questo viaggio suggestivo, osservando e analizzando per noi alcune divise storiche fino all'attuale restyling, lanciato negli ultimi giorni. Le sue parole confermano il fortissimo legame tra le divise e la moda e, in questo caso, l'evoluzione del Paese, che Poste ha accompagnato fin dall'inizio.



Dottoressa Gnoli, che rapporto esiste tra la moda e le uniformi?

«Le divise sono sempre state una fonte di ispirazione importantissima per la moda. Lo sono state anche per chi ha scritto la storia della moda del Novecento: pensiamo a quei fashion designer che hanno creato quasi un uniforme, come Coco Chanel con il suo tubino nero o con i tailleur in tweed matelassé, o come le giacche greige di Giorgio Armani. Ovviamente sto parlando di uniformi in senso lato, ma i punti di contatto possono essere ancora più vicini: immaginiamo il trench, un vecchio soprabito da trincea che dai campi di battaglia è entrato nell'abbigliamento quotidiano. O la sahariana e, ancora, il caban, che da giacca doppio petto dei marinai, fu trasformato nel 1962 da Yves Saint Laurent in uno dei suoi capi cardine. Diana Vreeland, storica direttrice di Vogue negli anni Sessanta e grande sacerdotessa della moda internazionale, diceva che "le uniformi sono lo sportswear del ventesimo secolo", sono dunque una base per la moda».

Le divise dei portalettere italiani ritrattano in questo discorso?

«Le divise dei portalettere non fanno eccezione in questo legame strettissimo

Secondo Sofia Gnoli, docente di storia della moda, le uniformi sono sempre state una ricchissima fonte di ispirazione creando anche classici come la borsa "Postina" nata a inizio '900: «Oggi si assiste alla rivoluzione dei materiali che valorizzano l'hi-tech, i colori catarifrangenti e la grande ricerca sui tessuti. E le scarpe sono studiate per attirare l'attenzione»

La dottoressa Sofia Gnoli, docente di storia della moda e giornalista: il suo ultimo libro è "L'alfabeto della moda"



Il calendario postale del 1901

tra moda e uniformi. La storia delle divise dei postini riflette molto da vicino la moda di ogni singolo momento storico: hanno accompagnato l'evoluzione sociale, lo stile maschile ma soprattutto l'emancipazione femminile, avvenuta dopo la Prima Guerra, quando la donna si è trovata a dover sostituire l'uomo in molte attività lavorative. Lavorando, ha dovuto togliere il busto e gli strascichi, si è affermato il cosiddetto stile alla garçon, che attingeva alla praticità dei capi maschili».

Partiamo dall'analisi di qualche foto d'epoca. Siamo nel 1916 e questa è la divisa delle portalettere.

«Qui siamo in piena Guerra, la divisa della postina arriva fino alle caviglie, perde gli strascichi classici di inizio Novecento. È una divisa molto essenziale, con un cappello semplice e un piumino tricolore. È una borsa che poi è diventata un classico: la Postina è un genere di borsa che riprende il nome proprio da quelle usate dai portalettere. È ampia, pratica e capiente, permette di avere le mani libere perché si porta a tracolla, molto diversa quindi dalle shopping bag. Al tempo c'erano postine rurali e cittadine. La postina di città era elegante e moderna, mentre quella contadina aveva un'uniforme in linea diretta con l'abbigliamento dei primissimi del Novecento, che non va verso l'emancipazione ed è molto più ingoffante. Il vestiario aveva però un valore pratico per gli spostamenti».

Poi venne il Ventennio.

«Nell'epoca del Fascismo è normale che le divise dei portalettere avessero un richiamo diretto alle uniformi militari. Ma se vediamo anche questa femminile, bellissima, del 1942 notiamo dei particolari interessanti. Innanzitutto, è modernissima. Le gonne sono corte, come negli anni Venti, anche se negli anni Trenta si erano poi riallungate perché il regime voleva un ideale estetico di sposa e madre esemplare, più che di una donna proiettata all'esterno. Qui, in piena Seconda Guerra Mondiale e in una situazione economica



La divisa dei postini nel 1905



Postina con borsa a tracolla, 1916



L'uniforme del 1930, di ispirazione militare

PORTALETTERE "GREEN"

Funzionalità e design nel segno dell'ambiente

Nel 2016, è stata messa in palio una borsa di studio da 20mila euro da assegnare a un vincitore, selezionato tra gli studenti iscritti a Istituti post-diploma e Università italiane pubbliche e private di moda e design che aderirono al progetto. A vincere è stata Beatrice Bazzano, di Pontedera. Il suo bozzetto, poi rivisto e adeguato alle necessità dell'Azienda, è ora realtà ed è indosso (o lo sarà a breve) a tutti i portalettere d'Italia.

Ergonomia ed ecologia

Ma cosa cambia nella nuova divisa? A colpire sono soprattutto gli aspetti di ergonomia, design e qualità dei materiali. Per le nuove divise è stata infatti prevista la certificazione "green" OEKO – TEX Standard 100, una garanzia in più per la salute dei portalettere e per la tutela dell'ambiente, trattandosi di un marchio ecologico che certifica, oltre ai tessuti, anche il loro processo di tintura e garantisce un attento controllo dal punto di vista ecologico e salutare, si trova sui tessuti, capi d'abbigliamento accessori. Certifica, insomma, grazie a prove di laboratorio, l'assenza di sostanze dannose per la salute. A migliorare è stata anche la vestibilità dei capi con un design che coniuga funzionalità ed estetica. Ed è stato introdotto inoltre il colore grigio per caratterizzare e rendere più riconoscibile e distintivo il brand. Il portalettere che ieri consegnava corrispondenza e che oggi porta anche i piccoli pacchi, domani porterà ancora tanto altro (servizi a domicilio), accompagnando cittadini, imprese e Pubblica Amministrazione verso la nuova frontiera dell'economia digitale e dei servizi a valore aggiunto. La nuova divisa è il primo passo verso questo grande e continuo processo di cambiamento.



già grave, gli orli si sono accorciati a causa della mancanza di materie prime per gli abiti. Tutto diventa più essenziale, confermando a questa foto d'epoca un'immagine estremamente moderna. E la borsa è ancora più grande, a testimonianza del cambiamento sociale della donna e del carico di lavoro».

DI MARCELLO LARDO

**Finisce la Guerra, nell'Italia che rialza la testa Poste continua a essere un importante collante sociale.**

«E nel Dopoguerra, ancora una volta, la divisa dei portalettere resta saldamente ancorata alla moda del momento. Le mantelle per gli uomini, la tracolla che si alza. Negli anni Sessanta le linee diventano ancora più smilze, la divisa segue le tendenze e il gusto di quegli anni, sia nella versione femminile che in quella maschile. Va sottolineato che non si perdonano mai né la praticità né la facilità del movimento, essenziali per gli impegni quotidiani».

Cosa salta subito all'occhio nella nuova divisa, quella del 2019?

«Il tema di oggi è la rivoluzione dei materiali e mi sembra che questa nuova divisa dei portalettere sia in questo senso emblematica. Presenta infatti il risultato di un cambiamento importante, dagli anni Ottanta ad oggi. Possiamo parlare di uno stile hi-tech, uno stile di ricerca. Sicuramente è diventata più leggera di peso, proprio per venire incontro alle esigenze dei portalettere. Al giorno d'oggi, nella moda, le grandi novità passano attraverso la tecnologia. La linea della nuova divisa è abbastanza slim e riflette le proporzioni della moda attuale, che tendono a valorizzare il genere. C'è un discorso di visibilità, con questi colori catarifrangenti che si coniugano con una grande ricerca sui tessuti. E anche le scarpe sono studiate per destare attenzione».



Una divisa maschile del 1980

Nel 1880**Quella giubba di panno turchino con lo stemma reale**

Nel 1880, un decreto del Ministro segretario di Stato per i Lavori Pubblici descriveva nel dettaglio la divisa che dovevano indossare i portalettere. Le indicazioni del Decreto non lasciavano spazio alla fantasia (si trattava della sola divisa maschile, quella femminile sarebbe arrivata qualche anno più tardi): la giubba doveva essere di "panno turchino scuro a un petto con bavero scarlatto ornato di gallone d'argento, paramani ornati di rosso, chiusa da una fila di sette bottoni di metallo bianco, collo stemma reale e colla leggenda Regie Poste" si legge nel testo dell'epoca. "Bigio con pistagna per l'inverno e di tela greggia per l'estate" deve invece essere il pantalone mentre il mantello è "di panno turchino scuro con cappuccio e con bavero venato di rosso avente alle due estremità le iniziali "R.P." in metallo, bianco". Infine il berretto di "panno turchino, scuro, con venatura rossa e collo stemma reale in argento", e nera la cravatta.



Roma, poste sul Lungotevere nel 1942. Immagine dell'Archivio Storico Cinecittà Luce



La divisa del postino tra gli anni '50 e '60

reportage di frontiera

Ponte Morandi, un anno dopo: le persone di Poste ricordano quel maledetto 14 agosto

«Tempestività, umanità e impegno così abbiamo affrontato la tragedia»

È passato quasi un anno dal giorno che ha segnato per sempre la vita dei genovesi. Il 14 agosto 2018 crolla il Ponte Morandi lasciando, tra le sue macerie, il drammatico bilancio di 43 vittime e 566 sfollati. Quarantatré vite spezzate: bambini, genitori, ragazzi, anziani, un numero che testimonia una strage assurda, della quale la città e l'Italia intera cercano ancora di farsi una ragione. Poi ci sono le case, quelle evacuate, quelle demolite. L'ormai celebre palazzo sul quale "poggia" il Ponte si scorge in lontananza, completamente vuoto: le finestre sono tutte aperte, quasi a voler far entrare la vita. Per i 566 sfollati, quel giorno di agosto cominciò un calvario, dove l'unica grande fortuna è essere ancora vivi. Per il resto, tutto è andato perduto: casa, ricordi, punti di riferimento. Genova ha però reagito con enorme compostezza e le famiglie della zona si sono rimboccate le maniche. Molti hanno lasciato il quartiere, voltando le spalle al fiume Polcevera, vicino al quale erano nati e cresciuti.

L'angelo dello sportello

In quei giorni fu una gara di solidarietà. Poste Italiane fece la sua parte, mettendo in campo ogni strumento possibile per essere vicina ai genovesi. E i cittadini apprezzarono molto, come racconta Fiorella Parodi, sportellista e personaggio simbolo del modo in cui l'Azienda ha voluto aiutare gli abitanti della Zona Rossa. «Mi sono occupata personalmente dello sportello che Poste ha dedicato da subito agli sfollati di via Porro - racconta da dietro il banco dell'Ufficio Postale Genova 54, dove è confluita la corrispondenza dei cittadini della zona funestata dal crollo, fin dai primi giorni dopo la tragedia - Ho fatto da me la divisione dei civici, separando la corrispondenza. Abbiamo subito agevolato gli utenti della Zona Rossa, ci siamo detti che non avrebbero dovuto fare la coda». L'impatto iniziale è un ricordo pieno di dolore: «Ho incontrato persone molto provate, sconvolte per ciò che era successo. Con alcune di loro abbiamo parlato, le abbiamo aiutate in un momento così difficile». L'organizzazione non è mancata, così come la lucidità nel reagire alla tragedia: «Un paio di abitanti si sono presi l'onere di segnare il nome di tutti gli sfollati: un rappresentante andava al gazebo dove distribuivano i pasti e avvisava chi aveva corrispondenza da ritirare qui da noi. In parecchi hanno aderito al servizio "Seguimi", che abbiamo offerto gratuitamente - continua Fiorella - In molti casi l'ho attivato io personalmente, aiutando soprattutto le persone più anziane». «Non dico che siamo diventati amici con la gente della Zona Rossa - conclude Fiorella, tradendo un po' di commozione - ma molti tornano e mi raccontano come stanno ora, dove si sono spostati a vivere

All'Ufficio Postale Genova 54 è stato istituito subito uno sportello dedicato agli sfollati: «Siamo stati accanto alle persone sia professionalmente che umanamente. Dopo tutti questi mesi, si è ritrovata un po' di normalità e in molti sono tornati a ringraziarci»



La portalettere Lucia Obino, dietro di lei i tronconi del Ponte Morandi crollato il 14 agosto 2018. Sotto, l'Ufficio Postale Genova 54

e come stanno arredando la loro nuova casa». In fondo la felicità è nella normalità, soprattutto quando bisogna gettarsi alle spalle un passato come questo.

I ricordi di Lucia

Lucia non ha mai perso il sorriso. Non nasconde il dolore, la portalettere che da anni lavora in questa zona: «È rimasto un segno indelebile per tutti. Non lo dimenticheremo mai, tanta gente ha perso tutto». Ma il sorriso, quello no, non glielo porta via nessuno. Forse perché è ancora carico di speranza. «Mi auguro che tutto possa tornare alla normalità per le persone di questa zona. E mi auguro che si possa risolvere questa frattura che c'è stata nella città». Sì, perché per un portalettere la viabilità è un fattore fondamentale per lavorare. Dal

DI ANGELO
LOMBARDI



giorno del crollo, Genova è stata spezzata a metà, con ovvie ripercussioni sulla viabilità. «Dopo un anno però la situazione è migliorata - spiega Lucia Obino - Per il recapito ci basiamo sulle vie aperte, che cambiano in base ai cantieri». «Nelle persone che vivono in questa zona ho sempre notato la voglia di ricominciare - assicura la portalettore - C'è una grande forza di volontà, quella di tornare al più presto a vivere».

Poste, subito in azione

La presenza di Poste, come dicevamo, non è mancata neppure un secondo. La tempestività è stata una dote importante per i servizi al cittadino. «L'Azienda ha cercato di portare un appoggio sia morale che pratico nella vita degli abitanti della zona, che hanno visto la loro esistenza praticamente distrutta», commenta Marina Scotto, da pochi giorni alla direzione del Centro di Distribuzione Ponente. L'impianto che dirige conta 50 dipendenti, tra cui 17 portalettore che lavorano il mattino e 14 linee business nel pomeriggio. Il bacino servito è Sampierdarena e Cornigliano, tra cui è compresa parte dell'area limitrofa alla Zona Rossa. «È stata portata tutta la posta degli abitanti della parte di Sampierdarena che gestiamo, sia quella registrata che la singola bolletta, all'Ufficio Postale Genova 54» spiega ancora Scotto. Una forza lavoro che, dal minuto dopo la tragedia, ha remato tutta nella stessa direzione per essere accanto alla città.



In alto, Marina Scotto, direttrice del CD Ponente; sotto, la sportellista Fiorella Parodi

•

La stampa locale e nazionale riprende i reportage di Postenews

Gli ultimi reportage di Poste News attirano l'attenzione della carta stampata. Come abbiamo fatto in questo numero in vista del primo anniversario del crollo del Ponte Morandi, nei mesi scorsi abbiamo dato voce ai portalettore che vivono in prima linea il rapporto con il territorio e con la gente. Spesso non facile dal punto di vista logistico, ma allo stesso tempo molto intenso sotto il profilo umano. Sul numero di marzo avevamo seguito il giro dei portalettore nel quartiere di Secondigliano, che comprende zone critiche come le Vele e il Terzo Mondo: lì la nostra Azienda è un'istituzione al servizio dei cittadini con i quali ha creato un rapporto sereno

e collaborativo. Lo ha raccontato l'edizione napoletana de "La Repubblica" lo scorso 8 maggio intervistando "Gli angeli della posta di Scampia" che lavorano tra vie e citofoni senza nomi e che vengono accolti con grande calore quando consegnano le lettere dal carcere o gli assegni dell'Inps. All'Aquila eravamo stati alla vigilia del decimo anniversario del terremoto del 6 aprile 2009. Nei giorni successivi al sisma, i portalettore andavano nelle tendopoli a cercare le persone rimaste senza casa, poi hanno attraversato la zona rossa scortati dai militari e oggi, che i cantieri occupano ancora larga parte del centro storico rendendo difficoltoso il recapito, raccontano con orgoglio di aver contribuito a far ripartire la città. Anche "Il Centro", quotidiano del capoluogo abruzzese, ricorda come due giorni dopo il sisma la nostra Azienda si mise in moto con dieci postazioni mobili e per il tempestivo ripristino della funzionalità di uffici e strutture logistiche. Ancora una volta, sono le nostre portalettore a ricordare quei giorni difficili ma allo stesso tempo rappresentativi del ruolo di Poste nel Paese.

Gli angeli della posta di Scampia
"La gente ci aspetta col sorriso"
I postini portano pacchi e missive su vie e palazzi senza nome e citofoni. «È difficile, ma ci ringraziano per quelle lettere di felicità o di cari»

DUE GIORNI DOPO IL SISMA RIPRENDEVANO IL SERVIZIO DIECI POSTAZIONI MOBILI
L'impegno di Poste Italiane nella città distrutta: l'8 aprile uffici già attivi

L'AQUILA
Dieci anni dopo il tragico evento di luglio per conseguire migliaia di tempi nella capitale abruzzese i tecnici e gli operatori di Poste Italiane riparano gli interventi per l'Aquila. All'interno del sistema Poste si mise in moto per trovare la popolazione sfollata dal terremoto. Venne subito attivata e riunita in modo permanente una unità di crisi presso la sede centrale di Roma, coordinata dalla Regione Abruzzo, per fornire supporto logistico alle autorità locali. I primi uffici postali mobili vennero dislocati nelle vicinanze della sede centrale, a piazza d'Armi, Città Coletta, Acquasanta, basilica di Collemaggio, Paganica, Pagliare di Sassa, mentre Ganso, Montecchio e San Demetrio.



PARLA LA DIRETTRICE DELL'UP GENOVA 54

«Oltre ai servizi il nostro è stato un aiuto morale»

Il ricordo di Isabella Pisano: «Per le persone rimaste senza casa dopo il crollo siamo stati sempre a disposizione»



Isabella Pisano, direttrice UP Genova 54

Nell'Ufficio Postale Genova 54, la direttrice è Isabella Pisano: anche lei ha vissuto la tragedia del Ponte in prima persona. E ora ricorda quei giorni: «Le persone si appoggiavano a noi non solo per i servizi che abbiamo sempre erogato, ma anche moralmente. La disperazione dopo questi mesi si è trasformata in tristezza e compostezza, ma anche in voglia di riscatto. E Poste è stata di grande aiuto, senza mai abbandonare i cittadini». Ricorda anche lei quei giorni di concitazione e dolore, dove Poste

Italiane ha reagito subito, capendo quali erano le necessità degli sfollati - senza perdere un minuto - mettendo in atto le soluzioni più efficaci. «Abbiamo dedicato da subito uno sportello alle loro attività. Per loro c'eravamo in ogni momento: in situazioni come quelle è importante trovare conforto e assistenza». Pisano ricorda come Poste abbia aiutato la gente con l'attivazione dei servizi, in particolare il "Seguimi", indispensabile per chi era costretto a spostarsi a vivere altrove: «Era il minimo che si potesse fare, nei confronti di persone che avevano perso tutto».

Sofferenza e speranze

Anche la direttrice racconta di un rapporto fatto soprattutto di calore umano: «In molti sono andati via dalla zona, altri hanno comprato casa altrove. Ma qualcuno ogni tanto passa qui e siamo sempre a disposizione per chi ha bisogno». C'è da sistemare questa parte di Genova («la viabilità ovviamente è peggiorata») ma c'è soprattutto da guardare al futuro: «La speranza è che chi abbia vissuto distrutto in questi mesi torni a trovarci più sereno - conclude Pisano - a raccontarci solo cose belle. Deve esserci una fine a tutta questa sofferenza».



Avvicina il cellulare al QR Code



Guarda il servizio da Genova:
interviste, luoghi e le persone di Poste Italiane

zia della cosiddetta "zona rossa". «Quando abbiamo riconosciuto a conseguire la posta nel centro della città è stato come ritrovare un po' di normalità», racconta Anna. «C'è ancora molto da fare, ma finalmente qualche ufficio è stato riconosciuto ad abbattere in centro. Noi cerchiamo di aiutare le persone come possibile e lo facciamo volentieri». A dieci anni dal sisma «la città è in costruzione», aggiunge, «ogni giorno le portalettore, e, per il recupero, comporta non poche difficoltà. Ci sono moltissimi cantieri, molte strade chiuse, e quindi un impegno aggiuntivo per raggiungere alcune strade del centro. Non accediamo al Centro, ma Poste italiana ha percorso percorsi di camminare con le auto nella zona rossa e questo, almeno in parte, agevola le consegne».

speciale noi in Puglia

Il "tour" di Poste news prosegue nel tacco dello Stivale: scopriamo le attività e le persone

«La consegna del pacco? Arriva fino all'ombrellone»



Da sinistra: Giuseppe Policarpo Responsabile Ram 2 Sud 1, Giorgio Giampietro Responsabile Ram 1 Sud 1, Patrizio Capra Responsabile Sud, Antonio Cuzzocrea Responsabile Gestione Operativa Sud 1

Anche la seconda tappa di "Speciale Noi" inizia in treno. Andiamo in Puglia. Non c'è l'alta velocità, e questo stride con il dinamismo di una regione che da un decennio a questa parte si è reinventata e ha messo a frutto la sua naturale vocazione al turismo, trasformandolo nel suo principale business. Se Bari a fine maggio e la Puglia a giugno sono state inserite da Lonely Planet ed Expedia nella top ten delle mete europee 2019, un motivo ci sarà. Le strutture d'accoglienza sulla costa e dell'entroterra sono avanti di 20 anni rispetto a quelle logistiche, ferrovie, mezzi di trasporto, strade che invece di ridurre i tempi di movimento li rallentano. Nonostante le difficoltà, Poste riesce a garantire i tempi di consegna anche nei luoghi di villeggiatura e addirittura si recapitano i pacchi e-commerce "fino all'ombrellone". La Puglia, ad eccezione di Lecce e in parte Foggia, è anche la regione dei grandi comuni. Bari, la più grande filiale della nostra azienda, ha solo due paesi sotto i 5000 abitanti.

Questo comporta strategie completamente diverse per la clientela privata, per le imprese e per la Pubblica Amministrazione. Così come la Puglia ha fatto del turismo un business così Poste, grazie alle sue persone, colleziona numeri

e storie di successo importanti. **Claudio Alessandrini** della squadra di **Fabrizio Iovino**, responsabile Risorse Umane della Macro Area Sud, ci informa che il tacco dell'Italia postale è composto da più di 470 Uffici postali, cinque filiali, due aree di recapito, un grande centro di smistamento nei pressi di Bari che non serve solo la Puglia ma anche le regioni vicine Molise e Basilicata, oltre 7.900 dipendenti tra Recapito, Mercato Privati, Mercato Business e Pubblica Amministrazione e Staff.

Il vero Black Friday è a luglio

«Qui in Puglia abbiamo ben chiaro che il vero picco delle consegne di pacchi e-commerce non lo abbiamo a Natale ma in estate» esordisce **Vincenzo Marono**, responsabile del Centro di smistamento di Bari. **Mario Alba** 35 anni, capo reparto di Posta registrata, organizza turni e gestisce lavorazioni sia manuali che meccanizzate, spiega che il centro è stato proprio a giugno ristrutturato in base alle direttive del programma Lean, qui adottato da tempo, ed è pronto ad accogliere con spazi più idonei e scalabili il picco di luglio. Per volumi, qui in Puglia il Prime Week di Amazon di fine luglio ha gli stessi numeri di un Black Friday invernale. Ciò è dovuto alla grande massa di turisti italiani e stranieri che scelgono le spiagge pugliesi. E il fenomeno dell'e-commerce

ormai segue il cliente ovunque si sposti, non contano vie, Cap e domicili. Su internet puoi indicare le preferenze del luogo di consegna. Qui si arriva fino in spiaggia. Ce lo conferma **Giuseppe Policarpo**, responsabile dell'Area Recapito di Taranto, Brindisi e Lecce, che attraverso il suo responsabile qualità **Piero Taurino** ci fa conoscere tante storie di portalettere che si trovano quotidianamente a fare questo tipo di consegna. Tra i tanti c'è **Giuseppe Caputo**, portalettere di **Porto Cesareo**: «Proprio l'altro giorno ho consegnato un pacco in spiaggia, ma consegno anche al molo del porto». Il portalettere attende il destinatario che, contattato dallo stabilimento, si sposta dal suo ombrellone e viene a ritirare. Forse non si aspettavano una modalità di consegna così creativa gli studenti dell'Istituto Don Milani di Grottaglie, in provincia di Taranto, che nell'ambito del progetto Alternanza Scuola Lavoro sono stati introdotti alle esperienze di portalettere dal trainer di Poste, **Emilio Maritati**. **Patrizio Capra** suggerisce di esplorare anche l'area di Bari e Foggia per conoscere belle storie. **Giorgio Giampietro**, responsabile Recapito attraverso il suo collaboratore **Pino Cartaci** fa conoscere così **Paolo Incardona**, 41 anni, lavora a Trani, città famosa per la sua cattedrale, conosce tutti e coltiva uno speciale rapporto nel centro storico con una cliente, Maria, anziana custode di tradizioni e delle mille ricette di Trani. **Gennaro Andidaro**, 55 anni da 29 in

Poste Italiane, è "l'anziano" dei portalettere della città di Bari, alla guida del triciclo elettrico di nuova generazione è sempre al servizio del cliente. Ricorda il soccorso prestato a una signora che non riusciva a rientrare nella propria abitazione per aver smarrito la chiave. Dal 1° maggio Gennaro è stato insignito della onorificenza di Maestro del Lavoro.

Le diverse Puglie dei Grandi e Piccoli Comuni

A Bari incontriamo il responsabile della Macro Area Sud **Francesco Bianchi**, il suo vulcanico responsabile supporto al Business **Pietro Domenico de Candia** insieme a tutti i direttori di filiale. In particolare, **Luigi Capasso**, responsabile di Lecce, e **Giuseppe Stanisci** descrivono un territorio che ci aspetteremmo di trovare in tutta la regione, piccoli comuni pochissima penetrazione bancaria, con Poste quasi player unica. Nel Salento il boom dei giovani mantiene alta l'affluenza negli uffici per la ricarica di Postepay con microtrasferimenti fatti dai genitori. La vera sorpresa è la filiale di Bari: città e uffici molto grandi e grandi banche che non arretrano. Nella sola metropoli 35 Uffici postali che ogni giorno si misurano con 162 filiali bancarie. «Nonostante la concorrenza - spiega il responsabile **Pasquale Ragozzino** - la filiale di Bari vanta un patrimonio di 11,5 mld di euro tra prodotti e servizi comple-

DI RICCARDO PAOLO BABBI





Da sinistra: Rocco Vinzi Direttore Filiale Brindisi, Pasquale Ragazzino Direttore Filiale Bari, Fabio Piazza Responsabile Commerciale Macro Area Sud, Giuseppe Stanisci Direttore Filiale Foggia, Francesco Bianchi Responsabile Macro Area Sud, Giuseppe Erario Direttore Filiale Taranto, Pietro de Candia Supporto al business, Vincenzo Campanelli Responsabile gestione operativa Macro Area Sud e Luigi Capasso Direttore Filiale Lecce



Da sinistra: Claudio Alessandrini Account PCL e CA, Fabrizio Iovino Responsabile Macro Area Sud e Domenico Russo Account MP



Vincenzo Marono Responsabile del Centro Meccanizzazione Postale di Bari



Da sinistra: Manuela Contento Responsabile Prevendita Area Sud, Fulvio Tatafiore Responsabile Vendita Canale Large, Rita Veroni Responsabile Area Territoriale, Ivan Francia Responsabile Vendita Canale Medium, Stefano Barberini Responsabile Gestione Piani e Contratti, Sandro Minicilli Responsabile Vendita Canale Pal, Vincenzo Galizia Sales Area Manager Sda

sivi che vanno dal risparmio alle postepay su un totale di quasi 42 mld». Davvero la Milano del Sud. «Bisogna fare ancora tantissimo ed esser sempre aggiornati per aumentare quote di mercato ampiamente alla nostra portata», racconta **Walter Bianco**, giovane direttore di Monopoli Centro

che è stato anche trainer di direttori e consulenti. Eppure, c'è un massimo comune denominatore nelle diverse realtà. Una vincente sintesi d'offerta che sta acquisendo mercato. Sia nei centri turistici sul mare, con masse, bed & breakfast e ristoranti ogni anno più numerosi, sia in una grande

metropoli come quella di Bari piena di negozi e centri commerciali e ristoranti, i pugliesi stanno diventando sempre più imprenditori di loro stessi. A questi clienti a partita iva Poste propone con successo l'offerta integrata di full acquiring che unisce la Postepay al Pos per le transazioni.

Poste tra grandi clienti e Pubblica Amministrazione

Anche **Rita Veroni**, responsabile MBPA, presenta dati e storie interessanti. E parte dall'e-commerce cresciuto del 25% in Puglia rispetto al 15% del trend tradizionale. I dati incrementali sono supportati da azioni economiche mirate, come il NIDI (Nuove Iniziative D'Impresa): un fondo regionale che sostiene le microimprese di nuova costituzione con contributi economici. Tra i nostri casi di successo c'è Spesasicura.com, nota società di e-commerce che fa registrare un trend di crescita annuo intorno al 50%. Poste cura principalmente spedizioni pacchi su tutto il territorio nazionale (e non solo). «Spesasicura.com - racconta l'account **Nicola Pellegrini** - è attivo in partnership con altre grandi realtà italiane». Certamente una delle realtà più conosciute di questo territorio, sia in Italia che all'estero, è quella della figura del Santo Padre Pio, che ha vissuto oltre 60 anni in San Giovanni Rotondo e che richiama ogni anno oltre 7 milioni di pellegrini. I frati minori cappuccini lavorano costantemente anche insieme a Poste Italiane che con i propri servizi sostiene ogni iniziativa di divulgazione e promozione (come la rivista "La Voce di Padre Pio") e di raccolta delle donazioni mediante i diversi conti correnti e l'incasso dei bollettini. Lo sa bene **Antonio Ciarmoli**, l'account di riferimento: «Da qualche tempo sono state avviate iniziative comunicazionali complementari alla rivista sviluppate attraverso gli strumenti del direct marketing, sia a livello nazionale che internazionale, con la fornitura di anagrafiche profilate e invio di mailing con posta target. A breve potremmo proporre il pagamento di prossimità via smartphone per la raccolta donazioni dei pellegrini in visita nei luoghi Sacri». Poi ci sono i clienti gestiti da **Giuseppina Di Muro**, le Banche Popolari (Banca Popolare di Bari, Banca Popolare di Puglia e Basilicata e Banca Popolare Pugliese) per cui Poste Italiane, oltre a erogare servizi di corrispondenza, assicura il navettaggio interbancario, su un totale cumulato di oltre 580 filiali (di cui 368 della Banca Popolare di Bari attivate quest'anno). L'Acquedotto Pugliese, sempre seguito da Giuseppina, è un cliente molto rappresentativo per il territorio sia per la sua funzione di erogazione dell'acqua legato all'iniziativa della ciclovia dell'acqua (un percorso cicloturistico e insieme escursionistico di 500 km che segue il tracciato di due condotte storiche dell'acquedotto). Per questo cliente «eroghiamo i servizi di incasso e rendicontazione delle bollette e stiamo avviando contatti per sviluppare nuove iniziative di comunicazione verso la popolazione». Sul versante della Pubblica Amministrazione, Poste propone il servizio di tesoreria, soprattutto nelle province di Foggia e Lecce, seguite da **Francesco Soricaro**, **Sabrina Turrisi** e **Mauro Tancorra** dove abbiamo trattative già avviate con i comuni di Zapponeta e Caprarica. Parallelamente su vari comuni abbiamo già attivato il servizio di incasso tramite Pos del bollo per la carta d'identità elettronica. Dal turismo all'agricoltura, dai servizi pubblici al culto «MBPA cerca costantemente di convogliare - prosegue Veroni - l'esigenza dei clienti verso i nostri servizi, grazie alla dedizione di 27 colleghi, di cui 19 account, e 4 colleghi venditori finanziari».

il poster



Noi ci in Pu



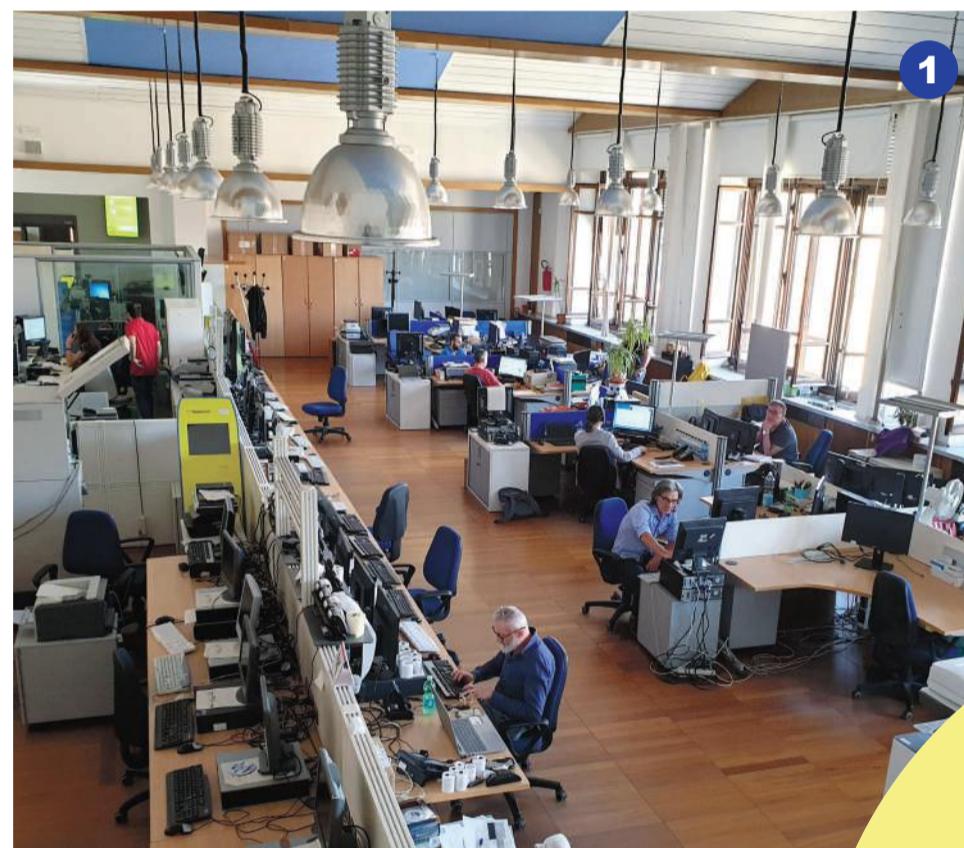
l'inviato speciale

Il monumentale edificio di Poste nelle vicinanze del Duomo

Dentro la sede storica di Firenze nasce l'innovazione di Poste

Negli anni in cui la città divenne capitale, tra il 1865 e il 1870, il centro venne rivoluzionato ma il lotto di Palazzo Davanzati rimase libero fino al 1903, quando venne avviato il progetto di riunificazione dei servizi postali e telegrafici.

Nel palazzo spiccano l'eleganza degli arredamenti e le decorazioni antiche degli spazi per il pubblico, ma oggi è la tecnologia a farla da padrona



1



Firenze

Su al quarto piano di questo palazzo storico a due passi dal Duomo, con le vetrate istoriate sulle scale in marmo bianco di Carrara, i suoi soffitti a cassettoni, le colonne e gli stucchi, le bacellature alle cornici e tutti questi richiami rinascimentali, improvvisamente il passato incontra il futuro, come in una strana miscela da fantascienza, dietro a una porta a vetri scorrevole, nel silenzio soffuso dei computer e dei robot, fra le scrivanie disposte in file parallele nell'open space. Questo, spiega Franco Baroni, dell'Immobiliare, accompagnandoci dentro a questo mondo diverso, «è il laboratorio delle certificazioni di tutti i software usati da Poste Italiane. Ogni programma che gestisce qualsiasi operazione viene verificato, provato e certificato qui per tutta Italia».

DI PIERANGELO SAPEGNO
Giornalista professionista dal 1980, è stato inviato speciale per *La Stampa*. Per Mondadori ha pubblicato, insieme con lo scrittore Pierdante Piccioni, i libri "Meno Dodici" e "Pronto Soccorso".



ficio postale, e poi i computer, le nuove stampanti, lettori, assegni, affrancatrici, pos, eliminacode, gestore attese, e tutto quello che deve ancora arrivare: «Abbiamo dei piccoli robot che simulano l'operatività dei portalettere», e insieme anche cose che non ci sono ancora, come questi totem rossi con dei cassetti chiusi, che sarebbero i digital box che terranno i pacchi per noi quando ci vengono consegnati e non siamo a casa. Come una buca delle lettere. Un po' più moderna.

Alle origini del progetto

Fa un po' effetto arrivare su al quarto piano, passando per le tracce della Storia che ha conservato questo monumentale edificio nella maglia ortogonale del centro ottocentesco di Firenze, tra via Pellicceria e piazza Davanzati, in un'area dove c'era il ghetto ebraico prima che arrivassero i Savoia con l'Unità d'Italia. Per Firenze capitale, per quei cinque anni in cui aspettò la breccia di Porta Pia, dal 1865 al 1870, dovendo trasferire qui tutti i funzionari dei vari ministeri e il loro apparato burocratico, gli architetti sabau-



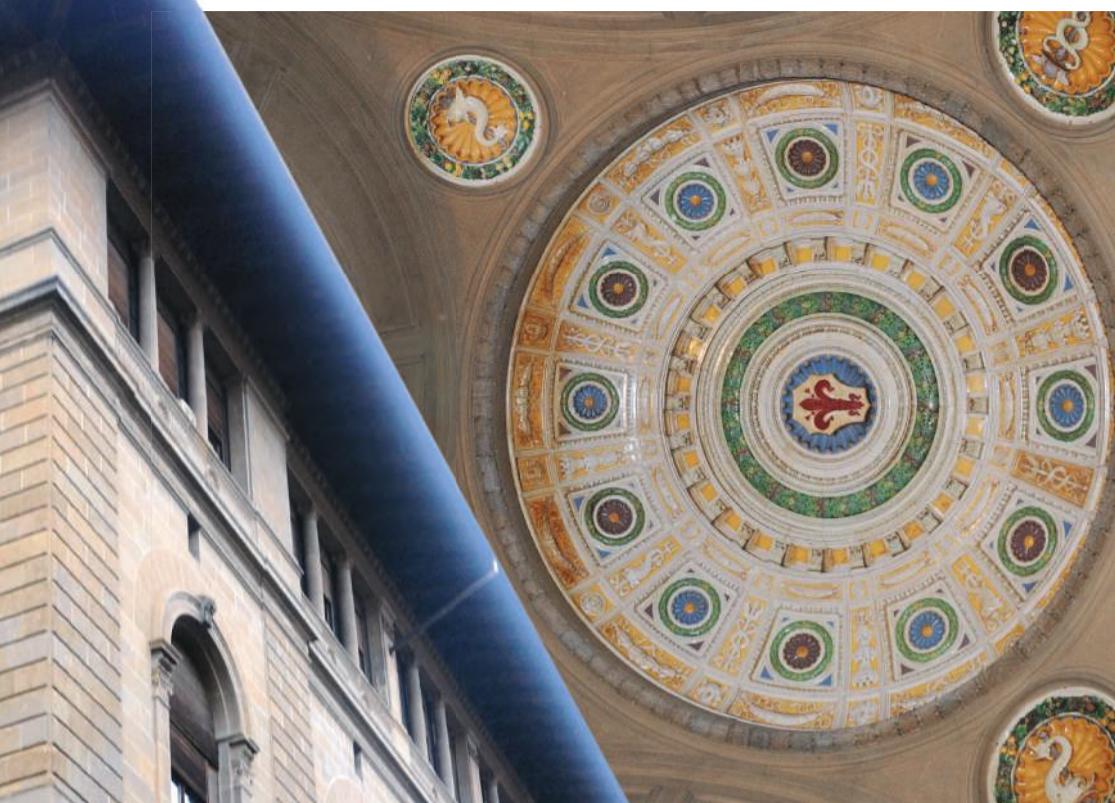
2

di trasformarono una parte consistente della città. A modo loro: rasero al suolo le antiche cerchie cinquecentesche, per creare i viali di circonvallazione, e buttarono giù tutto il ghetto ebraico, con i suoi storici palazzi rinascimentali per tirar su le case che dovevano ospitare gli impiegati. Questo lotto su piazza Davanzati rimase libero fino al 1903, quando decisero di dar via al progetto per la riunificazione dei servizi postali e telegrafici della città. I lavori cominciarono nel 1907. E finirono dieci anni dopo. Grande attenzione fu dedicata agli arredamenti e all'apparato decorativo degli ambienti per il pubblico.

Le gerarchie di una volta

Mauro Manganelli, settore Media Relation, illustra il porticato, il soffitto a cassettoni in stucco a due colori, cromato

CON LA COLLABORAZIONE DELL'IMMOBILIARE/PROPERTY/PATRIMONIO ARTISTICO



3

1 - La sala hi-tech dove si certificano tutti i software usati da Poste Italiane

2 - L'ingresso dell'Ufficio Postale con la vecchia insegna "Poste - Telegrafi e Telefoni"

3 - La cupoletta maiolicata del vano d'ingresso. Al centro il giglio, simbolo di Firenze

4 - L'arco che dà accesso alle scale che portano al primo piano: spiccano i marmi dei gradini e delle colonne

5 - Il Palazzo conserva il mobilio originale: in primo piano dei banconi restaurati

6 - La fastosa galleria al primo piano del Palazzo

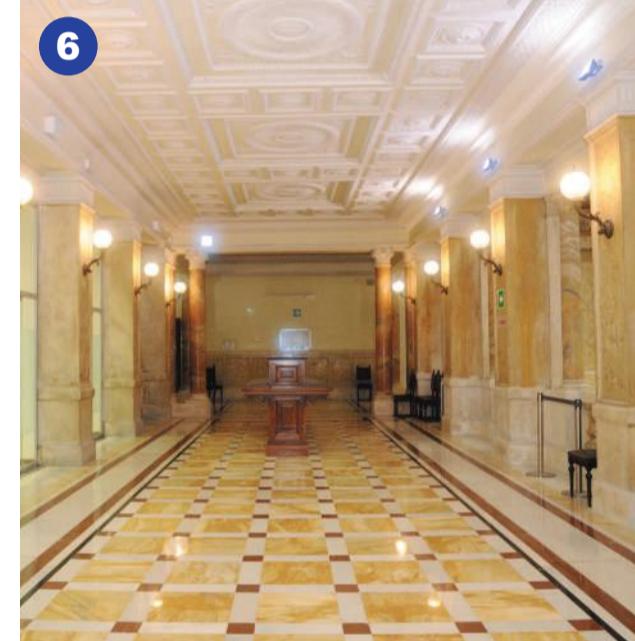


4

6



5



Un secolo di ricordi

Oggi, i vari piani del Palazzo, grazie all'architetto Giuseppina Mensitieri, hanno conservato come in un museo, attraverso fotografie e cimeli vari, le memorie di un secolo: gli arredi originali degli uffici postali e direzionali, con i libri, i registri del personale che portano le date del "1900-1903" o del "1908-1910", rilegati in cartone spesso e chiusi con lacci bianchi, le strumentazioni d'epoca, i libri per i dipendenti, come questo testo per insegnare "L'uso del telefono. Guida per gli impiegati". Ma sono gli uomini, le facce, le loro storie che raccontano più di qualsiasi cimelio questo edificio. Uomini come Nello Frosali, 82 anni e una vita qui dentro, lui e sua moglie Nara Cepparolli, che gestiva la mensa dal 1964. Nello entrò qui nel 1963, l'anno che moriva Kennedy, quando c'erano le Cinquecento con la doppietta, Carosello e Calimero, la musicetta che alzava il sipario e Virna Lisi che con quella bocca poteva dire quello che voleva, la tragedia del Vajont e il rock che cambiava il mondo, e c'erano Elvis Presley e Jerry Lee Lewis e i Beatles che uscivano con il loro primo album e Martin Luther King che diceva per la prima volta «I have a dream». «Io facevo il telefonista. Per vent'anni l'ho fatto», ricorda Nello. «Si entrava dal numero 5 di via degli Anselmi. Io salivo al quarto piano, dove c'era l'azienda di Stato per i servizi telefonici». Allora c'erano i turni di notte. «Ed era un inferno quando mi capitava d'estate. Perché c'erano due sale, la sala A e la sala B, ma solo una aveva l'aria condizionata, e se capitavi nell'altra c'era da morire».

rosso, gli stemmi delle città toscane con in mezzo Firenze. «Entrando - ricorda Manganelli - c'era il salone del pubblico con le colonne mezze corinzie, gli stucchi, i richiami rinascimentali ma anche neoclassici, con i rosoni, le foglie d'acanto, le bacellature delle cornici, i marmi policromi che vanno dal giallo Siena al rosso di Verona». Le vetrate istoriate della Ditta di Galileo Chini, maestro del liberty italiano, affacciate sulle scale in marmo, portavano al primo piano, dove c'erano gli uffici della direzione: «La struttura di questo palazzo era stata pensata in modo che le persone si rendessero conto della scala gerarchica, dell'altezza». Fino a non molto tempo fa, le Poste conservavano questa caratteristica quasi militare, che il Palazzo di piazza Davanzati richiamava anche all'esterno. Come racconta ancora

Manganelli, «per ottenere anche solo un colloquio con un dirigente, dovevi fare una domanda a seconda del tuo livello, passando per alcuni step obbligati. La domanda la dovevi presentare al tuo superiore, che doveva a sua volta valutare l'opportunità della domanda stessa e anche l'integrità tua. Il fatto è che siamo stati per anni una struttura con caratteristiche di pubblico ufficiale. In tutti i paesi, c'era il parroco, il carabiniere, il dottore e l'ufficiale postale, che erano le persone con la dignità più importante nel tessuto sociale». Non c'era internet, non c'erano firme alternative, tutto passava dall'ufficiale di riferimento. «E il direttore regionale era una persona autoritaria», dice Baroni. «Eravamo inquadri militarmemente. C'era una disciplina ferrea, un senso gerarchico molto netto».

In un altro mondo

L'aria condizionata l'aveva fatta mettere Mauro Innocenti, che oggi ha 91 anni, il geometra, come lo chiamavano con quel rispetto gerarchico che sapeva di anni andati. Innocenti ci dice che era «entrato alle Poste nel 1951, e che era tutto un altro mondo». Dentro a questo Palazzo lo venerano come un maestro. Era il braccio destro dell'architetto «Giovanni Michelucci, che ha progettato la stazione di Santa Maria Novella in pieno stile modernista», racconta Manganelli. C'era un altro mondo, come dice Innocenti, e molte cose erano diverse dentro al Palazzo. Ai telefoni erano quasi tutte donne, ripete Frosali: «Su 400 dipendenti ci saranno stati solo venti maschi, non di più». Lo stipendio lo si prendeva due volte, il 15 e il 27 del mese, facendo la fila allo sportello per ritirare la busta con il denaro liquido. Al piano terra c'erano i fattorini che portavano i telegrammi e gli espressi. E qui dal 1960 lavorava Marcello Lotti, detto Lo Scuro, per via dell'incarnato e dei capelli corvini, campione di biliardo e protagonista del film di Francesco Nuti. Portava i telegrammi e appena finiva l'orario, salutava l'usciere e scappava al bar Gambino, qui vicino a piazza della Repubblica, dove si facevano grandi sfide all'italiana. E anche se era «una noia la sera vedersi qui al bar», come cantava Giorgio Gaber negli Anni 60, «per fortuna che c'è il Riccardo che da solo gioca al biliardo. Non è di grande compagnia, ma è il più simpatico che ci sia...». Oggi il bar Gambino non c'è più. C'è l'Hard Rock. E non c'è nessun tavolo di biliardo.



C'È UNA NUOVA APP PER AVERE SEMPRE TUTTO CON TE.

Accedi a una serie di funzionalità di cui non potrai più fare a meno, come:



La tua opinione conta



Camera con vista



Rubrica



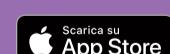
Cedolino



Trasferte



Malattie



NoidiPoste

Scaricala sul tuo telefono.



vita di famiglia

Conosciamo le storie dei nostri colleghi: il benessere di figli e nipoti comincia dall'azienda

«Galeotto fu il chip in ufficio, così è nata la nostra vita insieme»

Entrata a Poste 36 anni fa, Rosa non ha mai perso l'entusiasmo e si rivede nei giovani di oggi: «Affiancarli è fondamentale»

Caterina spiega i cambiamenti della provincia, mentre Meriester svela come ha conosciuto suo marito: grazie a un guasto al Pc

«Sono fiera di appartenere a questa grande famiglia», Rosa Losito, attualmente referente filatelia nella macro-area sud Puglia Basilicata, ha costruito la sua di famiglia anche grazie alla "grande famiglia" di Poste, dove è entrata 36 anni fa. Dal matrimonio con Angelo, barese come lei, sono nate le due gemelle Monica, oggi ingegnere, e Alessia, medico, e poi Roberta, informatico scientifico. «Siamo sempre stati vicini tra di noi, ci supportiamo l'un l'altro e c'è sempre stata massima collaborazione tra di noi - racconta con orgoglio Rosa - Poste mi ha dato la possibilità di avere queste tre figlie e di crescerle con mio marito in maniera serena. Se fosse per me continuerei a lavorare sempre, soprattutto per le persone che ho incontrato in questi anni. Ho avuto il piacere di conoscere tanti colleghi, dai dirigenti ai portalettere, con cui abbiamo condiviso il lavoro: mi hanno dato tanto e fatto crescere». Da chi è dentro l'azienda da molto tempo arriva anche una considerazione generale: «Poste si è evoluta sempre in meglio, ha sempre una marcia in più ed è molto attenta a valorizzare le risorse e la crescita. I giovani che arrivano oggi sono come eravamo noi all'epoca: portano innovazione ed energia, le competenze si acquisiscono nel tempo e secondo me Poste sta facendo la scelta giusta con lo scambio tra anziani e giovani. I primi ci mettono le competenze, loro portano novità. L'affiancamento è fondamentale».

Un bagaglio di conoscenza

Dall'altra parte dell'Italia all'Ufficio Postale di San Damiano d'Asti, nel Monferrato, c'è un'altra "senatrice": la direttrice Caterina Remondino che nei suoi 33 anni di attività sul territorio ha visto cambiare anche la composizione della comunità residente. «Il paese, dove peraltro ho trascorso la mia infanzia, è diventato "Città di San Damiano" e oggi ci abitano tanti senegalesi, armeni, albanesi e il nostro è un ufficio polo per tanti comuni limitrofi». Tra qualche tempo Caterina potrà godersi a tempo pieno i suoi due nipotini, Matteo di 8 anni e Marta di 5, «che sono la mia gioia» e dedicarsi alla fattoria didattica dove i bambini giocano con gli asinelli e i cavalli. «A Poste - conclude - devo moltissimo per il percorso che ho fatto e che mi ha permesso di conoscere tantissime persone e di ampliare il mio bagaglio culturale».

DI MARIANGELA BRUNO



abbiamo scoperto che sono molti i colleghi che si sono sposati tra loro e hanno avuto figli, come è successo a noi». Chissà, forse anche Francesco continuerà la tradizione di famiglia, un domani, nelle Poste del futuro: «Non mi dispiacerebbe, sono fatalista e nel mio destino questa Azienda c'è sempre stata. Magari sarà così anche per lui».



Caterina Remondino con i nipoti. A destra, la famiglia di Rosa Losito. Sotto, Meriester con il marito Marco e il piccolo Francesco



RISPARMIO I libretti postali per i sogni di chi cresce

I libretti dedicati ai minori emesso da Cassa Depositi e Prestiti e realizzato da Poste Italiane in tre tipologie per fascia d'età, avvicina al risparmio i bambini fino a 12 anni (IO Cresco), consente ai ragazzi tra i 12 e i 14 anni di acquisire dimestichezza con i propri risparmi (IO Conosco), insegnando agli adolescenti tra i 14 e i 18 anni a gestire piccoli risparmi (IO Capisco). E il passaggio da una tipologia all'altra è automatico al compimento dei 12 e 14 anni. In sintesi, aiuta i più piccoli a realizzare grandi sogni. Con il Libretto destinato ai minori si possono aiutare i figli e i nipoti a costruire il loro futuro, un po' alla volta, anche con piccole somme. Si può imparare a risparmiare fin da piccoli con l'aiuto di mamma e papà, perché è lo strumento perfetto per insegnare ai propri figli a gestire i loro risparmi. Per aprire un Libretto dedicato ai minori vai in Ufficio Postale: è necessario presentare un documento d'identità valido e il codice fiscale di uno o entrambi i genitori e del minore a cui si intesta il Libretto.

Incontri imprevisti

In Poste Italiane, come normale nel-

parliamo di noi

La nostra collega è autrice, con il marito Alex, di "Tutta la vita dietro un dito"

Tra Calvino e Poste: vita e talento di Carmen

Sebastiano, il giovane protagonista del romanzo, vive nell'anonimato ma presto riuscirà a ritrovarsi "scomparendo"

La storia ha ricevuto una segnalazione al Premio Letterario Italo Calvino e ha attirato l'interesse del mondo del cinema

Sebastiano è "scomparso", risucchiato in un centro stampa di Torino dove lavora in totale anonimato. Non ha amici e per trovare compagnia si imbuca ai

funerali, frequenta case di riposo dove gli anziani nemmeno si ricordano di non conoscerlo... A 22 anni si ritrova inceppato nella vita proprio come una delle stampanti con cui ha a che fare tutto il giorno. Dalla provincia si è trasferito in città alla ricerca di una svolta, ma la sua vita continua immobile come un'immagine: proprio come quella foto di classe in cui il dito alzato da un suo compagno finì sopra il volto di Sebastiano facendolo diventare invisibile. "Tutta la vita dietro un dito" (Salani Editore) è un romanzo scritto dalla nostra collega Carmen Verde, attualmente in Gestione Dirigenti - Risorse Umane e Organizzazione, e da suo marito Alex Oriani, sceneggiatore e story editor di serie tv. «Questo libro - racconta Carmen - è stato sviluppato all'interno della Bottega di narrazione di Giulio Mozzi e racconta la storia di un ragazzo blocca-

to nella vita e negli affetti, condizionato dagli eventi della sua infanzia, tra cui quel dito dietro al quale è "scomparso". Almeno fino a quando non capisce che il modo migliore per ritrovarsi è quello di "sparire". Decide così di tappezzare la città di manifestini con la sua foto e la

scritta "scomparso". Da lì, facendo finta che lo scomparso sia il fratello gemello riuscirà a costruire una rete prima di contatti telefonici, poi di relazioni vere con altre persone». Il libro trova le proprie radici nei riferimenti letterari e cinematografici della coppia e nella loro passione condivisa per le storie di formazione: «Amiamo i romanzi e lo stile di Nick Hornby - spiega Alex - e film come "La storia di Elling" e "Harold e Maud"». Il romanzo ha

ricevuto una segnalazione al Premio Letterario Italo Calvino "per la gradevolezza, la sensibilità e l'ironia con cui viene descritta una microfisica finemente surreale". «È una motivazione che ci ha fatto molto piacere - riprende Carmen - perché il nostro obiettivo era proprio descrivere con leggerezza, ma mai con superficialità, l'adolescenza, una fase della vita fatta di grandi speranze ma anche grandi



Carmen Verde e Alex Oriani, autori di "Tutta la vita dietro un dito"

delusioni». Scrivere a quattro mani non è stato semplice, Carmen e Alex si sono messi al servizio di un progetto da cui presto - perché no - potrebbe nascere un film: «Ognuno di noi ha in parte "rinunciato" al suo stile - conclude Alex - perché ogni pagina fosse scritta nello spirito

e nel tono giusto per il personaggio. Questo ha reso la scrittura molto vera. Ed è una storia che, nella sua struttura, si presta a una trasposizione cinematografica». Non a caso, già dodici case di produzione hanno richiesto alla casa editrice il libro e la sceneggiatura... (F.C.)

Da lontano In provincia di Treviso **Khadija** al timone dell'Ufficio Postale

Khadija Chouqrati è in Italia da quando aveva 5 anni. Oggi ha tre figli, l'ultimo dei quali nato appena dieci mesi fa, ed è da due anni direttrice dell'Ufficio Postale di Meduna di Livenza, in provincia di Treviso. Una conquista che molti suoi colleghi avevano pronosticato: «A Treviso mi dicevano sempre che sarei diventata direttore, ambisco a ottenere sempre qualcosa di più e sono orgogliosa di far parte di Poste Italiane». Originaria del Marocco, ha lavorato in passato nell'ufficio di Treviso Centro, palazzo storico, una delle sedi degli eventi di educazione finanziaria di Poste e dello Sportello Amico, dove Khadija è cresciuta professionalmente: «Anche a Meduna mi hanno accolto molto bene».



Khadija Chouqrati, direttrice a Meduna di Livenza

In pensione Il saluto di Marco: «Sarò sempre riconoscente»

Ho sempre puntato al contatto umano cercando di fornire il mio supporto, anche nei giorni festivi, e devo riconoscere che Poste Italiane mi ha dato tanto. Sarò sempre riconoscente a questa grande azienda per le possibilità di crescere lavorativamente e umanamente che mi ha offerto». Marco Miglionico andrà in pensione il 31 dicembre prossimo, dopo quasi 40 anni a Poste Italiane. Dal 2004 gestisce il Parco Auto aziendale. Ma ora, a soli 61 anni, Marco spiega di aver sfruttato quota 100 per lasciare il lavoro e dedicarsi alla sua famiglia: «Con la mia unica figlia ormai sistemata, mia moglie e io possiamo dedicarci alle nostre passioni. Abbiamo una vita molto attiva. Sono felice ma so per certo che i colleghi di Poste mi mancheranno».



Marco Miglionico



Le due anime di Alessandro: insieme alle postine e impegnato nel ruolo di direttore d'orchestra. Il 6 aprile scorso ha diretto un concerto nella basilica di San Bernardino all'Aquila per ricordare una collega vittima del sisma (foto Di Menna)

Alessandro, un Maestro nell'impianto di Avezzano

C'è un direttore d'orchestra al centro di Distribuzione dei Pacchi

Nel Centro di Distribuzione di Avezzano (L'Aquila) a dare il buongiorno ogni mattina c'è il direttore Alessandro Sabatini, che con il sorriso coordina un esercito di oltre cento portalettere. Una struttura importante, costituita da 46 aree di base, 19 linee business e 5 linee mercato. Con la riorganizzazione gli obiettivi sono diventati ancora più ambiziosi e i ritmi di lavoro sono sempre sostenuti. Ma Alessandro è uno abituato a governare situazioni di questo tipo anche fuori dal mondo Poste.

Una vita in musica

Riposta nell'armadio la divisa postale, Sabatini indossa il frac del direttore d'orchestra. Non una qualsiasi, ma quella della Cappella musicale della Cattedrale di

Sulmona, dove Alessandro è stato prima portalettere e poi direttore del CD. Nella sua vita la musica ha sempre rivestito un ruolo determinante, al punto da scandirne le tappe e accompagnarne i passi. Si può dire che in qualche modo Alessandro sia diventato grande a Poste e musica.

DI VITTORIO
DI GUILMI



A ciascuno i propri strumenti

È un "figlio d'Abruzzo", perché a quarant'anni, nella sua già brillante carriera, si è fatto apprezzare un po' ovunque per capacità e modi sempre garbati. Ad Avezzano è arrivato a marzo di quest'anno, non prima di aver girato in lungo e in largo la regione di D'Annunzio: Pizzoferrato, Borrello, Sulmona, Castel di Sangro, Alba Adriatica, ancora Sulmona, Montesilvano. Sul suo lavoro in Poste dice: «La predisposizione al raggiungimento degli obiettivi è come una sinfonia, a ognuno il proprio strumento e la pro-

pria voce, con l'impegno di tutti la sinfonia può essere soltanto bellissima». Insieme al coro della Cappella Pamphiliana di Sulmona si è distinto in rassegne e concorsi di respiro nazionale. Nel 2010, su Rai 1 e in mondovisione, in occasione della Santa Messa presieduta da Papa Benedetto XVI, ha diretto 350 tra cantori e musicisti provenienti da Sulmona e Frosinone. Nel 2014, su invito di Papa Ratzinger, è stato ricevuto in Vaticano per un concerto privato.

L'omaggio all'Aquila

Ma quando al maestro Sabatini chiediamo quale sia stata la sua esibizione più bella di sempre, Alessandro non ha dubbi: «È recente, il 6 aprile scorso, in occasione del decimo anniversario del terremoto dell'Aquila. Nella basilica di San Bernardino, nel capoluogo, ho tenuto un concerto di polifonia sacra in memoria della nostra giovane collega Angela Bolognese Calvi, portalettere con me a Sulmona e vittima del sisma».

LA PASSIONE DELLA DIRETTRICE

Come suona Rosaria, tra Rocky Roberts e Tony Dallara

Rosaria Fierro è la dinamica direttrice dell'Ufficio Postale di San Valentino in Abruzzo Citeriore, caratteristico borgo della provincia di Pescara. Il paese detiene il curioso primato di comune con il nome più lungo d'Italia, ma anche la nostra collega può vantare un'abilità che se non rappresenta un primato poco ci manca. Da quando aveva sei anni Rosaria suona l'organetto, nome comune della fisarmonica diatonica. Una passione forse un po' insolita per una ragazza, ereditata da nonno Gennaro che suonava la fisarmonica. «Ma la fisarmonica era troppo grande per me - racconta Rosaria - così ho deciso di suonare l'organetto». Pragmatica fin dagli esordi, la direttrice negli anni ha coltivato con successo questo hobby, passando presto dalle prime esibizioni in famiglia ai concorsi regionali e nazionali di organetto, fino ai festival internazionali. Un talento precoce, consacrato già a sei anni con il primo trionfo nel campionato italiano. Ne seguiranno tanti altri, come tante sono state le collaborazioni con artisti di fama anche in-



Al centro, Rosaria Fierro nell'Ufficio di San Valentino

SPORT

Agnese, a gonfie vele tra l'Argentario e l'Isola del Giglio

«**P**er amore del mare ho fatto la carriera del gambero». Ci scherza su Agnese Gargiulo che, entrata al ministero delle Poste nel 1986, ha chiesto pochi anni dopo di lasciare la sua Roma per amore del mare. Prima Grosseto, poi Monte Argentario e Santo Stefano. Velista, vincitrice di diversi campionati italiani, giudice federale di vela e delegata Kite per la Toscana, Agnese – premiata dal CONI – ha inventato la Long Distance Race Kite Hydrofoil da Marina di Grosseto a Porto Santo Stefano passando per Talamone e l'Isola del Giglio per un totale di 500 miglia marine con 20 partecipanti nella top list del ranking mondiale. Al Giglio Agnese si trova a svolgere il ruolo di direttore dell'Ufficio Postale monoperatore. «D'inverno qui è tristissimo, ma la cosa bella è il contatto umano. Le persone non sono dei numeri, si confidano, ti portano il caffè o la frutta fresca, si crea un rapporto che non esiste nelle grandi città. E poi il direttore dell'Ufficio Postale è considerato importante».



iniziative e riconoscimenti

Un'iniziativa unica che ha destato emozione e sorpresa in chi ha ricevuto il riconoscimento

Una lettera per l'impegno di una vita in Azienda

Antonella, Donato e Vincenzo sono tre dei 725 Seniores ai quali - con una lettera e un attestato - Poste Italiane ha espresso un "grazie" per voce dell'Amministratore Delegato Matteo Del Fante. La loro promessa: «Daremo sempre il massimo»

Antonella Massafra, Donato D'Onofrio e Vincenzo Minà con le lettere ricevute per il loro impegno in Azienda



Venticinque e trent'anni in azienda, si fa quasi fatica a immaginare cosa possano rappresentare nella vita di una persona. Una vita appunto. Sono 725 i colleghi che quest'anno hanno raggiunto questo traguardo. E così Poste ha deciso di esprimere un "grazie" per voce dell'Amministratore Delegato Matteo Del Fante che ha voluto rappresentare il riconoscimento dell'azienda verso i suoi "Seniores" con una lettera e un attestato di merito, consegnato nelle mani dei colleghi interessati da parte dei loro responsabili.

Busta a sorpresa

Un'iniziativa che ha destato sorpresa e in alcuni casi commozione, come ci racconta Antonella Massafra che lavora nella funzione Risorse Umane di MBPA, con sede a Roma e trent'anni di servizio sulle spalle: «Devo riconoscere tutto a Poste e l'azienda oggi riconosce qualcosa a me, ancora mi commuovo. È la prima volta,

attesa ma allo stesso tempo inaspettata». Quando le chiedo in che modo un evento atteso possa rivelarsi anche inaspettato risponde: «Avevo avuto sentore dell'iniziativa ma pensavo che sarebbe arrivato tutto per posta. Io non controllo spesso la cassetta delle lettere, ma ultimamente guardavo. Poi non ci ho più pensato finché non ho ricevuto la busta. Quel momento è stata la prima volta in cui mi sono soffermata a pensarci e mi sono emozionata. Sono diventata anche Maestro del Lavoro d'Italia, ma questo mi ha emozionato di più, perché è una cosa interna all'azienda».

Passione per il lavoro

Donato D'Onofrio, Direttore dell'UP di Potenza, trent'anni di servizio, sottolinea come in tanti anni non ci siano mai stati precedenti simili in azienda. Gli si incrina la voce quando mi racconta come ha ricevuto la lettera con l'attestato: «Il Direttore di Filiale mi ha fatto convocare durante un'aula formativa, mi sono seduto e nel

bel mezzo del suo intervento ha chiesto chi tra i presenti compisse trent'anni di servizio quest'anno. Io ho alzato la mano, lui mi ha invitato ad alzarmi e mi ha consegnato la busta davanti a tutti. Mi emoziono anche adesso a raccontarlo. Certe volte con un piccolo gesto l'azienda ci fa appassionare ancora di più al lavoro aiutandoci anche a stemperare dinamiche meno facili».

C'è sempre una prima volta

Vincenzo Minà, PCL applicato allo staff di produzione di Ram3 a Reggio Emilia, commenta l'unicità dell'iniziativa e la soddisfazione del sentirsi chiamato in prima persona: «Qualche premio l'ho ricevuto negli anni, ma questo è stato diverso. Mi sono commosso vedendo la firma dell'Amministratore Delegato, è stato significativo perché c'era il mio nome ed era proprio rivolto a me, fa molto piacere. Anche in famiglia sono stati molto contenti. Persino mio padre che ha passato

41 anni in Poste, mi ha detto che era la prima volta che vedeva un gesto così».

Esempio per i giovani

All'ultima domanda rivolta a tutti su come, dopo questo riconoscimento, pensano di affrontare i prossimi anni in azienda, la risposta è stata pressoché unanime. Donato non ha dubbi: «Sono sempre molto positivo, vengo ogni giorno con lo spirito giusto per fare il bene dell'azienda». Antonella ha ancora otto anni davanti a sé e nonostante il veloce cambiamento dell'azienda a volte spaventi, si sente felice di trovarsi in un ambiente accogliente. Vincenzo è sicuro: «Non mi alzerò con uno spirito diverso perché era già alto prima e continuerà a essere il massimo. Io la mattina arrivo e lavoro finché non ho finito; non guardo l'orario sono abituato così da quando ho iniziato a lavorare». A questi colleghi, che con la loro testimonianza hanno restituito una bellissima immagine di percorso professionale in tanti anni di lavoro, auguriamo di continuare a rappresentare un esempio per i più giovani. ●

DI FEDERICA ALBANESE



le teche di poste

I TESTIMONIAL
Ecco tutte
le altre star

Aba Cercato, Paola Pitagora, Gianni Boncompagni, Gianni Morandi. E ancora: Ugo Tognazzi, Sylva Koscina, Gino Bramieri, Raffaella Carrà. Quella serie di spot per l'introduzione del Codice di Avviamento Postale erano una parata di stelle della nostra televisione. A

loro, alla loro immediatezza e al fatto di essere così amati dal pubblico, Poste affidò le chiavi di una vera rivoluzione nella storia dello smistamento postale. Una campagna di comunicazione che diede i suoi frutti, migliorando il Paese e cambiando le abitudini degli italiani.

Il presentatore recitò in due spot nel 1967 per spiegare il Codice di Avviamento Postale

Poste, Corrado e il Cap così cambiava il Paese

«Il lavoro di smistamento della Posta, in attesa della meccanizzazione, è complesso: ecco come fare arrivare prima le lettere»: così l'inventore della "Corrida" si rivolgeva ai cittadini italiani, per esortarli ad utilizzare i Codici sulla loro corrispondenza. E in un'intervista nei primi anni Novanta rivelò: «Ricevo tantissime lettere, la maggior parte sono cariche di passione»

«Ricevo tante lettere, è verissimo. Ma non lo dico... Ce ne sono anche di appassionate. Se ne potrebbe fare un libro divertentissimo. Ma non lo pubblicherò mai». A parlare di corrispondenza era Corrado, uno dei volti più amati della tv italiana del secolo scorso. In un'intervista a Stampa Sera, il 18 marzo del 1992, il presentatore tracciava un bilancio della sua carriera, ricordando anche la sua intensa attività epistolare. Non è un caso, probabilmente, che Corrado sia stato scelto da Poste Italiane, già 25 anni prima di quelle sue parole, nel cast dei testimonial che ebbero il compito di spiegare all'Italia, in brevi filmati trasmessi dalla Rai nel 1967, l'introduzione e il funzionamento del Codice di Avviamento Postale. Reperti filmati, rintracciabili facilmente sui canali YouTube di Poste Italiane, che aprono uno spaccato sull'Italia di fine anni Sessanta. E anche sul ruolo di Poste, che utilizzava il linguaggio televisivo per spiegare i propri servizi ai cittadini, puntando ovviamente sui veicoli comunicativi più efficaci. In questo caso, dunque, Corrado, che alla Rai legò tutta la prima parte della sua carriera, prima di passare a Fininvest. «La Rai è stato il mio primo amore, di cui non si parla mai male», diceva Corrado, sempre a Stampa Sera. Il sodalizio Poste e Rai, nel 1967, diede vita come

detto a una serie di brevi filmati, quasi dei cortometraggi: a colpire, rivedendoli oggi, è l'estrema chiarezza di linguaggio, la pulizia della messinscena, l'efficacia delle situazioni e delle scene utilizzate.

Il senso positivo del pop

Corrado è sempre stato un personaggio pop, nel senso più alto del termine. Mai sopra le righe, mai volgare sempre l'attore di una comunicazione diretta, ben consapevole del pubblico a cui si stava rivolgendo. Anni dopo lo spot di Poste, legò il suo nome alla "Corrida", forse la sua trasmissione più famosa. A chi lo accusava di aver improntato il programma unicamente sull'aspetto popolare, Corrado rispondeva contrariato: «Popolare vuol dire anche folcloristico e credo che mai trasmissione lo sia di più. Mi offenderei invece se mi definissero elitario», confessava alla Repubblica il 20 ottobre 1997. Per questo Corrado è stato la persona giusta per parlare all'Italia, superando le divisioni di alfabetizzazione che al tem-



Corrado, all'anagrafe Corrado Mantoni, è nato il 2 agosto 1924 a Roma, dove è morto 74 anni dopo. È uno dei volti simbolo della televisione italiana

po erano ancora ben presenti. Educare e informare era una missione della Televisione di Stato come di Poste Italiane. E quegli spot ne furono una sintesi perfetta. Vediamo dunque come due di quei brevi filmati riuscivano a raggiungere il loro scopo.

Panchina, amanti e libretto

Due giovani sulla panchina di un parco si giurano amore: sono in procinto di dividersi, lui deve partire e si promettono di scri-



versi ogni giorno e di non dimenticarsi neanche un secondo l'uno dell'altro. «Ti scriverò mille e mille lettere traboccati di passione» la rassicura lui. «E io ti scriverò...» comincia a rispondere sognante la donna, «96100» si sente da una terza voce, quella di Corrado Mantoni che – con la sua simpatia distintiva – si è nel frattempo seduto vicino alla coppia. L'interruzione del presentatore nella scena è una trovata filmica da manuale: con un libretto in mano, Corrado spiega ai due che «96100» è il Codice di Avviamento Postale di Siracusa, quello che la donna dovrà scrivere perché la lettera giunga al suo amato. Il CAP, spiega ancora Corrado, serve «proprio per far arrivare a destinazione lettere traboccati di passione come le vostre. E le lettere che riportano il CAP hanno la precedenza sulle altre». «Le Poste si modernizzano signori e oltre a scambiarvi promesse di amore eterno – aggiunge Corrado con impareggiabile ironia – vi invito a scambiarvi anche i vostri Codici di Avviamento Postale». «Cominciamo ad abituarci ad usarlo – continua Corrado durante lo spot allontanandosi dalla panchina – così come ci siamo abituati ai numeri del telefono e a quelli delle targhe automobilistiche». Poi il colpo di teatro della regia: zoom su una enorme cartolina, all'interno del francobollo c'è proprio il volto di Corrado, che conclude l'appello all'utilizzo del CAP.

“L'agguato” alla signora

In un altro filmato, Corrado blocca una signora che sta per imbucare una lettera, senza CAP. La donna ribatte dicendo che senza codice le sue lettere sono sempre arrivate e qui Corrado offre uno spaccato interessante di quel periodo di Poste: «Il lavoro di smistamento delle Poste è veramente pesante e complesso, di giorno in giorno la corrispondenza aumenta. In attesa dell'avviamento meccanico della posta. Questo numero di codice può semplificare le operazioni in maniera sostanziale. Un sistema che ha dato risultati positivi in altri paesi europei, come la Svizzera e la Germania», spiega. La donna, ovviamente, viene convinta dalle parole del presentatore, che conclude con uno slogan semplice e diretto: «CAP, capito? Servizio più veloce».

Avvicina il cellulare al QR Code



Guarda uno degli spot con Corrado che spiegava l'introduzione del CAP

Occasioni/1

#IOVADOINSCOOTERSHARING
Condividiamo
per non inquinare

Per sostenere nuove forme collettive di trasporto urbano condiviso a basso impatto ambientale negli spostamenti casa-lavoro, alternative all'auto privata, Poste Italiane ha sottoscritto un accordo con l'operatore ZigZag per promuovere il servizio di Scooter Sharing tra i dipendenti del Gruppo e i loro familiari di primo grado (coniugi e figli). Si potrà usufruire di un noleggio gratuito della durata di 30 minuti per testare la comodità e i vantaggi del servizio di Scooter Sharing offerto da ZigZag. Per fruire della prova gratuita sarà necessario registrarsi al servizio sul sito www.zigzagsharing.com oppure nell'app dell'operatore Zig Zag, compilando l'apposito form con i propri dati personali, il numero della patente di guida, lo strumento di pagamento e quindi inserire il codice promozionale "Poste30" riservato a dipendenti e familiari di Poste.

ARANCIA LADY ROSA
Agrumi di Sicilia
a prezzi scontati

L'azienda agricola di Giovanni Blandini, specializzata nella coltivazione di agrumi, riserva ai dipendenti di Poste Italiane uno sconto dedicato sull'acquisto di tutti i prodotti presenti sul sito. I prodotti offerti da questa azienda della Piana di Catania vanno dalle arance ai limoni, alle mandorle e sono biologici al 100%. I prezzi online sono già scontati, se si ordinano più confezioni, fino a un massimo del 20%. Per i dipendenti di Poste, che acquistano sul sito www.arancialadyrosa.com, un ulteriore sconto del 10% su tutti i prodotti presenti. Il codice promozionale è NDPIIRKY. La consegna avviene in 48 ore lavorative su tutto il territorio italiano.

CANCELLERIA
Un catalogo
su misura per noi

Borgione, azienda leader nelle forniture di prodotti per la didattica (cancelleria, giochi educativi, materiale per lavoretti creativi e arredi per bambini), riserva ai dipendenti di Poste Italiane uno sconto esclusivo del 6% su tutti i prodotti. Lo sconto è valido su tutti gli articoli del catalogo ed è cumulabile con altre promozioni promosse da Borgione. Per ottenere lo sconto è sufficiente registrarsi come cliente privato al sito www.borgione.it e inserire il codice POSTE2018C nel campo "Inserisci il tuo codice convenzione". Lo sconto sarà applicato direttamente sul carrello prodotti. Al momento della registrazione si riceverà via mail un ulteriore sconto del 10%, cumulabile con lo sconto del 6% riservato ai dipendenti di Poste, che potrà essere utilizzato al primo acquisto.

dentro l'azienda

Nuove opportunità e servizi utili dalla scuola al tempo libero e alla salute

"Vivi Welfare", ecco tutte le soluzioni dell'iniziativa

Il benessere di chi lavora è nel cuore di Poste Italiane. Conclusa la prima fase di adesione ai beni e servizi di welfare per migliorare la qualità di vita delle persone sia sul lavoro che fuori

Un insieme di beni e servizi pensati per offrire un reale vantaggio in diversi ambiti di vita: dall'istruzione all'assistenza dei propri familiari, dal trasporto pubblico locale al tempo libero, fino a sport, intrattenimento, formazione, previdenza. Si chiama "Vivi Welfare" l'iniziativa che mette a disposizione dei dipendenti e delle loro famiglie un ampio panel di beni e servizi con finalità sociali, educative, ricreative e assistenziali. Si tratta di una opportunità destinata a tutti quei dipendenti che, nell'ambito della finestra temporale prevista e conclusa il 9 giugno scorso, hanno scelto, volontariamente, di convertire in welfare il conguaglio del Premio di Risultato 2018. Le misure, in linea con la strategia d'impresa che mira ad accrescere il benessere individuale e familiare, sono personalizzabili in base alle proprie esigenze e mirano a valorizzare l'equilibrio tra lavoro e vita privata. Il programma consente di fruire di prestazioni, beni e servizi di welfare e di ottenere le agevolazioni fiscali previste dalla normativa vigente. L'importo convertito in welfare è, infatti, totalmente esente da tassazione e contribuzione rispetto alla monetizzazione in denaro del Premio. Inoltre, l'azienda riconosce anche un bonus aggiuntivo del 5% o 10% del valore convertito, rispettivamente, in caso di conversione in welfare di almeno il 25% o 50% del conguaglio del Premio spettante. I dipendenti che hanno aderito all'iniziativa, dal 27 giugno 2019, potranno usufruire del proprio portafoglio welfare disponibile nella piattaforma online dedicata all'iniziativa



va, accessibile tramite l'intranet NoidiPoste, scegliendo sulla stessa i beni e i servizi di loro interesse.

Le modalità

Tre le modalità attraverso le quali i dipendenti potranno fruire dei beni e servizi di welfare: richiedere il rimborso delle spese sostenute nell'anno 2018 e 2019 fino al 10 novembre 2019, caricando online la documentazione giustificativa prevista intestata al dipendente o al beneficiario della spesa in base alle istruzioni disponibili in piattaforma. Potrà essere chiesto il rimborso anche per spese sostenute in strutture/enti non presenti in piattaforma e l'importo, previa verifica, sarà rimborsato direttamente nel proprio conto corrente; usufruire dei beni e servizi disponibili in piattaforma attraverso l'emissione di voucher nell'ambito delle strutture convenzionate presenti; richiedere versamenti aggiuntivi su posizioni, precedentemente aperte, di previdenza complementare e su

fondo sanitario integrativo, Poste Vita Fondo Salute, per il passaggio dal pacchetto base al pacchetto plus e/o richiedere l'estensione delle coperture sanitarie al proprio nucleo familiare. Nel caso sia già attiva l'adesione al pacchetto plus e/o l'estensione delle coperture sanitarie al nucleo familiare, si potrà utilizzare il portafoglio welfare per sostenere il relativo onere, sospendendone quindi la relativa trattenuta nel cedolino. Inoltre, per tutti coloro che hanno aderito all'iniziativa "Vivi Welfare" sarà possibile beneficiare anche di uno sconto del 40% su alcuni prodotti assicurativi del Gruppo Poste Italiane, Poste Casa 360 e Poste Infortuni e di condizioni agevolate per l'attivazione di Postepay Connect Special Edition. Trattandosi di opportunità aggiuntive, per tali agevolazioni non potrà essere utilizzato il conguaglio del premio di risultato convertito in welfare.

Chiusura dell'iniziativa

Il termine del programma "Vivi Welfare" è il 20 novembre. Ricordiamo che il credito welfare residuo presente sul proprio portafoglio welfare (non ancora frutto a tale data) sarà comunque liquidato, al netto dell'eventuale bonus aggiuntivo residuo, con le competenze retributive del mese di dicembre e assoggettato a imposizione fiscale e contributiva secondo la normativa vigente. Per maggiori informazioni è possibile consultare l'intranet aziendale, la piattaforma all'indirizzo online <https://viviwelfare.poste.it> (cui accedere con le credenziali di Poste.it) e il servizio di assistenza dedicato al numero verde 800 275 705 attivo dal 27 giugno dal lunedì al venerdì dalle 8.00 alle 17.00.

Nel borgo di Colmuran, sulle colline marchigiane

**Ai piedi del castello
con la protezione
di Poste Assicura**

Nel nostro viaggio per i sentieri dell'assicurazione, in questa tappa risaliamo un colle dell'entroterra marchigiano e sulla sommità ci addentriamo nelle antiche vie e tra i giardini di un borgo piccolo dalla storia sconfinata. Siamo a Colmuran, "la città murata" in provincia di Macerata, affacciata sui Monti Sibillini e su un mare di onde verdi coltivate. Zona archeologica, antica dominazione romana, formazione medievale di cui restano

**L'Ufficio Postale è il fulcro
di questo piccolo centro
della provincia di Macerata:
la nuova polizza infortuni,
particolarmente indicata
per chi pratica sport, fa breccia
tra le antiche mura medievali**



ancora tratti di mura castellane, i bastioni e un torrione a difesa della Porta di San Rocco. Il borgo è stato colpito dal terremoto, che ha danneggiato il centro storico e costretto molti abitanti a lasciare le proprie case, ma la fase di ricostruzione e restauro è avviata e con coraggio gli abitanti guardano avanti, anche investendo energie ed entusiasmo nelle manifestazioni che animano tutto l'anno il borgo.

Lo spazio della creatività

Si respira atmosfera antica infatti, eppure qui c'è anche tanta aria di creatività e di futuro.

Dallo splendore di Capri al relax di Chianciano Terme: ecco i luoghi

Camera con vista, la tua vacanza con Poste Italiane

Tutte le location
di proprietà dell'azienda
per soggiornare
gratuitamente in località
turistiche rinomate
e i requisiti per sfruttare
le opportunità del programma



Soggiornare gratuitamente in località turistiche italiane grazie all'azienda. Poste ha lanciato "Camera con vista", una nuova iniziativa che parte dal recupero e dalla riqualificazione di alloggi di servizio di proprietà aziendale, adibiti ora a case vacanza messe a disposizione dei dipendenti di Poste Italiane. Nello specifico si tratta di 12 alloggi nella prima fase, da assegnare progressivamente nelle località di Capri, Anacapri, Forte dei Marmi, Chianciano Terme, Jesolo, Soverato, S. Anna di Valdieri.

Presentare la richiesta

L'iniziativa si inserisce nell'attenzione che l'Azienda riserva alla valorizzazione delle persone, non solo nel perimetro dell'attività lavorativa, fornendo opportunità funzionali al miglioramento del loro benessere in un'ottica di attenzione crescente alle loro esigenze. La partecipazione è aperta ai colleghi di Poste Italiane in possesso di precisi requisiti legati a tipologia di rapporto lavorativo con l'azienda e reddito, ossia contratto a tempo indeterminato e reddito da Certificazione

Unica non superiore ai 25 mila euro. I dipendenti interessati possono candidarsi attraverso la piattaforma di booking online accessibile dalla nuova app NoidiPoste. Dall'app è visibile nel menu la voce "Camera con vista": da qui è possibile visualizzare i dettagli con le caratteristiche di ciascun alloggio, accedere alla maschera di prenotazione con indicazione delle settimane disponibili, sezione dedicata ai dati personali e aziendali e pulsante "invia richiesta" e, infine, alla pagina con i dettagli della prenotazione. Non è possibile usufruire del soggiorno più di una volta.

Chi arriva prima...

Gli alloggi saranno assegnati ai primi candidati in ordine di prenotazione secondo disponibilità. Una volta raccolte le candidature, verranno verificate le informazioni inserite all'atto della prenotazione e sarà effettuata la verifica del possesso dei requisiti previsti dall'iniziativa. Tutti i dettagli sulle condizioni di partecipazione sono disponibili nel regolamento pubblicato sulla intranet NoidiPoste. Per scaricare l'app NoidiPoste inquadra i QR Code con il tuo telefono e accedi agli store. (C.D.P.)



Dall'alto alcune immagini degli alloggi di Capri. Qui sopra, i QR code per scaricare l'app NoidiPoste

Da sinistra, Marta Mandolesi Specialista Consulente Mobile, Patrizia Rossi Direttore UP, Sonia Lauro Responsabile Gestione Operativa Filiale, Mauro Rosati Responsabile Commerciale Impresa Filiale e Beatrice Bacchiocchi Direttore di Filiale

la creatività in tutte le sue espressioni. Tra le antiche vie prenderanno vita le performance di artisti nazionali e internazionali che interpreteranno tutti i generi dell'arte di strada: nel centro storico le antiche mura ospiteranno le performance di artisti da tutto il mondo, con spettacoli di danza, giocoleria, magia, equilibrio, musica e tutti i generi dell'arte di strada. A fare da cornice saranno inoltre le iniziative collaterali al festival: dal concorso letterario che accompagna la manifestazione alle esposizioni d'arte e pittura fino ai laboratori in movimento degli artigiani provenienti da varie parti d'Italia.

Per una vita sempre attiva

L'Ufficio Postale che si trova nella piazza è il fulcro del paese e un punto di riferimento. Si trova in un antico edificio, non lontano dall'altrettanto storico palazzo comunale. Incontriamo qui Patrizia, che lavora come monopattinatore, affiancata dall'attività del venditore mobile che è con tutto il supporto della filiale di Macerata. Le mura del castello sono un simbolo antico di protezione e proprio dentro le mura,

nell'Ufficio Postale di Colmuran, è stata sottoscritta appena uscita una delle prime nuove soluzioni di Poste Assicura per gli infortuni.

La nuova polizza di Poste Assicura è pensata per offrire la giusta protezione a chi ha una vita attiva e piena di interessi, nello sport, nel lavoro, nel tempo libero, consentendo di aggiungere un tassello fondamentale per ogni stile di vita. Una particolarità di questa nuova versione della polizza è anche la protezione per gli sport, un'interessante risorsa per chi non vuole rinunciare a sentirsi più al sicuro anche nel seguire le proprie passioni. Ed è proprio una sorprendente coincidenza simbolica quella delle tante attività dentro le possenti mura medievali: la libertà di seguire una passione, anche sportiva, insieme alla solida serenità del sentirsi protetti nel farlo. Per continuare a respirare l'atmosfera storica del borgo, con Giulio Cesare possiamo ricordare che "Nessuno è così forte da non rimanere turbato da una circostanza imprevista": in fondo non ci sembra migliore esempio di protezione di quello di una cittadina al sicuro dentro le mura del passato, dove gli abitanti proteggono e ricostruiscono il proprio futuro.

•

Occasioni/2

MOOVAGE Servizi di bellezza anche a domicilio

Con Moovage la bellezza è a portata di click: puoi usufruire di servizi di bellezza realizzati da Beauty Experts a casa tua o in qualsiasi luogo scelto da te. Per i dipendenti di Poste è riservato uno sconto del 10% su tutti i trattamenti offerti. Con una consulenza personalizzata e innovativa gli esperti di Moovage ti aiuteranno a trovare il look perfetto. Per aderire all'offerta collegati al sito www.moovage.com e registrati; scegli un trattamento (piega, manicure, makeup o massaggio) e prenota inserendo il codice promo POSTE10 per usufruire dello sconto.

VITAMIN CENTER Sport e salute con gli integratori

Vitamincenter, azienda italiana leader nella distribuzione di integratori alimentari per sport, salute e benessere, riserva ai dipendenti di Poste Italiane uno sconto del 10% su tutti i prodotti presenti sul sito, a fronte di una spesa minima di 50 euro. Per acquistare è necessario andare sul sito www.vitamincenter.it, effettuare la registrazione, visitare le diverse categorie di interesse, scegliere i prodotti e inserirli nel carrello; immettere nell'apposito box il codice sconto POSTE10. Dopo l'inserimento del codice sarà visualizzato nel totale l'importo dello sconto e si potrà procedere all'acquisto.

ENEL ENERGIA Luce e gas a tutti i costi

Grazie alla partnership con Enel Energia, società del Gruppo Enel per la fornitura di energia elettrica e gas, una speciale offerta per i dipendenti di Poste Italiane. Le promozioni Enel Energia riguardano: Enel Check-up Basic; Enel Check-up Light; Enel Check-up Premium; Impianto Fotovoltaico da 3kW; Caldaia a condensazione BAXI Prime 24 kW o BAXI Luna Duotec 24 kW.

TRAGHETTILINES Iniziativa a livello nazionale

Traghettlines riserva ai dipendenti di Poste Italiane il 5% di sconto sui biglietti dei traghetti per alcune destinazioni del Mediterraneo. Lo sconto è valido su tutti i tipi di biglietto indipendentemente dalla compagnia marittima prenotata e dalla sistemazione scelta. Per usufruire dello sconto è necessario accedere al link dedicato sul sito di prenotazione Traghettlines.

Protagonisti all'ultimo Netcomm Forum di Milano

«Poste Italiane è un motore per l'inclusione digitale del Paese»

Nel loro intervento al Forum sul tema "Re-design, Re-Commerce, Re-Business: Retail", Massimo Rosini, Responsabile Posta, Comunicazione e Logistica di Poste Italiane, e Marco Siracusano, Amministratore delegato di PostePay Spa, hanno sottolineato i livelli di crescita fatti registrare da Poste Italiane in ambito e-commerce, con valori superiori alle percentuali di incremento del mercato approfondendo le tematiche legate alla evoluzione dei sistemi di pagamento e di delivery con l'obiettivo di migliorare la customer experience. È stata inoltre sottolineata l'importanza dell'approccio multicanale di accesso ai servizi in una filosofia che pone il cliente al centro degli interessi dell'azienda. Una visione del business che Poste Italiane por-

ta avanti con la sua presenza e capillarità sul territorio nazionale, con la capacità di assicurare ampia flessibilità nel servizio di consegna, anche nel pomeriggio e al sabato, e forte di una leadership nel settore dei pagamenti.

Poste come "abilitatore"

Illustrando le soluzioni innovative che vanno dalla logistica ai pagamenti digitali e la loro efficacia e affidabilità a beneficio del cliente, Rosini e Siracusano hanno sottolineato il ruolo assunto da Poste Italiane come motore del processo di trasformazione e di inclusione digitale del Sistema Paese: Poste come "abilitatore" dello sviluppo dell'e-commerce in Italia con soluzioni semplici e innovative di consegna e ritiro pacchi e di incasso e pagamento in grado di rendere estremamente facili e sicure le operazioni per chi vende e chi acquista.

DI MANUELA DEMARCO



Il responsabile PCL Massimo Rosini e l'Ad di PostePay Spa Marco Siracusano

Massimo Rosini, responsabile PCL, e Marco Siracusano, Ad di PostePay Spa, hanno ricordato il ruolo assunto dall'azienda nel processo di trasformazione tecnologica E anche i risultati di business premiano il mix di servizi

Un'avanzata senza freni

Un'azione che ha permesso a Poste Italiane di conseguire eccellenti risultati di business, con trend di crescita superiori a quelli del mercato: se infatti il giro di affari dell'e-commerce in Italia è aumentato nel 2018 del 16% sul 2017, Poste Italiane può

vantare un miglioramento dei ricavi legati ai pacchi e-commerce di oltre il 27% sul 2017 grazie all'aumento dell'attività di recapito pacchi. A conferma di questa tendenza, nel primo trimestre 2019 i ricavi nel segmento pacchi B2C sono in rialzo del 35% rispetto al primo trimestre 2018. Poste ha fatto poi registrare un incremento del 22% sul numero di operazioni di pagamento digitale. Un mix di servizi e tecnologia che ha contribuito anche all'evoluzione delle abitudini degli italiani che sempre di più scelgono di acquistare online direttamente da smartphone o tablet, con un incremento del 40% delle transazioni da device digitali nel 2018. A conclusione del loro intervento, Rosini e Siracusano hanno presentato "Punto Poste da te", l'innovativo "locker" pensato per i condomini e le aziende che permette di ricevere e restituire pacchi, raccomandate, pagare bollettini, effettuare ricariche Postepay. Si tratta di una soluzione unica al mondo per la quale Poste ha avviato l'iter per il brevetto internazionale. •

Benedetta Cappa Marinetti: i suoi capolavori nel Palazzo delle Poste di Palermo

Sono solo cinquanta, fra innuovi uomini, le donne che dal Seicento a oggi sono emerse nel panorama internazionale dell'Arte. Le italiane sono solo tre. Fra queste, con la collaborazione dell'Archivio Storico di Poste Italiane, Benedetta Cappa Marinetti, autrice delle allegorie delle Comunicazioni dipinte per il Palazzo delle Poste di Palermo fra il 1933 e il 1934. L'editore inglese Thames & Hudson ha appena pubblicato il libro "Women Artists" di Flavia Frigeri, storica dell'arte e docente dell'Università di Londra, con la collaborazione dell'Archivio Storico che ha fornito informazioni, fotografie e coadiuvato l'editore nella gestione dei diritti. Veloci ritratti di cinquanta artiste fra le quali anche Benedetta Cappa Marinetti. Donna indipendente, emancipata, a vent'anni Benedetta Cappa - è nata nel 1897 - conosce a Roma Filippo Tommaso Marinetti, di circa vent'anni più grande di lei, famoso come autore nel 1909 del Manifesto del Futurismo, come scapolo d'oro e come tombeur de femmes. L'incontro fra i due diventa una relazione e un matrimonio.

"Benedetta fra le donne"

Per sottolineare la propria autonomia di donna e di artista si firma prima come "Benedetta fra le donne" (in un'opera del 1919) poi, semplicemente,

"Benedetta". Con questo nome firma anche le opere che le ha commissionato il progettista del Palazzo delle Poste di Palermo, Angiolo Mazzoni, ingegnere e architetto del Ministero delle Comunicazioni. Cinque grandi tele destinate alla sala delle conferenze, esemplari di tutta l'aeropittura futurista, raccolte in un trittico e un dittico. Il primo comprende le comunicazioni terrestri, comunicazioni marittime e aeree. Il secondo le comunicazioni radiofoniche e le comunicazioni telegrafiche e telefoniche. Per queste opere la Marinetti adotta anche una particolare tecnica (encausto) che dona ai colori una brillantezza che li caratterizza tuttora.

Onde radio e onde marine

Sono anni in cui scoperte scientifiche e progresso tecnologico cambiano anche il modo e gli strumenti del comunicare. Ciò si riflette anche nelle opere d'arte che troviamo nei Palazzi delle Poste. Si afferma una nuova simbologia articolata in onde radio e onde marine, antenne ed eliche che affianca (e talvolta sovrasta) quella ottocentesca di piccioni viaggiatori e buste da lettera. Benedetta a Palermo, Fillia e Prampolini a La Spezia, Severini ad Alessandria, i maggiori interpreti di Futurismo e Comunicazione, firmano dei capolavori assoluti. (Mauro de Palma)

Poste Vita si conferma leader del mercato assicurativo

EPoste Vita la compagnia leader del mercato assicurativo vita per volume di raccolta premi nel 2018. A ribadirlo è la graduatoria elaborata dall'Associazione nazionale fra le imprese assicuratrici (Ania) che assegna a Poste Vita il primato per imprese singole con 16,6 miliardi di euro di premi. Con l'apporto della compagnia Poste Assicura, il gruppo assicurativo Poste Vita scala anche posizioni nel ramo danni, con un significativo incremento del +32,5% rispetto alla raccolta premi del 2017, attestandosi, per esempio nel ramo malattia, nella top ten dei gruppi assicurativi, con un incremento di raccolta del +81,5%. L'eccellente performance delle Compagnie assicurate del Gruppo Poste Italiane acquista particolare rilevanza in quanto conferma gli obiettivi del piano industriale che prevedeva, tra l'altro, un importante ribilanciamento del mix di portafoglio. Tale risultato dimostra ulteriormente l'affidabilità e la qualità delle soluzioni assicurative distribuite dal Gruppo Poste Italiane, confermando la capacità della propria Rete di saper rispondere in maniera efficace e tempestiva alle esigenze assicurative dei clienti. Inoltre, rinnova l'impegno di Poste Vita e Poste Assicura a realizzare le innovazioni necessarie per continuare a essere vicine ai bisogni della clientela e a rappresentare un punto di riferimento per il sistema assicurativo italiano.

E PostePay Spa sbanca agli Awards di Amsterdam

PostePay Spa ha fatto incetta di premi ad Amsterdam in occasione del MVNO World Congress. La nuova società di Poste Italiane si è classificata al primo posto agli "MVNOs Awards 2019". La giuria degli "MVNO Awards 2019", che premia ogni anno le eccellenze tra gli operatori mobili virtuali di tutto il mondo, ha riconosciuto in PostePay Spa «un esempio di innovazione che si pone come ispirazione per tutta l'industria globale degli MVNO», assegnando il primo posto nelle due categorie più ampie: "Most Successful MVNO" e "Most Innovative MVNO". PostePay Spa ha superato i competitor grazie all'offerta "Postepay Connect", la soluzione integrata e digitale, lanciata nel novembre scorso, che rappresenta la piena sinergia tra il mondo dei pagamenti digitali e quello della telefonia. Il prodotto coniuga infatti i vantaggi di una Carta Postepay Evolution con quelli di un piano di telefonia mobile dedicato, permette al cliente di gestire Carta e SIM attraverso un'unica App con una user experience semplice e intuitiva, offre funzionalità esclusive come ad esempio il trasferimento gratuito e in tempo reale di Giga tra due SIM PosteMobile Connect (g2g).

educazione finanziaria

Un progetto nazionale nel segno di inclusione e sostenibilità

«Insegniamo alle persone a gestire i propri risparmi»

Pillole di educazione finanziaria aperte a tutti negli Uffici Postali d'Italia, l'esperto Roberto Pugliesi:

«Pochi cittadini investono o pensano a una pensione integrativa, la consulenza è fondamentale»

Impariamo a gestire i nostri risparmi, ad essere previdenti e capire quali obiettivi porci a livello di investimenti. In due parole: educazione finanziaria.

Poste Italiane ha fatto partire il mese scorso un progetto di portata nazionale, nel segno delle politiche di inclusione e sostenibilità, con l'obiettivo di contribuire a migliorare le competenze dei cittadini in materia economico-finanziaria tramite una serie di incontri negli Uffici Postali d'Italia. Una serie di eventi con sessioni didattiche della durata di 30 minuti ciascuna. Al centro degli interventi degli esperti finanziari di Poste Italiane le questioni di macroeconomia e finanza finalizzate a dare il giusto supporto nelle scelte di risparmio e investimento responsabile. Poste va così a colmare una lacuna nazionale, che è quella dell'educazione finanziaria, una materia delicata ma necessaria, soprattutto a livello di concetti base. A parlare del progetto è l'esperto di Educazione Finanziaria di Poste, Roberto Pugliesi, che ha incontrato i cittadini per questa interessante iniziativa.

Da dove nasce l'idea di un progetto di educazione finanziaria?

«C'è un livello di conoscenza finanziaria molto basso in Italia, siamo gli ultimi nel G20 secondo le ricerche di settore. Per questo Poste Italiane vuole contribuire alla crescita delle competenze e della cultura finanziaria assicurativa e previdenziale dei cittadini, non solo dei propri clienti. Crediamo fortemente che una buona educazione finanziaria sia fondamentale. Ogni cittadino, in questo modo, può compiere scelte consapevoli



Qui sopra, Roberto Pugliesi. In basso, l'incontro tenutosi a Roma nell'Ufficio di via Ostiense

quando deve prendere delle decisioni in materia di risparmio, previdenza o assicurazione».

Di cosa si parla negli incontri con i cittadini?

«In modo particolare di eccesso di liquidità, di protezione e di previdenza. Gli italiani detengono molta liquidità (1400 miliardi di euro, ndr) che non viene investita e ogni anno viene erosa dall'inflazione. Pochi investono o pensano a una pensione integrativa. È importante capire che il supporto di un consulente aiuta a prendere delle decisioni in modo più consapevole».



Come si comportano i cittadini quando si parla di risparmio?

«Quando decidiamo di cambiare la televisione o l'auto, leggiamo, ci informiamo e arriviamo solitamente a una scelta consapevole. Lo facciamo meno quando si tratta di investire i risparmi,

Il responsabile Di Luzio

«L'obiettivo è creare una cultura finanziaria»

Il progetto Educazione Finanziaria si muove nel segno della tradizionale attenzione di Poste Italiane alle esigenze del cittadino e dell'inclusività. L'importanza di questa iniziativa è confermata da Maurizio Di Luzio, Responsabile Progetto Educazione Finanziaria: «Le statistiche dicono che noi italiani non eccliamo in "alfabetizzazione finanziaria". Abbiamo una grande propensione al risparmio ma deteniamo troppa liquidità, ben 1400 miliardi di euro, che, non essendo investiti, vengono erosi progressivamente dall'inflazione. Nel 2017 è nato il Comitato per l'Educazione Finanziaria, che ha come obiettivo quello di accrescere le conoscenze finanziarie nella popolazione italiana. E questo progetto va in quella direzione». È dunque una strada naturale per Poste, perché «siamo sempre stati capillarmente vicini a tutti i cittadini con una grande attenzione alle tematiche sociali. L'educazione finanziaria è un pilastro della sostenibilità e dell'inclusività».

Avvicina il cellulare al QR Code



Guarda l'intervista a Pugliesi e il reportage degli incontri di Educazione Finanziaria

con scelte spesso dettate dal passaparola: ecco perché vanno aumentate le conoscenze finanziarie, per crescere in consapevolezza nella gestione dei propri risparmi».

Quali sono le regole d'oro?

«Solo una famiglia su tre investe i propri risparmi e spesso lo fa in modo non corretto. Si basa sul consiglio di amici, colleghi e parenti (quindi non per forza di professionisti), fa di testa propria o si affida interamente a un consulente. Il modo corretto, invece, è ascoltare un consulente e decidere insieme a lui, dopo aver stabilito quanto investire, quanto rischiare e dopo aver capito che è importante diversificare gli investimenti, per ridurre le eventuali perdite, e fissare un preciso orizzonte temporale». (M.L.)

Dalla tipografia all'Ufficio Postale manda il tuo selfie con Poste News

Un selfie (o una foto) e un saluto per Poste News. Da quando vi abbiamo chiesto di partecipare con noi, sono molte le foto che sono arrivate in redazione e che volentieri pubblichiamo. Qui, in alto, i colleghi di Postel, lo stabilimento dove viene stampato il nostro giornale. Sotto, Isabella Pisano, la direttrice dell'Ufficio Postale Genova 54 e, più in basso, due momenti dell'incontro di Palermo con l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante. I nostri colleghi hanno posato con il giornale, dopo averne preso una copia dai nuovi espositori. Grazie e continuate a inviarci le vostre foto!





PIÙ CHE UN BILANCIO, UNA GRANDE STORIA DI ATTENZIONE ALL'AMBIENTE.

La nostra è una storia di tutela per l'ambiente e per il territorio. La chiamiamo sostenibilità ambientale e si concretizza nell'efficientamento dei consumi, nella riduzione degli impatti e nel ripensamento dei processi. L'utilizzo di oltre il 95% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili e la scelta di garantire una mobilità sostenibile ci hanno permesso di ridurre del 30% le emissioni totali. Le attività di dematerializzazione dei documenti cartacei hanno determinato un risparmio di oltre 1 tonnellata di carta rispetto all'anno precedente. Lo abbiamo scritto nel nostro primo Bilancio Integrato e continuiamo a scriverlo ogni giorno, perché quella di Poste Italiane è una grande storia di crescita responsabile. Per saperne di più, vai su posteitaliane.it

Bilancio Integrato 2018. La responsabilità di crescere.

Posteitaliane