



2020 da record per pacchi e risparmio postale

I dati finanziari dello scorso anno oltre le aspettative, l'analisi dell'AD Del Fante

«Nei momenti delicati logistica e organizzazione sono determinanti»

L'economista Dario Scannapieco elogia le azioni di Poste per il benessere del Paese



SOSTENIBILITÀ IL NOSTRO MODELLO



Con le sue azioni concrete per il Paese, Poste Italiane rappresenta un esempio nella creazione di valori condivisi dall'ambiente al sociale

SPECIALE

Noi in Sicilia, in viaggio tra le Persone dell'isola

Postenews "in cammino" tra le regioni: ecco le esperienze dei nostri colleghi



I RICORDI DEGLI EX DIPENDENTI

«Quei giorni felici trascorsi con i miei colleghi postali»

Nelle lettere dei nostri pensionati un mix di affetto, soddisfazione e nostalgia



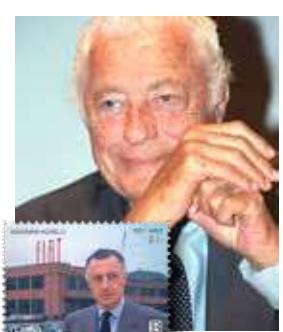
LUCA MERCALLI

«Sull'ambiente Poste dà segnali importanti per l'Italia»



PASSIONE FILATELIA

Un francobollo nel centenario della nascita dell'Avvocato



VISTI DA FUORI

Sommella (MF): «L'educazione finanziaria rilancerà il Paese»



i nostri risultati

Il Consiglio di Amministrazione ha approvato il bilancio preliminare

Pacchi e risparmio postale è stato un 2020 da record

L'AD di Poste Italiane, Matteo Del Fante: «Durante quest'anno difficile abbiamo beneficiato del nostro modello di business diversificato e rafforzato ulteriormente la fiducia dei clienti»

«Poste Italiane ha riportato risultati solidi nel quarto trimestre, con tutti i segmenti che hanno contribuito alla progressione della redditività operativa, gettando solide basi per la crescita futura di tutte le nostre attività». Matteo Del Fante, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Poste Italiane, ha presentato così i risultati preliminari consolidati relativi all'esercizio 2020 approvati dal Consiglio di Amministrazione presieduto da Maria Bianca Farina il 16 febbraio scorso.

L'analisi dell'AD

«I volumi dei pacchi pari ad oltre 210 milioni, sono più che raddoppiati dal 2016 e, per la prima volta - ha proseguito Del Fante - l'aumento dei ricavi da pacchi ha più che compensato il calo dei ricavi da corrispondenza, confermando i pacchi come pilastro strategico per la sostenibilità dell'attività logistica in futuro». Ma non è tutto: «Il nostro rinnovato focus sul risparmio postale ci ha permesso di ottenere risultati record, con i minori deflussi dal 2012 - ha commentato Del Fante - Durante questo anno difficile abbiamo beneficiato appieno del nostro modello di business diversificato e rafforzato ulteriormente la fiducia dei nostri clienti, grazie al lavoro e alla dedizione dei nostri dipendenti. Nonostante il primo e più duro lockdown abbia avuto un impatto grave sull'operatività per un quarto dell'anno, la resilienza dei nostri business ha portato nel 2020 a un utile netto di 1,2 miliardi di euro. Di conseguenza, è nostra intenzione proporre un dividendo di 0,486 euro che rappresenta un incremento del 5 per cento anno su anno. Abbiamo prestato supporto continuo alle nostre comunità, distribuendo vaccini e dispositivi di protezione individuale, garantendo ai nostri clienti



L'AD di Poste Italiane, Matteo Del Fante

nuovi modi per eseguire in sicurezza le loro transazioni quotidiane sfruttando la nostra piattaforma IT all'avanguardia per fornire nuovi servizi». Continuare a contribuire a una costante ripresa, lasciandosi alle spalle, come tutti auspichiamo, rimane una priorità per Poste, come anche, ha osservato l'AD - «preservare l'integrità finanziaria dell'Azienda e la sicurezza dei nostri colleghi e clienti».

Priorità strategiche

«Abbiamo ottenuto ottimi risultati, perseguendo le nostre priorità strategiche - ha sottolineato Del Fante - Abbiamo semplificato il business retail e abbracciato il passaggio al digitale, in modo da poter servire i nostri clienti nel modo in cui vogliono essere serviti. Oggi più che mai Poste Italiane è considerata dagli italiani come l'istituzione di riferimento. Siamo pronti ad affrontare il futuro, facendo leva sui punti di forza del nostro business e supportati dalla nostra visione strategica - che si è già dimostrata capace di anticipare i principali trend». L'approvazione del bilancio per l'esercizio 2020 da parte del Consiglio di Amministrazione è prevista per il 24 marzo 2021, data di autorizzazione alla pubblicazione dello stesso ai sensi del principio contabile internazionale IAS 10, anche ai fini della rilevazione di fatti eventualmente intervenuti dopo la chiusura dell'esercizio.

Pagamenti digitali, Servizi Finanziari e Logistica: i numeri di una sfida vinta

Il boom dei pacchi e il ritorno del risparmio postale, con risultati che non si registravano dal 2012, sono fra i principali trend operativi del quarto trimestre 2020. Nel segmento Corrispondenza, pacchi e distribuzione si è registrata una crescita rimarchevole nei volumi dei pacchi (B2C +60%, B2B +11% e C2X +17%), con una performance senza precedenti nel quarto trimestre del 2020; i ricavi da pacchi hanno più che compensato il calo della corrispondenza nel trimestre. Nel 2020 i pacchi consegnati dai postini hanno raggiunto quota 74 milioni (+43,6% rispetto all'esercizio del 2019) e 21 milioni nel trimestre (+48,8% A/A). I ricavi da pacchi, pari a 1,2 miliardi di euro nel 2020, rappresentano ora il 38% dei ricavi complessivi di Corrispondenza e Pacchi (+12% rispetto al 2019). Nel segmento Pagamenti & Mobile, i pagamenti digitali hanno accelerato nel quarto trimestre del 2020. Lo stock di carte Postepay Evolution ha raggiunto 7,7 milioni di unità e le transazioni e-commerce con carta sono cresciuti del 58,9% a 397 milioni, con attività in crescita sui canali digitali di Poste. La solida performance operativa dei Servizi Finanziari supera con successo un anno sfidante; vendita di prodotti in aumento, supportate dal focus commerciale, con la raccolta netta pari a 17,8 miliardi di euro da dicembre 2019. Focus rafforzato sul risparmio postale con una raccolta netta che fa segnare il record dal 2012. Per quanto riguarda i Servizi Assicurativi, nel Vita continua la crescita dei prodotti multi-ramo, che rispondono ai bisogni in evoluzione della clientela e che sono contraddistinti da una struttura "capital light". Nel settore Protezione l'offerta modulare è cresciuta in maniera costante, confermando il suo ruolo chiave nel rafforzare l'offerta commerciale di Gruppo.

sommario

Inviare le vostre storie e proposte a RedazionePosteNews@posteitaliane.it

storia di copertina
La sostenibilità come motore di sviluppo p. 4-5

storia di copertina
L'energia verde dagli edifici al recapito p. 6-7

storia di copertina
La cultura d'impresa per crescere con le persone p. 8-9

storia di copertina
Il ruolo di Poste a sostegno del territorio p. 10-11

storia di copertina
L'Ufficio Postale del futuro progettato dagli universitari p. 12

storia di copertina
La parità di genere, un valore aggiunto per i nostri clienti p. 13

storia di copertina
Luca Mercalli: «Sull'ambiente ci fidiamo di Poste» p. 14

storia di copertina
Jacopo Giliberto: «Il business sarà sempre più green» p. 15

il nostro lavoro
Mercato Privati punta sul gioco di squadra p. 17

un anno dalla pandemia Poste e la sfida delle mascherine: il "film" del 2020 p. 18-19

speciale noi in Sicilia
Nella regione che ha prenotato per prima i vaccini con Poste p. 20-21

tre anni di Postenews
Parliamo di noi: i numeri del 2020 nell'Archivio Storico p. 22

presente e futuro
Mentoring, la forza delle relazioni per la formazione p. 23

visti da fuori
Somella e Parenzo, il ruolo di Poste per l'Italia p. 24-25

incontri e confronti
Paolo Mereghetti: «Solo nelle lettere diciamo la verità» p. 26

passione filatelia
Un francobollo per ricordare l'Avvocato Agnelli p. 27

dentro l'azienda
Piano Sanitario e cultura Lean per il futuro p. 28-29

ricordi di Poste
Le testimonianze piene d'affetto degli ex di Poste p. 31

marzo 2021



MISTO
Carta da fonti gestite in maniera responsabile
FSC® C002683

CHIUSO IN REDAZIONE
IL 24 FEBBRAIO 2021

DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO

DIRETTORE COMUNICAZIONE
PAOLO IAMMATTEO

DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPORALE

REDAZIONE
ENRICO CELANI
RICCARDO PAOLO BABBI
MARIANGELA BRUNO
MANUELA DEMARCO
ANGELO LOMBARDI
BARBARA PERVERSI
ERNESTO TACCONI
FRANCESCA TURCO

GRAFICA ED EDITING
AGENZIA GIORNALISTICA
9COLONNE
CREDITI IMMAGINI
ARCHIVIO STORICO
DI POSTE ITALIANE
MARCO MASTROIANNI
9COLONNE
ANSA
ISTOCK

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO
FILIPPO CAVALLARO
MARCELLO LARDO
PAOLO PAGLIARO
GIANLUCA PELLEGRINO
ALESSIA RAPONE
PIERANGELO SAPEGNO
LUCA TELESE
SALVATORE TROPEA

POSTE NEWS
REGISTRAZIONE
TRIBUNALE DI ROMA
N.63/2018
DEL 22 MARZO 2018
STAMPA
POSTEL S.P.A.
VIA CAMPOBELLO 43
00071 POMEZIA (RM)

storia di copertina

Nei capisaldi del Bilancio Integrato le strategie dell'Azienda per il benessere del Paese

La società responsabile passa per i pilastri di Poste

Grazie a un percorso industriale nel rispetto dell'ambiente e dei diritti umani, Poste si presenta preparata all'appuntamento con le sfide del futuro, in sintonia con i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 stilata dalle Nazioni Unite



di PAOLO PAGLIARO

Giornalista, 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

Il 98% del personale coinvolto in attività di formazione. Aumento delle gare espletate sulla base di criteri ambientali. Pari opportunità nei percorsi di carriera, con il 46% dell'incidenza femminile tra quadri e dirigenti. Abolizione delle barriere architettoniche negli uffici. Diffusione della cultura digitale, con oltre 57 milioni di transazioni on line. E poi: diffusione del fotovoltaico, trasporti green, investimenti socialmente responsabili. Sono alcune delle buone notizie che porta il Bilancio Integrato 2019 di Poste Italiane, il documento che racchiude sia le informazioni finanziarie contenute nel bilancio di esercizio, sia quelle non finanziarie (come le questioni ambientali, sociali e di governance) contenute nei bilanci sociali o di sostenibilità. Integrando la sostenibilità nel business l'Azienda si presenta preparata all'appuntamento con le sfide del futuro, in sintonia con i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Il Piano Strategico ESG

Il Piano Strategico ESG di Poste Italiane si basa su otto pilastri: integrità e trasparenza; valorizzazione delle persone; diversità e inclusione; sostegno al territorio e al Paese; customer experience; innovazione; decarbonizzazione di immobili e logistica, finanza sostenibile. Raccontare attraverso dati concreti come si raggiungono questi obiettivi, significa disegnare l'identikit di un'azienda che sta cambiando pelle. Così, alla voce "integrità e trasparenza", c'è la conferma del massimo punteggio attribuito a Poste per quanto riguarda il rating di legalità; e c'è la notizia che quasi la metà dei fornitori è dotata di un sistema di gestione ambientale certificato ISO 14001 o EMAS. Per il secondo degli otto pilastri – "valorizzazione delle persone" – è significativo il fatto che il 100% dei dipendenti sia coperto da accordi collettivi di contrattazione. Ci sono formati che consentono a tutto il personale di proporre idee su temi rilevanti per il business; iniziative per la prevenzione delle malattie; corsi di formazione sull'uso dei veicoli. Un impegno premiato dalla significativa diminuzione degli infortuni sul lavoro. Anche sul rispetto delle diversità e sul tema dell'inclusione parlano i numeri: il 44,4% del consiglio d'amministrazione della Capogruppo è composto



da donne, mentre le pari opportunità nei percorsi di carriera sono testimoniate dal 46% dell'incidenza femminile tra quadri e dirigenti. Alla voce "sostegno al territorio e al Paese" (quarto pilastro) il Bilancio Integrato menziona tra l'altro i 1500 incontri con istituzioni locali, il forte incremento (+111%) delle iniziative a supporto della comunità, i mille dipendenti impegnati nel volontariato d'impresa, i servizi fondamentali garantiti anche nei piccoli Comuni senza Ufficio Postale, i 3,4 milioni di clienti serviti nei 27 Uffici Postali multietnici.

Ambiente e finanza

Il pilastro numero cinque riguarda il rapporto con i clienti: il loro giudizio rilevato attraverso le misurazioni della consumer satisfaction (83%, mai così alta), la protezione dei dati e la sicurezza informatica, l'accordo-quadro con 20 Associazioni dei

Consumatori. Le politiche per l'innovazione – pilastro numero 6 – sono un capitolo decisivo dello sviluppo sostenibile di Poste Italiane. Anche qui parlano le cifre. 4,4 milioni di portafogli digitali e-wallet, 2 milioni di utenti giornalieri web e app, il più grande hub del Paese in grado di smistare 34 mila pacchi ogni ora, l'affermazione di PostePay come primo Istituto di Moneta Elettronica d'Italia. L'integrazione degli aspetti ambientali nei prodotti e servizi offerti da Poste è descritta nel capitolo dedicato alla "decarbonizzazione di immobili e logistica" (pilastro numero 7). Oltre alle decine di progetti di efficientamento energetico promossi in tutta Italia ci sono il continuo rinnovamento della flotta con mezzi più ecologici (850 nuovi tricicli elettrici e 2000 nuovi motomezzi Euro4), la corretta gestione dei rifiuti, la razionalizzazione delle distanze percorse. Ha certamente un im-



A gennaio seconda miglior performance per postenews.it

Il mese di gennaio ha segnato il secondo miglior dato di sempre di traffico del sito del nostro magazine, che viaggia ormai a una media superiore ai 50mila visitatori unici mensili, a meno di sei mesi dalla sua nascita. Tra i contenuti, il più letto degli ultimi due mesi è la notizia che riporta gli auguri del Santo Padre alla comunità postale così come ha riscosso successo la serie di news legate ai regali filatelici. Come sempre, il sito è aggiornato 7 giorni su 7 con le notizie più interessanti dal mondo di Poste Italiane e con il TG Poste, visibile live e on demand dal lunedì al venerdì. Per scoprire tutto questo e anche di più vi aspettiamo su www.postenews.it

patto ambientale positivo l'incremento del "First Time Delivery Success", con il 91,8% dei pacchi che adesso vengono consegnati al primo tentativo. L'ultimo pilastro è dedicato alla finanza sostenibile e dunque all'integrazione di criteri ESG all'interno dei tradizionali processi di investimento, all'adozione di politiche di investimento e assicurazione responsabile, ai nuovi prodotti assicurativi con valore sociale e ambientale. Declinate lungo tre direttive principali - Reporting, Strategia e Governance – le azioni intraprese da Poste hanno mirato a promuovere e diffondere una cultura aziendale orientata alla sostenibilità lungo l'intera catena del valore. Questo impegno è valso a Poste Italiane l'ingresso nei più prestigiosi Indici di sostenibilità internazionali. L'azienda ne ha guadagnato in reputazione, un valore che anche nel mercato ormai fa la differenza.

storia di copertina

L'AD Del Fante: «Cashless e finanza sostenibile, anche lì possiamo essere il traino decisivo»

«Siamo il motore per la crescita sostenibile di questo Paese»



L'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, con Fabio Bogo, direttore della piattaforma Green&Blue, in un momento del Multistakeholder Forum

La continuità della logistica ha dato agli italiani un senso di normalità: «Se nel 2019 non avessimo inaugurato l'hub di Bologna non saremmo riusciti a fare ciò che abbiamo fatto»

Poste Italiane come laboratorio di economia circolare, una Azienda che fornisce servizi mantenendo un rapporto continuo e costante con chi ne usufruisce. Una realtà che per diffusione, vocazione, struttura, capacità innovativa e per i compiti che detiene nei campi del risparmio, dei sistemi di pagamento, nella logistica e nella comunicazione rappresenta una Azienda totale, una "piccola Italia" che con l'Italia dialoga, interagendo "personalmente", ogni giorno, con 5 milioni di clienti e con altri 8 in via digitale. La rappresentazione simbolica di questo dialogo sempre aperto la si è avuta l'11 febbraio scorso, durante il multistakeholder forum ospitato dal sito di "Repubblica", nel corso del quale l'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, ha ricordato l'impegno delle persone di Poste durante la pandemia così come nella campagna vaccinale in corso, il ruolo dell'Azienda nell'alfabetizzazione digitale degli italiani, nella valorizzazione delle pari opportunità e nella finanza green. In sintesi, nell'iniezione di fiducia che Poste può dare all'Italia promuovendo la crescita sostenibile che anche l'Europa chiede: «I punti del piano europeo Next Generation EU parlano di crescita soste-

nibile e di coesione - ha osservato Del Fante - la stessa direzione in cui vanno tutti i nostri sforzi per i Piccoli Comuni e la nostra presenza locale che ha tenuto insieme e che tiene insieme le aree interne del nostro Paese. La nostra proposta - ha aggiunto l'AD - è continuare in quella direzione portando anche la tecnologia: una volta che avremo la banda larga su tutto il territorio avremo bisogno di avere servizi computazionali e di capacità di calcolo a livello locale. Vogliamo dare connettività, fibra, 5G e capacità al territorio. Contando sul pieno sviluppo della banda larga vogliamo contribuire all'obiettivo strategico di portare servizi ad alto valore aggiunto sul territorio per semplificare la vita dei cittadini e delle aziende».

Utilità e qualità

È trascorso un anno dalla riapertura dell'Ufficio Postale di Codogno, diventato un simbolo del ruolo di Poste nella prima zona rossa d'Italia, un ruolo confermato poi a livello nazionale quando il lockdown è diventato totale. «Erano giorni in cui tutti avevamo paura di uscire di casa e chiedere ai nostri colleghi di aprire gli Uffici Postali per erogare servizi essenziali, come il pagamento delle pensioni, o anche meno essenziali, non è stato facile - ricorda Del Fante - Da parte della base la risposta è stata straordinaria e bisogna ringraziare ancora una volta i sindacati e le persone che si sono messe a disposizione». Al di là del puro servizio, questo impegno si è tradotto in un senso di continuità e normalità trasmesso ai cittadini. «Immaginate - sottolinea Del Fante - cosa sarebbe successo se si fosse interrotta anche la catena della logistica». Se gli italiani, chiusi in casa per settimane, non avessero

potuto neanche ricevere i pacchi postali. Nonostante le difficoltà e nonostante un 2020 «a intermissione», come lo ha definito l'AD per via delle chiusure che, come in tutti i posti di lavoro del mondo, hanno riguardato anche alcune delle sedi di Poste, i risultati sono stati incredibili. «Abbiamo fatto dei numeri che ci saremmo soltanto sognati tre anni fa». Ma questo è stato possibile solo grazie alle intuizioni precedenti al coronavirus. «Fin dall'avvio del nostro piano quattro anni fa - ha spiegato Del Fante - essere vicini alle persone è stata una priorità. Sapevamo di dover gestire sempre meno posta e sempre più pacchi: questo ci ha fatto trovare prontissimi all'inizio della pandemia. Se a luglio 2019 non avessimo inaugurato l'hub logistico di Bologna non saremmo riusciti a fare quello che abbiamo fatto». Ma è proprio questa, secondo Del Fante, la ragion d'essere di Poste Italiane: dare un servizio utile e di qualità al Paese. Una vocazione che riguarda anche la campagna vaccinale: con la distribuzione delle dosi alle Asl e l'avvio delle piattaforme informatiche per il tracciamento e per la somministrazione dei vaccini che, nelle

Regioni che hanno aderito alla proposta di Poste, si può prenotare online, tramite contact center, attraverso il palmare del postino o inserendo la tessera sanitaria nell'ATM Postamat.

Digitale e green

Ci sono due ambiti in cui Poste avrà un ruolo di traino per il Paese: il cashless e la finanza sostenibile. «Poste spende 80 milioni di euro l'anno soltanto per muovere contante - ha spiegato Del Fante durante il Multistakeholder Forum - Pur essendo grandi utilizzatori di contante, lavoriamo continuamente per l'educazione dei clienti». Per molti risparmiatori, anche in piena pandemia, il ritiro della pensione è come un rituale. «Sono abituati ad andare all'Ufficio Postale, hanno bisogno del contatto con il contante. Abbiamo emesso 10 milioni di carte libretto solo per abituare i risparmiatori storici di Poste Italiane ad avere in tasca una carta che non serve a fare pagamenti ma con cui magari fare un riconoscimento allo sportello». Poi c'è il tema della finanza verde: Del Fante cita l'ultimo libro di Bill Gates e conferma che «ci siamo già».

Il direttore di Repubblica Molinari: Poste è l'interprete numero uno del sistema Italia

«Viviamo in una società in trasformazione in cui cambiamenti rivoluzionari avvengono a ritmi senza precedenti. Noi cerchiamo costantemente degli interpreti di questa trasformazione. Non c'è nessun dubbio che Poste è un'interprete di eccezione nel Sistema Italia: lo è per vocazione, lo è per struttura, lo è per il lavoro che fa, lo è per la capacità di innovare e di essere protagonista di un'economia destinata a essere sempre più circolare». Sono le parole del direttore di Repubblica, che ha aperto il Multistakeholder Forum dell'11 febbraio. «Sono gli orientamenti e le indicazioni che abbiamo ricevuto dall'agenda della presidente della Commissione Europea Ursula Von Der Leyen - ha ricordato Molinari - che sostanzialmente ha dato delle indicazioni di sviluppo per l'Europa intera dopo essersi insediata sappiamo che l'emergenza della pandemia ha ulteriormente avvalorato questa impostazione». Tra i partecipanti al Multistakeholder Forum sono intervenuti anche Walter Ricciardi, Consigliere del Ministro della Salute, Monica Biagiotti, Executive Vice President di Mastercard, Francesco Sandrini, Head of Multi-Asset Balanced, Income and Total Return di Amundi, Sara Gama, capitano della Nazionale Italiana di calcio femminile e della Juventus, Umberto Moscato, professore d'Igiene e Sanità pubblica all'Università Cattolica, campus di Roma e Fondazione Policlinico Universitario Agostino Gemelli IRCCS.



Da sinistra, Walter Ricciardi, Consigliere del Ministro della Salute, Monica Biagiotti, Executive Vice President di Mastercard, Francesco Sandrini, Head of Multi-Asset Balanced, Income and Total Return di Amundi, Sara Gama, capitano della Nazionale Italiana di calcio femminile e della Juventus, Umberto Moscato, professore d'Igiene e Sanità pubblica all'Università Cattolica, campus di Roma e Policlinico Gemelli IRCCS

IL VICEPRESIDENTE DELLA BEI**Scannapieco: «Logistica e organizzazione del Gruppo cruciali per le sfide del futuro»**

Quando negli Stati Uniti si decise lo sbarco in Normandia, il mandato di organizzare la missione fu affidato al Generale Eisenhower. In molti, compreso il Generale Montgomery per parte britannica, espressero delle perplessità non perché il Generale Usa non fosse capace ma perché non aveva esperienze sul campo. Allora, il futuro Presidente degli Stati Uniti fu scelto per la sua grande preparazione nel campo della logistica e dell'organizzazione, ha spiegato Dario Scannapieco, vicepresidente della Banca Europea degli investimenti: «Logisti-

ca e organizzazione diventano elementi cruciali come quelle che stiamo combatendo contro la pandemia. Un sistema come quello di Poste Italiane assume un ruolo cruciale in questa fase, bisogna fare i complimenti a tutte le persone di Poste per quello che è stato fatto».

Il ruolo della Bei

La Banca Europea per gli investimenti, ha ricordato Scannapieco durante il forum, è un'istituzione che si propone di avere un impatto sul benessere dei cittadini: «Non vogliamo essere valutati solo



Dario Scannapieco, vicepresidente della Banca Europea degli investimenti

dai parametri finanziari» e iniziative come quella dei Green Bond hanno fatto scuola. «La lotta al clima è la grande sfida - ha sottolineato - Abbiamo bisogno di agire su due

fronti: da un lato l'impegno delle istituzioni politiche, finanziarie e delle imprese; dall'altro occorre la consapevolezza della società civile di quanto sia rilevante la sfida climatica». Questa sfida si affronta con azioni concrete: «Abbiamo deciso di non finanziare più progetti che prevedono il ricorso ai combustibili fossili, bensì di privilegiare progetti che prevedono l'immagazzinamento dell'anidride carbonica o l'utilizzo di biocarburanti». Il rinnovamento della Circumvesuviana di Napoli e i traghetti ibridi ed elettrici di Venezia sono alcuni esempi di progetti sostenibili finanziati dalla Bei: «L'Eisenhower europeo e italiano siamo tutti noi - ha concluso il vicepresidente della Bei - Servono uno sforzo collettivo, una coscienza e una responsabilità. L'Europa si è spostata da un tema di austerity e di conti in ordine a una tematica di competitività. Con Poste abbiamo avviato una collaborazione molto interessante che darà vita a importanti progetti in ambito verde».

Il Condirettore Generale Giuseppe Lasco: «Siamo negli 8 indici più quotati a livello mondiale»

«I riconoscimenti internazionali premiano le nostre strategie»

«Abbiamo reso naturale l'impegno di ascoltare i nostri stakeholder per ricamare quella fiducia e trasparenza che ci permettono di costruire una sostenibilità strutturata»

«In questi anni è stato fatto un grande lavoro sul percorso della sostenibilità: siamo negli otto indici più quotati a livello mondiale. E proprio grazie agli elementi che hanno prodotto questo successo abbiamo oggi un business dinamico, evoluto e allineato agli obiettivi di sviluppo sostenibile. Siamo pronti a condividere le nostre scelte con gli stakeholder. Questa scelta rappresenta la migliore risposta alle sfide sociali e ambientali nei contesti mutevoli di oggi». Nel corso del Multistakeholder Forum, Giuseppe Lasco, Condirettore Generale, ha illustrato i tratti salienti del piano strategico ESG di Poste Italiane, l'importanza del rapporto continuo con gli stakeholder, le iniziative di welfare aziendale promosse dall'Azienda e il suo ruolo di partner attivo della campagna vaccinale. Poste, forte di una strategia di sostenibilità "trasversale", sta affrontando le sfide ambientali e sociali in linea con i dettami dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e del programma europeo del Green New Deal che promuove una governance sostenibile di lungo periodo. «Abbiamo deciso di rafforzare il dialogo con gli stakeholder per assicurare un confronto sempre più organico sulle strategie di impresa - ha ricordato Lasco - Il codice di autodisciplina, raccomandando alle società quotate di sviluppare un dialogo con il mercato attraverso politiche complementari di engagement rispetto agli investitori istituzionali, ci porta in questa direzione - ha osservato



Il Condirettore Generale di Poste Italiane, Giuseppe Lasco

Lasco - Siamo stati precursori di questo indirizzo. Non a caso, questo evento ogni anno si è arricchito di nuovi spunti di condivisione».

L'accelerazione del 2020

Lasco ha osservato come il rapporto con gli stakeholder stia evolvendo e la pandemia stia accelerando questa tendenza: «La nostra strategia comprende diversi capitali su cui investire: una parte finanziaria, strutturale, intellettuale ci permette di offrire sul mercato prodotti e servizi capaci di creare impatti di tipo sociale, economico e ambientale. Abbiamo reso naturale l'impegno di ascoltare i nostri stakeholder per tessere quei ricami di fiducia e di trasparenza che ci permettono di costruire una strategia di sostenibilità strutturata che sia in grado di prevenire gli impatti negativi, andandone allo stesso tempo a produrre di positivi. Siamo convinti - ha proseguito il Condirettore Generale - che questo sia il viatico giusto per creare una buona reputazione nell'ambito in cui operiamo. È una scelta che, se consolidata, crea valore e benefici

a favore di tutto il sistema: fornitori clienti azionisti, istituzioni nazionali e internazionali». L'annuale Multistakeholder Forum è il punto d'arrivo di un percorso costruito attraverso focus group tematici con la partecipazione di 400 stakeholder che si sono espressi su 18 temi materiali risultati rilevanti per l'Azienda. Sono emersi numerosi spunti di riflessione relativi agli otto pilastri su cui si basa la sostenibilità di Poste. La reputazione, la salute e sicurezza delle persone, la formazione sono gli elementi maggiormente "attenzionati" dagli stakeholder di Poste Italiane: «La reputazione - ha sottolineato Lasco - è un elemento chiave di successo, il valore della reputazione aziendale andrebbe collocato nell'attivo dello stato patrimoniale di una società. Un asset intangibile come quello della reputazione può arrivare a pesare quasi la metà della capitalizzazione di un'Azienda. Ed è per questo che l'integrità e la trasparenza rappresentano i valori sui quali abbiamo fondato la nostra identità aziendale. Li ritieniamo elementi determinanti per lo sviluppo della fiducia dei nostri stakeholder».

**Gli ultimi riconoscimenti ottenuti da Poste Italiane****Top Employer**

Per il secondo anno consecutivo Poste ha ottenuto il riconoscimento che viene assegnato per le migliori politiche di gestione delle risorse umane

Bloomberg Gender Equality Index

Poste Italiane entra per il secondo anno consecutivo nel Bloomberg Gender Equality Index, l'indice di riferimento mondiale sulla parità di genere

Brand Finance "Global 500"

Il report annuale, che prende in esame 5.000 marchi, ha inserito Poste tra i 50 brand più forti del mondo nell'influenzare le scelte dei consumatori

Certificazione anticorruzione

BancoPosta Fondi SGR è la prima Società di gestione del risparmio in Italia a ottenere il certificato di conformità agli standard della normativa ISO 37001 sull'anticorruzione

S&P Global Sustainability Award

Poste è l'unica azienda italiana del settore finanziario e assicurativo premiata con la "Silver Class" per l'eccellente performance di sostenibilità

storia di copertina

La svolta sostenibile dalle sedi amministrative agli Uffici Postali

L'Italia di Poste realizza il sogno dell'energia verde

Impianti fotovoltaici, costruzioni a basso impatto ambientale, sostituzione dei corpi illuminanti e riciclo delle risorse naturali: i progetti messi in atto per una nuova consapevolezza green

di MARIANGELA BRUNO



L'impegno di Poste Italiane per la sostenibilità ambientale tradotto in uno dei pilastri della sua strategia (decarbonizzazione degli immobili e della logistica) non rappresenta una scelta recente del Gruppo. Già tra il 2009 e il 2013 vedono la luce i primi impianti fotovoltaici di grandi dimensioni realizzati nel Centro-Sud Italia grazie ai Conti Energia che remuneravano l'energia in surplus immessa in rete consentendo di realizzare impianti con una capacità superiore ai consumi degli immobili ai quali erano collegati; dal 2015, l'azienda ha rafforzato il suo percorso virtuoso attraverso l'acquisto di energia verde che ora, attraverso i certificati di Garanzia d'Origine arriva, a coprire più del 95% del fabbisogno di Poste. Una seconda tappa importante è stata l'avvio di un piano triennale di sostituzione con passaggio a LED dei corpi illuminanti degli edifici avviato nel 2017 e che con tappe progressive è arrivato nel 2020 a coprire il 56% dei mq. Dal 2018 Poste Italiane inizia a partecipare e sostenere iniziative come il "Mese Verde", "M'illumino di meno" e "l'Ora della Terra" per diffondere una cultura della sostenibilità ambientale. Nel 2019, con un significativo sforzo di formazione e di studio, 12 tecnici della Direzione Immobiliare sono stati certificati EGE (Esperti in Gestione dell'Energia); le competenze acquisite permettono ai colleghi di indirizzare ogni investimento ed attività di manutenzione del patrimonio immobiliare di Poste (5 milioni di mq) sempre più verso una gestione efficiente delle risorse energetiche. Sempre nel 2019 vengono presentati e approvati dal Comitato Investimenti le quattro iniziative più importanti che l'azienda sta realizzando in questi anni. Eccole, in sintesi.

Fotovoltaico

In aggiunta ai circa 25 impianti realizzati tra il 2009 ed il 2020 che oggi producono circa 1,5 GWh annui, i nuovi investimenti prevedono la realizzazione tra il 2021 ed il 2022 di più di 600 impianti che andranno a coprire tutte le regioni con uno degli interventi più significativi nel panorama italiano di questi anni e sicuramente l'iniziativa con il maggior numero di impianti mai realizzata in Italia. Questo intervento permetterà di creare una capacità produt-

tiva di 18 MW con una previsione di produzione di 25 GWh annui. Nel corso del 2020 sono stati realizzati e messi in produzione due impianti pilota con la stessa tecnologia che verrà utilizzata per le successive 600 realizzazioni; la prima è stata fatta presso la sede dell'Area Immobiliare Nord Ovest di Via Pindaro a Milano. Il secondo intervento è invece significativo per il fatto di essere stato realizzato sull'ala E della sede centrale di Poste italiane in viale Europa in abbondamento alla realizzazione di 5 colonnine di ricarica per veicoli elettrici.

Smart Building

Il progetto, anch'esso finanziato dalla BEI, prevede la realizzazione su 2.000 edifici di Poste Italiane di un sistema di Building and Energy Management System (BEMS) con una piattaforma unica di supervisione e gestione, controllo integrato degli impianti volto all'ottimizzazione della gestione manutentiva e all'efficientamento energetico. L'intervento prevede sia l'installazione negli edifici di sensori e sistemi di controllo e monitoraggio impianti, sia il collegamento con una piattaforma centralizzata che consente la progressiva ottimizzazione della gestione degli impianti e degli ambienti. Con un patrimonio di migliaia di edifici sparsi in ogni zona climatica e a ogni latitudine e altitudine del nostro Paese, Poste Italiane è un magnifico laboratorio rappre-

sentativo dell'estrema diversità di condizioni climatiche che caratterizzano il nostro territorio. In quanto tale, necessita di soluzioni tecniche che si possano adattare alle diverse condizioni e che possano gestire in maniera ottimale il comfort degli ambienti sia per i nostri colleghi sia per i nostri clienti ma sempre cercando di utilizzare la minor quantità possibile di energia ed utilizzando al meglio gli impianti in modo sia da ridurre i guasti sia da aumentare la vita utile degli impianti stessi.

LED

Si tratta di un progetto "continuativo" che viene rifinanziato di anno in anno e che porterà nel 2021 la realizzazione di ulteriori 90.000 corpi illuminanti per arrivare al 78 % dei mq di Poste Italiane. Le lampade LED, ormai di uso comune anche nelle nostre case da diversi anni, comportano una riduzione del consumo di circa il 50 % rispetto a soluzioni tradizionali e un allungamento della vita utile dell'apparato riducendone anche la necessità di manutenzione. Inoltre, poiché ogni anno vengono aggiornati gli standard tecnici per essere sempre allineati alle più moderne tecnologie, nelle ultime installazioni le lampade utilizzate sono anche regolabili in potenza (dimmerabili) e questo consente non solo di gestire accensione e spegnimento ma anche di poter automaticamente regolare



l'intensità luminosa e quindi il consumo in funzione delle condizioni ambientali in modo da tenere conto delle condizioni di luminosità naturale.

Efficientamento energetico

Anche questo è ormai diventato un capitolo ricorrente degli investimenti di Poste Italiane a partire dal 2019, raggruppa tutta una serie di interventi volti a ottenere un minor consumo di risorse in particolare per la gestione del riscaldamento e raffrescamento dei nostri edifici. Le leve che vengono utilizzate sono molteplici e vanno dal rinnovo degli impianti a fine ciclo di vita con apparecchi più efficienti, alla ristrutturazione degli immobili per migliorare l'efficienza termica tramite materiali isolanti ed infissi che permettono l'isolamento termico rispetto alle condizioni esterne nonché la revisione delle modalità stesse di riscaldamento e raffrescamento passando da vettori come il gasolio al gas metano o addirittura a pompe di calore alimentate ad energia elettrica. Anche in questo caso gli interventi vengono effettuati seguendo i parametri tecnici rinnovati di anno in anno da parte del GSE che indicano le tipologie di soluzioni che consentono di beneficiare di incentivi per la maggiore efficienza degli apparati installati.

"You get what you measure"

Il 2020 è stato anche l'anno della svolta per

Rinnovabili

Nei nuovi hub di smistamento dove si raccoglie l'acqua piovana



Il primo dei nuovi Hub pacchi di SDA, una realizzazione di 75.000 mq inaugurata nel 2019 all'Interporto di Bologna e le due realizzazioni successive di Milano e di Roma rappresentano una decisa pietra miliare per Poste sia per la generazione di energia rinnovabile tramite fotovoltaico in copertura ma anche per il recupero dell'acqua piovana e soprattutto per tutti gli accorgimenti che hanno consentito di ottenere (primi edifici per Poste e tra i primi in Italia) la certificazione BREEAM, una delle certificazioni più diffuse a livello internazionale per la sostenibilità ambientale degli edifici.

Cassette Smart

Sul display compariranno i dati dell'inquinamento

Poste Italiane si impegna a installare nel Paese, entro il 2024, 11.000 cassette di impostazione smart, circa la metà nei Piccoli Comuni. Le cassette dotate di tecnologia saranno in grado di verificare la presenza effettiva di corrispondenza, riceveranno dati ambientali (temperatura, umidità, inquinamento) e offriranno informazioni utili ai Comuni di pertinenza.





la misurazione. Un famoso detto anglosassone recita "You get what you measure" e in questo caso è particolarmente vero. Pur sapendo quali sono gli elementi tecnici, comportamentali ed economici che determinano un efficace utilizzo delle risorse è solo attraverso la misurazione dei consumi, delle performance e delle condizioni ambientali che è possibile individuare sul nascere sprechi, casi virtuosi ed opportunità di miglioramento. È per questo motivo che nel corso del 2020 sono stati avviati in parallelo diversi progetti volti a raccogliere dal campo e concentrare in software dedicati per la raccolta, il monitoraggio, l'analisi e la gestione di una quantità enorme di dati. Sempre nel 2020 sono stati anche avviati interventi che sono vecchi come il mondo (piantumazione di specie in grado di assorbire molta CO₂ nel loro ciclo di vita) ma che possono essere realizzati in maniera intensiva in alcuni immobili e terreni di Poste Italiane dotati di spazio destinato a verde. Sempre lo scorso anno ha preso il via il progetto Platoon, finanziato dalla Comunità Europea che vede Poste Italiane tra i 27 partecipanti provenienti da diversi Paesi e che ha l'obiettivo di realizzare e testare sul campo strumenti ed algoritmi in grado di estrarre valore tramite l'analisi dei Big Data originati dal mondo dell'energia.

Gli obiettivi futuri

Allo studio, per il futuro, ci sono già gli impianti di geotermia per gestire riscaldamento e raffrescamento con energia rinnovabile. È in programma la realizzazione di un trigeneratore presso uno dei Data Center di Poste che consentirà con un unico impianto e con considerevoli risparmi di produrre calore, freddo ed energia elettrica in funzione del fabbisogno degli edifici collegati. Si stanno progettando edifici cosiddetti NZEB (Nearly Zero Energy Building) con un fabbisogno energetico minimo. Un tema che assumerà una valenza strategica nel futuro è la gestione delle risorse idriche. I nuovi edifici prevedono la raccolta e il riutilizzo di acque piovane per gli usi non potabili, stessa cosa verrà realizzata nel 2021 e 2022 attraverso la dismissione di serbatoi di gasolio non più utilizzati presso gli Uffici Postali che verranno bonificati o sostituiti con serbatoi in grado di raccogliere acqua piovana che verrà riutilizzata per l'irrigazione di alberi di nuova piantumazione. Infine, in tutti i siti di Poste, si procederà ad una progressiva installazione di miscelatori rompigetto sui rubinetti per ridurre il flusso d'acqua. Nei tantissimi edi-



Il posizionamento del Gruppo La presenza di Poste Italiane negli indici di sostenibilità

Il percorso attuato negli ultimi anni ha permesso di ridurre del 25% in due anni (2017-2019) le emissioni dirette ed indirette di CO₂ del gruppo oltre a ridurre i consumi di energia del 7% con i conseguenti benefici anche economici ed assieme alle altre iniziative di sostenibilità a posizionare il gruppo Poste Italiane tra le aziende più sostenibili al mondo, aspetto certificato anche dall'inserimento di Poste nel Global Dow Jones Sustainability Index nonché dall'inserimento negli indici di sostenibilità FTSE4GOOD e la classificazione tra gli "Industry Mover" del "Sustainability Yearbook 2020" di Robecosam. Poste Italiane figura inoltre nella fascia "Leadership" con rating A- della classifica annuale stilata da CDP (Carbon Disclosure Project), l'organizzazione indipendente no profit specializzata nella rendicontazione ambientale e nella valutazione delle performance e delle strategie sul clima adottate dalle società. Il risultato è stato ottenuto alla prima partecipazione al questionario Climate Change di CDP (cui hanno preso parte nel 2020 oltre 9.600 imprese mondiali) e rende l'azienda sempre più attrattiva per gli investitori che puntano sulle strategie di sostenibilità ambientale.



fici di Poste Italiane, diversi per caratteristiche e dimensioni, si applicheranno differenti approcci per raggiungere la Carbon Neutrality. Nel lungo termine, la missione di Poste è di rappresentare un esempio virtuoso per il Paese con un impatto diretto ma anche con effetti indiretti in termini di cultura green. ●

Alcune immagini della sede centrale dell'Eur: nel quartier generale di Poste, a Roma, con pannelli fotovoltaici e colonnine di ricarica

LOGISTICA SOSTENIBILE

La flotta green e il Joint Delivery

In linea con l'obiettivo di privilegiare l'uso efficiente di fonti rinnovabili e razionalizzare il consumo di energia da fonti fossili, le principali azioni che generano benefici in termini di sostenibilità ambientale nel mondo della logistica sono riconducibili al nuovo modello di recapito "Joint Delivery" e al piano di evoluzione green della flotta aziendale. L'implementazione del nuovo modello di recapito, che prevede il passaggio da un assetto a rete unica, a un assetto a due reti che si differenziano per le modalità, frequenza di consegna e tipologia di prodotto gestito, comporta una riduzione dei chilometri percorsi e favorisce le consegne al primo tentativo di recapito così da ridurre il fabbisogno di flotta marciante. E se pensiamo che sono 33.570 gli automezzi, motomezzi, tricicli, furgoni e veicoli di servizio che fanno della flotta di Poste Italiane la più grande d'Italia e tra le più grandi d'Europa possiamo immaginare gli impatti di queste scelte aziendali sul sistema Paese. Nel corso degli ultimi anni l'Azienda si è impegnata a introdurre veicoli di nuova generazione, elettrici o a benzina a tre o quattro ruote, al fine di incrementare progressivamente la quota green e migliorare al contempo la qualità del servizio. I vantaggi di questa strategia sono di tre ordini: ambiente, sicurezza, servizio. Una flotta sempre più green: si passa dall'11% del 2016, al 17% del 2020, per arrivare entro il 2022 alla sostituzione dell'intera flotta aziendale con mezzi di ultima generazione a emissioni limitate. La percentuale di veicoli alternativi ed elettrici aumenterà in funzione dei modelli disponibili sul mercato automotive compatibili con le esigenze di Poste, con l'obiettivo di ridurre del 40% le emissioni generate dall'attività di recapito con la sostituzione di circa 19.700 veicoli costituiti da circa 4.200 elettrici, 7.200 ibridi e 8.300 ad alimentazione tradizionale ma basso emissivi.



Trasporti L'alleanza con sennder per risparmiare chilometri

Il trasporto di lungo raggio, oltre ad avere un costo elevato, ha anche ripercussioni sull'ambiente in quanto i tir impiegati viaggiano normalmente a diesel con emissioni pari a 900 kg per 1000 km percorsi. Nell'ottica di perseguire una maggiore sostenibilità dal punto di vista ambientale è nata la Joint Venture tra Poste Italiane e sennder, leader europeo nella digitalizzazione del trasporto su strada, che garantirà a Poste Italiane un risparmio annuo superiore al 6% sulle spese per trasporti a carico completo e anche una riduzione delle emissioni di CO₂. Le azioni di ottimizzazione della rete logistica attuate a partire dal 2020, unitamente all'utilizzo di mezzi a ridotte emissioni (LNG – gas naturale liquefatto), hanno portato un risparmio di circa 11,7 milioni di km e una riduzione di più di 7.300 tonnellate di anidride carbonica (di cui 33 tonnellate legate all'utilizzo di mezzi a ridotte emissioni).

storia di copertina

Leggi le news e gli approfondimenti del nostro magazine sul sito www.postenews.it



La valorizzazione dei dipendenti, un pilastro fondamentale della sostenibilità di Poste

Formazione e welfare: per una cultura di impresa che cresce con le persone

Dalle iniziative per i neogenitori a quelle per chi si trova in condizioni di fragilità l'Azienda propone un ampio ventaglio di misure finalizzate al benessere complessivo delle proprie persone, favorendo la presenza di una consistente rappresentanza femminile

di MANUELA DEMARCO

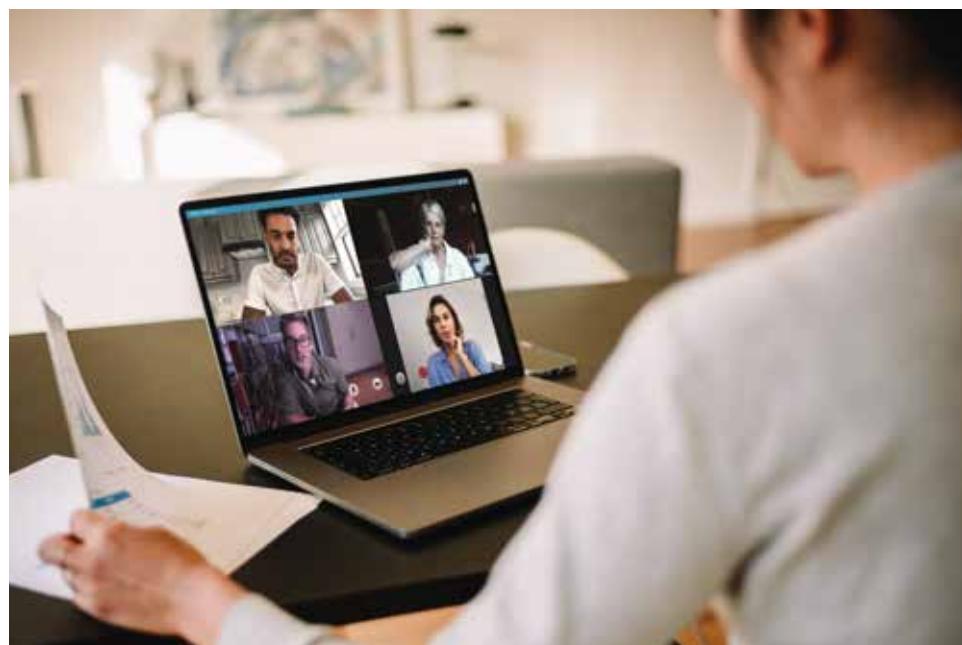


Un'Azienda come Poste Italiane, che ricopre un ruolo di primaria rilevanza per il Paese, attiva una catena di valore che coinvolge molteplici individui, enti, istituzioni e imprese.

Per questo motivo, oltre al rispetto della normativa di riferimento a cui è soggetta, Poste si impegna ad assumere sempre maggiore responsabilità nella salvaguardia del benessere delle persone che lavorano nell'azienda e per l'azienda, che collaborano con essa o che, semplicemente, vivono nelle comunità in cui opera, al fine di incentivare lo sviluppo di una cultura d'impresa inclusiva per rispondere alle nuove sfide e opportunità del mercato. L'obiettivo è sostenere la crescita del business attraverso la valorizzazione del capitale umano, cogliendone le potenzialità, sviluppandone il talento, sostenendone la motivazione, consolidandone l'esperienza attraverso opportunità di crescita.

Formazione e sviluppo people-centred

Lo sviluppo continuo delle conoscenze e delle competenze ha un ruolo chiave nel processo di valorizzazione e crescita delle persone del Gruppo Poste Italiane ed è, al tempo stesso, determinante per la creazione di vantaggio competitivo e per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. La formazione, per Poste Italiane, è parte integrante di un'azione sistematica di sviluppo delle persone finalizzata a rispondere alle esigenze di innovazione poste dal mercato e alle necessità organizzative a livello aziendale. È una leva strategica per lo sviluppo e la crescita delle persone. In tale ottica, il Gruppo attua un processo continuo di creazione e arricchimento delle competenze, promuove lo sviluppo di nuove metodologie formative e prevede l'elaborazione di strumenti innovativi di knowledge sharing. Come richiamato nel Codice Etico, il Gruppo tutela, riconosce e gratifica il contributo di ogni singolo individuo e si impegna a offrire pari opportunità nel lavoro e nell'avanzamento professionale a tutti i dipendenti, leve fondamentali a sostegno della soddisfazione del proprio personale. La certificazione Top Employer 2021 ottenuta un mese fa ha premiato quanto l'azienda ha fatto per la sicurezza sui luoghi di lavoro, in un anno difficile come il 2020, nonché i risultati ot-



tenuti nell'ambito della formazione: oltre 5 milioni di ore di attività che hanno coinvolto in media 19.000 colleghi al giorno con oltre 45 ore di formazione pro capite annue a livello di Gruppo. Questo è stato possibile anche grazie alla nuova piattaforma Learning, che offre una formazione continua, accessibile da qualunque postazione e tipologia di device. È stato inoltre reso disponibile a tutta la popolazione aziendale il catalogo OLA (Open Learning Area) con oltre 130 titoli in continuo aggiornamento. Nel corso del 2020 sono inoltre stati realizzati una serie di programmi di smart learning sulle tematiche più cogenti a garanzia della Business Continuity: corsi professionalizzanti in ambito logistico, finanziario, commerciale, dalla gestione delle emozioni nell'emergenza alla leadership per lo smart working, fino alla comunicazione organizzativa per gestire il personale a distanza. Non ultimo il corso, in prossima programmazione, dedicato al "green public procurement" dove verrà spiegato come progettare una gara "verde", prestando particolare attenzione ai criteri ambientali minimi, ai criteri pre-mianti, alle clausole sociali e al life-cycle costing. È stato accelerato con la pandemia il programma di "Digital HR Transformation" che ha introdotto nuove modalità di lavoro collaborativo in grado di connettere i vari elementi dell'organizzazione. Il programma formativo Adoption365 ha infatti l'obiettivo di fornire strumenti di collaboration digitale a tutta la popolazione per promuovere una cultura della collaborazione, dell'autonomia

e dell'espressione individuale. In versione digitale sono state rimodulate anche le azioni di sviluppo promosse da Risorse Umane per accompagnare le persone nella loro crescita in azienda, ad esempio attraverso il percorso POP, dedicato ai profili junior, e l'MLAB per profili più professionalizzati.

La diversità come valore

Il 20 febbraio 2020 il Consiglio di Amministrazione di Poste Italiane ha approvato la Policy Diversity and Inclusion redatta con l'obiettivo di delineare un approccio chiaro in termini di missione, strategia e pratiche, in grado di generare valore sociale all'interno degli ambienti di lavoro e, al tempo stesso, per il proprio business. La policy, a garanzia di una declinazione operativa dei suoi contenuti, ha determinato la costituzione di gruppi di lavoro interfunzionali per ciascuna dimensione individuata, genere, generazioni, disabilità e interculturalità, con il compito di sviluppare un piano strutturato di iniziative, associate ad indicatori di performance in linea con gli obiettivi strategici di riferimento. La diversità è un valore che deve essere protetto e incoraggiato con azioni concrete e pervasive in tutti i processi organizzativi e gestionali, basati sui principi del rispetto del valore delle persone, della valorizzazione dell'unicità dell'individuo e dell'accesso alle medesime possibilità di crescita professionale. In tale contesto, l'Azienda riconosce e valorizza strategie integrate per lo sviluppo e la gestione dei bisogni delle differenti generazioni che con-

vivono all'interno dell'organizzazione. In tale ottica, in considerazione delle prospettive demografiche e dei relativi impatti sul turn-over aziendale, le politiche puntano a favorire il dialogo e il confronto intergenerazionale. Viene riconosciuta inoltre pari opportunità a tutte le persone indipendentemente dalle disabilità sensoriali, cognitive e motorie con l'impegno a realizzare misure concrete per favorire l'inserimento e l'inclusione delle persone con disabilità, valorizzandone appieno il talento e le competenze e contribuendo in tal modo all'abbattimento di barriere culturali, sensoriali e fisiche. Mettere a sistema il mix di culture diverse al proprio interno attraverso la promozione di una visione interculturale e aperta al confronto multilivello, improntata alla cooperazione organizzativa e sociale è un'altra dimensione di responsabilità attiva da promuovere a tutti i livelli dell'organizzazione. Valorizzare le differenze e favorire lo scambio tra generazioni è ad esempio uno degli obiettivi del progetto "FishBowl generation", un'analisi basata su una metodologia di ascolto innovativa, che ha consentito di conoscere valori guida, linguaggi, comportamenti prevalenti e stili di relazione adottati nei contesti professionali da colleghi di diverse età, per favorire la vicinanza e la relazione attiva tra le diverse generazioni che insistono in azienda. Per rendere la diversità e l'inclusione il paradigma culturale di riferimento, una delle leve è sicuramente la formazione che coinvolge anche i manager, ad esempio con un recente corso sugli Unconscious Bias volto a sviluppare metodi e strumenti per la gestione dei pregiudizi inconsapevoli. Per promuovere un approccio condiviso a livello aziendale nella relazione con la diversità e le fragilità sono stati attivati corsi rivolti a tutto il personale del Gruppo Poste Italiane, relativi alla Gestione della Fragilità (con riferimento alla situazione vissuta durante l'emergenza sanitaria e un focus sui caregiver) e alla Gestione delle Emozioni (in chiave intergenerazionale).

Tutela dei Diritti Umani

L'impegno in favore della tutela e della promozione dei Diritti Umani, di prima e seconda generazione, costituisce elemento fondante della responsabilità sociale d'impresa che Poste Italiane assume e porta avanti con orgoglio, determinazione e un approccio all'insegna dell'inclusione e della prossimità. Le imprese «hanno un ruolo chiave non solo nel rispettare i diritti dei la-



voratori e di coloro potenzialmente interessati dall'impatto delle attività economiche in questione, ma anche nell'elaborare ed attuare strategie di protezione e promozione dei diritti umani e modelli di sviluppo sostenibile», sottolinea il Codice Etico di Poste Italiane. Al tema dei diritti umani l'Azienda ha dedicato un percorso, tutt'ora disponibile e fruibile sulla nostra piattaforma di formazione, rivolto all'intera popolazione aziendale attraverso un programma formativo online i cui contenuti sono stati realizzati e certificati da una organizzazione indipendente di indiscutibile prestigio e autorevolezza quale la SIOI (Società Italiana per l'Organizzazione Internazionale). Obiettivo del corso online è quello di promuovere la conoscenza e la diffusione dei principi guida adottati dal Consiglio per i Diritti Umani delle Nazioni Unite, presentando gli elementi essenziali della cultura dei diritti umani. Poste Italiane ha aderito alla CEO Guide for Human Rights presentata da CSR Manager Network, l'associazione nazionale dei professionisti impegnati nella gestione della sostenibilità nelle imprese. La Guida ai CEO per i diritti umani è un indirizzo alle aziende che vogliono dare il contributo a un positivo impatto sociale per contrastare qualsiasi forma di discriminazione e di violenza con azioni quotidiane e iniziative ad hoc.

L'impegno sul welfare aziendale

L'emergenza sanitaria ha reso evidente la necessità di proteggere i lavoratori e i loro familiari. Il Piano Sanitario con le coperture per il Covid è un'ulteriore conferma della cura che Poste ha per le proprie risorse umane e per le loro famiglie. Il programma di welfare aziendale Poste Mondo Welfare, che si rinnova annualmente nell'ambito di una finestra temporale definita, è un sistema di beni e servizi con finalità di rilevanza sociale messi a disposizione dall'azienda per il benessere dei dipendenti e dei propri familiari attraverso la possibilità di convertire al welfare una percentuale dell'intero Premio di Risultato individuale spettante. Il sistema di welfare prevede prestazioni e servizi personalizzabili, che vanno dalla previdenza complementare e fondo sanitario integrativo all'istruzione e formazione, dalla salute e benessere all'assistenza, dal

tempo libero al trasporto, erogabili in via diretta tramite voucher, sotto forma di rimborso spesa o tramite contributi aggiuntivi. A sostegno della conciliazione familiare, sono attivi gli asili nido aziendale PosteBimbi di Roma e Bologna e una rete di servizi educativi e di intrattenimento a condizione agevolata per le famiglie. A beneficio delle famiglie di Poste Italiane va anche il programma lanciato nel 2015 con il nome MAAM (Maternity As A Master) e oggi ribattezzato Lifeed. I partecipanti acquisiscono consapevolezza dei cambiamenti e delle risorse activate connesse all'esperienza di cura di un figlio. Il vantaggio per l'azienda è valorizzare, attraverso questa "business school di intelligenza emotiva", questa fase di vita dei dipendenti e trarre beneficio dalle loro diverse energie, migliori competenze, maggiore produttività ed efficacia. Poste è consapevole di quanto anche per gli uomini la cura dei figli sia una grande opportunità per migliorare competenze come l'empatia, l'ascolto, la comprensione degli altri, la pazienza e la comunicazione. Crescente, inoltre, la responsabilità dell'Azienda nelle azioni di orientamento per i figli dei dipendenti: dal programma Next Generation a STEAMCamp sul valore dell'innovazione digitale fino allo scambio multiculturale, con borse di studio per soggiorni all'estero sostenute interamente dall'Azienda.

Pari opportunità

A sostegno delle donne lavoratrici e madri Poste ha varato una serie di misure che vanno dal 100% della retribuzione per i cinque mesi di maternità ai parcheggi rosa. Le donne rappresentano una grande ricchezza per Poste Italiane. Le dipendenti del principale datore di lavoro d'Italia sono il 54% del totale e gli Uffici Postali sono diretti per il 59% da una donna. A giugno 2020 Poste Italiane ha fatto ingresso nella "top five" della classifica sulla parità di genere delle società quotate in Borsa stilata da Equileap, organizzazione indipendente che elabora dati e analisi sulla gestione dell'uguaglianza di genere nelle più importanti imprese su scala internazionale. L'impegno di Poste in quest'ambito rientra nella più ampia strategia di sostenibilità dell'Azienda, che vede nella valorizzazione della diversità e inclusione uno dei suoi



Il progetto Lifeed Una community di neogenitori con oltre 10.000 utenti attivi

Sono oltre 500 le mamme e i papà che hanno fatto o stanno completando il programma appena rinominato Lifeed, semi di vita (prima Maam). Poste Italiane è la prima azienda, a livello internazionale, a lanciare nel 2015 il percorso che trasforma la genitorialità in un vero e proprio "master". Possono iscriversi al programma tutte le donne in attesa e genitori con bambini fino ai 3 anni d'età. Si ha accesso al percorso digitale, ricco di contenuti multimediali con una community che ad oggi conta circa 10.000 utenti attivi. L'età media degli iscritti nella nostra azienda è di 38 anni, il 75% degli iscritti sono al primo figlio, il 60% è laureato e il 18% ha un ruolo manageriale in azienda. Il 75% si sente più vicino alla propria azienda.

pilastri fondamentali. L'analisi della nostra performance è inserita all'interno di un approfondimento sulle policy adottate in tema di gender equality condotto su 255 società europee. Con un punteggio di 10 punti percentuali superiore rispetto alla media ottenuta dalle aziende appartenenti al FTSE MIB, Poste Italiane ha conquistato il terzo posto tra le cinque migliori aziende che fanno parte dell'indice. Poste Italiane è infatti partner di Valore D, associazione impegnata nello sviluppo di una cultura inclusiva volta a favorire l'equilibrio di genere nelle organizzazioni e nel nostro Paese, anche attraverso percorsi di sviluppo e corsi di formazione. Tra le iniziative che l'azienda sta mettendo in campo per promuovere il cambio di paradigma culturale e sociale c'è anche l'adesione al programma InspiringGirls, in collaborazione con Valore D, per incoraggiare le ragazze e ragazzi delle scuole medie a seguire le proprie aspirazioni, liberi da condizionamenti di genere, attraverso il dialogo con role model interne per incidere attivamente su stereotipi comuni che accompagnano le giovani generazioni. In tale ambito saranno favorite ulteriori iniziative di sensibilizzazione aziendale e di integrazione tra il sistema scolastico e le imprese per sollecitare l'interesse verso materie di carattere scientifico STEAM (Scienza, Tecnologia, Ingegneria, Arte e Matematica) e formare generazioni sempre più consapevoli sull'importanza di queste. L'obiettivo è quello di creare le condizioni che favoriscano l'empowerment femminile in ogni campo, per questo è necessario che le donne conoscano gli strumenti tecnologici nuovi e acquisiscano competenze scientifiche che traguardano una più equa competizione nel mondo del lavoro.

Macro@Work Dalla parte delle vulnerabilità

In coerenza le politiche di inclusione e tutela dei diritti umani si pone il progetto di ricerca Macro@Work, che affronta il tema della salute nei contesti di lavoro per l'inclusione e la gestione delle persone che vivono con una grave patologia o una malattia cronica. L'Azienda ha deciso di parteciparvi nell'ambito delle iniziative di welfare a sostegno delle vulnerabilità, in collaborazione con la Fondazione Lavoro per la Persona. L'obiettivo della ricerca è intraprendere un percorso di ascolto per individuare le principali implicazioni di natura culturale, organizzativa e gestionale legate a questa condizione e rilevare, al tempo stesso, la sensibilità di tutte le persone che lavorano in Azienda per rafforzare le azioni di risposta alle esigenze reali. L'iniziativa si inserisce in continuità con il piano sperimentale PosteHelp già intrapreso in quattro regioni (Lombardia, Lazio, Campania e Sicilia) e mira a stimolare una maggiore riflessione e consapevolezza organizzativa per prendersi cura dei colleghi con malattie croniche nella loro dimensione personale e professionale.

storia di copertina

Le iniziative di Poste Italiane per il benessere della collettività

Sostegno al territorio e ai clienti più fragili: il ruolo sociale di Poste supera le barriere

L'impegno per i Piccoli Comuni, gli Uffici Postali per i non udenti, il supporto alle donne vittime di violenza e alle famiglie più bisognose sono azioni concrete che confermano il valore della responsabilità

Per vocazione, per tradizione e per senso di responsabilità Poste Italiane accompagna quotidianamente le comunità locali in cui è presente verso processi di modernizzazione e digitalizzazione, promuovendo il benessere dei cittadini e lo sviluppo socioeconomico del Paese. Per sì a supporto delle esigenze della comunità è, infatti, alla base dei valori e della missione aziendale del Gruppo. Con l'obiettivo di incidere positivamente e apportare benefici alla collettività, Poste Italiane promuove specifiche iniziative di inclusione sociale in maniera organica e diffusa, sia mediante la propria rete capillare di Uffici Postali che attraverso il coinvolgimento del volontariato aziendale e/o il finanziamento di specifiche progettualità a valenza comunitaria mediante erogazioni liberali e sponsorizzazioni.

L'impegno per le comunità

Al fine di incidere positivamente sul tessuto sociale, favorire la crescita economica del Paese e, al contempo, rafforzare la presenza strategica dell'Azienda sul territorio, da novembre 2018 il Gruppo, nell'ambito del programma "Dieci Impegni a favore delle comunità nei Piccoli Comuni", ha avviato in collaborazione con le principali istituzioni e amministratori locali, alcuni specifici interventi a favore delle realtà locali con meno di 5.000 abitanti. Nel corso del 2019 sono state messe in pratica le iniziative a supporto dello sviluppo del territorio e sono stati raggiunti tutti gli obiettivi prefissati dal programma. Poste ha raggiunto le realtà locali più periferiche, come il Comune di Morterone, il più piccolo d'Italia, in cui vivono 30 persone, che grazie al nuovo sportello ATM Postamat fornisce ai propri abitanti, in gran parte anziani, la possibilità di effettuare operazioni senza più dovere essere costretti a lunghi

spostamenti per il prelievo di contante. Anche nel 2020 Poste Italiane ha partecipato al premio Cresco Award Città Sostenibili 2020, promosso da Fondazione Sodalitas in collaborazione con l'Associazione Nazionale Comuni Italiani e con il patrocinio della Commissione Europea e del Ministero dell'Ambiente, che mette in risalto l'impegno dei comuni italiani per lo sviluppo sostenibile dei territori. L'Azienda ha scelto anche quest'anno tre progetti di Piccoli Comuni, che si distinguono sullo sviluppo sostenibile per "vivacità, originalità e impegno green".

Valori ritrovati

Sulla base del Protocollo di Intesa stipulato con Caritas Italiana nel 2018 e rinnovato nel settembre 2019 per ulteriori cinque anni, prosegue l'iniziativa "Valori ritrovati", che ha l'obiettivo di destinare il contenuto dei pacchi non ritirati, o non consegnati - i cosiddetti colli anonimi o colli abbandonati raccolti nello stabilimento SDA di Pontecagnano - alle famiglie più bisognose tramite i canali di distribuzione degli "Empori della Solidarietà", il circuito di supermercati che fornisce gratuitamente prodotti di prima necessità alle famiglie bisognose. Sfruttando il principio del riutilizzo della merce, in ottica di economia circolare, "Valori ritrovati" rappresenta un esempio di soluzione concreta ed efficace in grado di preservare valore piuttosto che distruggerlo.

Dalla parte dei più deboli

Nell'ambito delle iniziative a supporto della comunità, Poste rivolge particolare attenzione a tutte quelle categorie di persone più vulnerabili che vivono in situazioni di disagio a causa delle loro condizioni fisiche, psichiche, familiari, economiche, etniche e sociali. L'approccio inclusivo dell'Azienda si riflette nelle costanti attività di ascolto e dialogo con i cittadini, le istituzioni e le associazioni del Terzo Settore sia a livello territoriale che in ambito nazionale, in un continuo processo di conciliazione dei re-

lativi e legittimi interessi. Il programma di "Inclusione lavorativa delle donne vittime di violenza", ritenuto di elevato interesse dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e dal CNEL, ha ricevuto il premio "2020 CSR Coup de Coeur", categoria Dipendenti, da PostEurop, l'associazione degli operatori postali pubblici europei. Il piano contribuisce allo sviluppo di percorsi finalizzati all'indipendenza economica tramite inserimento lavorativo delle donne in uscita dai centri antiviolenza. La best practice di Poste si basa sul rapporto e sul coinvolgimento attivo delle aziende fornitrice del Gruppo, quali destinatarie di progetti di accoglienza lavorativa. In questo modo Poste sostiene concrete forme di responsabilità sociale d'impresa e di solidarietà, supportando molte donne che continuano a subire violenza proprio per insufficienza o assenza di indipendenza economica. Di grande impatto è anche l'iniziativa degli Sportelli LIS in alcuni Uffici Postali per le persone sordi. Personale in grado di esprimersi nella Lingua Italiana dei Segni assiste il cliente sia per normali le attività di sportello, come il pagamento dei bollettini e l'invio di corrispondenza e pacchi, sia per quelle della sala di consulenza presso le quali è possibile ricevere informazioni per i prodotti finanziari, assicurativi e di investimento. Altre misure a favore delle persone dis-



sibili sono comprese nel già citato programma per i Piccoli Comuni, con oltre mille barriere architettoniche già abbattute in meno di un anno e mezzo.

Negli Uffici multietnici

Con l'obiettivo di estendere la propria offerta di servizi ai cittadini stranieri e promuovere al contempo l'inclusione socio-economica delle comunità straniere all'interno del Paese ha istituito gli Uffici Postali multietnici dislocati su tutto il territorio. Gli Uffici Postali dedicati ai cittadini stranieri - multietnici o monoetnici a seconda delle esigenze del

Poste sostiene la Carta delle Pari Opportunità contro le discriminazioni sul luogo di lavoro

Poste Italiane aderisce alla Carta per le Pari Opportunità e l'Uguaglianza sul Lavoro promossa dalla Fondazione Sodalitas, una dichiarazione di intenti, sottoscritta volontariamente da imprese di tutte le dimensioni, per la diffusione di una cultura aziendale e di politiche inclusive, libere da discriminazioni e pregiudizi, capaci di valorizzare i talenti in tutta la loro diversità. La Carta rappresenta uno strumento concreto per l'attuazione di programmi di gestione della diversity. In oltre dieci anni, la Carta è stata volontariamente sottoscritta da oltre 800 tra imprese, organizzazioni no profit e pubbliche amministrazioni



Carta per le pari opportunità e l'uguaglianza sul lavoro

che impiegano oltre 700.000 lavoratori al fine di promuovere la cultura della diversity in azienda e di politiche delle risorse umane inclusive, libere da discriminazioni e pregiudizi, valorizzando così talenti eterogenei. La Fondazione Sodalitas e le imprese aderenti alla Carta fanno parte della Piattaforma Europea delle Diversity Charters promossa dalla Commissione Europea per contribuire concretamente a combattere la discriminazione sul luogo di lavoro.



territorio – sono situati all'interno di aree con elevata concentrazione di cittadini stranieri o presso aree trafficate, come ad esempio nei pressi di stazioni ferroviarie. Inoltre, a supporto degli operatori è stato creato un allestimento ad hoc con tutto il materiale pubblicitario e di comunicazione tradotto nelle varie lingue dei segmenti di clientela target individuati. In linea con l'impegno adottato dall'Azienda a supporto

dell'inclusione socio-economica dei cittadini stranieri, a dicembre 2019 sono stati attivati due ulteriori UP multietnici. All'interno dei 29 Uffici Postali multietnici attivi, sono stati registrati più di 3,4 milioni di clienti serviti. Inoltre, in continuità con gli anni precedenti, nel 2019, sono state effettuate oltre 5,5 milioni di operazioni. Un altro segnale della presenza di Poste nell'Italia che cambia.

Lio Piccolo è una località del comune di Cavallino Treporti, nella città metropolitana di Venezia. Al piccolissimo borgo, che si sviluppa attorno alla chiesa dedicata a Santa Maria della Neve, si accede attraverso una strada panoramica, la frazione sorge su un insieme di isolotti, separati da strettissimi canali e ricoperti da orti. La presenza di Poste Italiane è testimoniata delle nostre due portalettore. Sotto, gli interventi per l'abbattimento delle barriere architettoniche e gli sportelli dedicati alle persone sordi. In basso, il postino Andrea a Sestola, comune di poco più di 2.000 abitanti in provincia di Modena

FINANZA SOSTENIBILE

Fondi responsabili e polizze modulari per un mondo ESG

di ERNESTO TACCONI



La finanza sostenibile è uno degli otto pilastri di Poste Italiane, che ha da tempo integrato i criteri ESG nelle strategie che riguardano sia il settore finanziario sia quello assicurativo. Le società BancoPosta Fondi SGR e Poste Vita hanno aderito ai Principles for Responsible Investments delle Nazioni Unite, formalizzando il proprio impegno in questo senso. Poste Vita ha anche aderito ai Principles for Sustainable Insurance, con l'obiettivo di diventare una delle realtà più influenti nella diffusione di una cultura sostenibile nelle operazioni assicurative. Oltre alle politiche di investimento e assicurazione responsabile, BancoPosta Fondi SGR e Poste Vita hanno adottato le "Linea Guida in materia di esercizio del diritto di voto ed attività di engagement", un documento che definisce le misure e le procedure per assicurare che i diritti di voto siano esercitati conformemente agli obiettivi prefissati e al sistema normativo aziendale, con particolare riferimento alla Politica di Investimento Responsabile adottata. Infine, con l'obiettivo di monitorare le attività di investimento in settori a rischio, Poste Vita e BancoPosta Fondi SGR hanno adottato le "Linee Guida per l'investimento in settori sensibili", definendo misure per individuare, valutare e monitorare l'esposizione ad attività che presentano un rischio intrinseco rilevante dal punto di vista ESG e consentendo di incorporare aspetti di natura ambientale, sociale e di governance nel

processo d'investimento.

Prodotti sostenibili

È nato in quest'ambito Poste Investo Sostenibile, il prodotto finanziario di Poste Italiane per un investimento responsabile. Il fondo orienta gli investimenti verso titoli che sono selezionati abbinando l'analisi finanziaria per la valutazione delle potenzialità di crescita e l'applicazione di parametri rigorosi legati al profilo di sostenibilità, mediante la valutazione dei fattori ESG. La caratteristica principale del fondo bilanciato obbligazionario Poste Investo Sostenibile è l'approccio prudente nonché la grande diversificazione settoriale e geografica. Il 30% circa del portafoglio (che può arrivare anche al 50%) è rappresentato dalla componente azionaria (che si diversifica a livello globale) mentre quella obbligazionaria è investita soprattutto in titoli governativi e corporate in euro (questi ultimi sono titoli di debito emessi da grandi società private). Anche per quest'altra componente c'è una diversificazione in modo tale da poter cogliere meglio tutte le opportunità offerte dai mercati globali nonché quelle delle società che emettono dei titoli definiti in dollari. Un altro esempio concreto di finanza sostenibile è rappresentato dall'offerta assicurativa modulare Poste Vivere Protetti, un prodotto dedicato alla clientela retail, modulabile e personalizzabile in funzione delle specifiche esigenze del cliente, con specifiche coperture di tutela legale in relazione a cyberbullismo e stalking, difesa penale per reati commessi, acquisti online, reputazione online e uso fraudolento delle carte di credito.



storia di copertina

La sfida dell'innovazione affrontata con le migliori menti delle università italiane

Nell'Ufficio Postale del futuro costruito da giovani visionari

Un gruppo di studenti del Politecnico di Torino, guidato dai tutor di Poste Italiane, ha messo a punto progetti sostenibili per migliorare la customer experience



di LUCA TELESE

Giornalista, opinionista e conduttore televisivo e radiofonico. Su La7 conduce in estate il programma "In Onda" in prima serata, collabora con diversi giornali tra cui La Verità, Vanity Fair e Panorama



Un'immagine del progetto di Ufficio Postale del futuro realizzato con gli studenti del Politecnico di Torino

Sarà diverso. Sarà digitale. Sarà poliedrico. Sarà connesso. Parlerà lingue diverse. Avrà spazi polivalenti, tempi di fruibilità senza vincoli di orario. Sarà accogliente. Sarà più simile a un centro di servizi e di consulenze, ritagliate sulle esigenze più disparate, che al classico sportello ottocentesco, con la sua fila, i suoi riti sempre uguali, le sue attese, i suoi timbri e le sue scartoffie. "L'Ufficio postale del futuro" sarà così: ma il processo che porta a questo risultato non è un gioco di ruolo, un film di fantascienza con un bel copione già scritto, o un progetto comprato a scatola chiusa, concepito a tavolino come se fosse un teorema matematico. È già una realtà, un impegno che nasce da un progetto concreto, un work in progress che si evolve passo dopo passo, a grande velocità. Ed è dunque un cantiere di innovazione continua, una sfida di progettazione senza rete, che coinvolge tutte le intelligenze possibili. È questa la prima immagine che mi colpisce quando inizio il mio viaggio parlando con Emiliano Vernini, 40enne, vulcanico referente per le iniziative Laboratorio di Innovazione nella macro funzione Digital, Technology & Operations di Poste. E quando subito dopo di lui, indagando su questo tema, sento in sequenza la sua squadra, e i responsabili dei settori più importanti coinvolti nel progetto. Quando inizio questo piccolo viaggio scopro che nel terreno più decisivo per le sfide del suo domani, l'azienda mette in campo collaborazioni con le università, brainstorming tra i dipendenti, challenge con cui coinvolgere gli studenti del Politecnico (nell'ultimo caso quello di Torino, ma in passato anche quello di Milano, prima ancora l'Università di Roma) tessendo l'ordito di un percorso creativo fondato sulla forza delle idee, piuttosto che sulla ritualità dei ruoli o degli schemi.

Sfida a sei

L'ultimo capitolo di questa vicenda nasce infatti da una collaborazione tra Poste e il Politecnico di Torino. Tra ottobre e dicembre, per due mesi, gli studenti (30

impegnati in 6 team) hanno lavorato per produrre nuovi progetti. La formula prescelta è stata quella della "Challenge". Ovvero di una sfida tra sei squadre di universitari (seguite e guidate dai tutor dell'azienda) che lavoravano, in concorrenza, su progetti diversi. Vernini - che da coordinatore dell'area Innovazione tirava le fila di questo lavoro - spiega come è nato questo piano, e perché. Mi dice, con un sorriso: «Facciamo ricorso sempre più spesso alle challenge e alle collaborazioni con le università, perché questa modalità ci mette in contatto con mondi diversissimi, che per noi sono vitali. I nostri interlocutori sono studenti, sono giovani, sono entusiasti: molti di loro, spero tutti, saranno i nostri clienti del domani, altri forse saranno, mi auguro tanti, i futuri dirigenti di questa azienda...». Probabilmente Vernini avverte il mio stupore mentre mi racconta questa linea di grande apertura verso l'esterno, e così mi spiega quale sia la ratio che Poste sta seguendo: «Questi ragazzi hanno la mente libera, non hanno le sovrastrutture di chi lavora da anni, magari benissimo, in una organizzazione gerarchica e stratificata. Loro, al contrario di noi, non vedono il presente come un ostacolo, ma il futuro come un obiettivo». Poi, Emiliano declina l'esempio: «Prendiamo questa challenge sull'Ufficio Postale del futuro: delle sei squadre coinvolte, tutte hanno inserito nei loro progetti idee valide e innovative.



Emiliano Vernini



Rosanna Stanco



Mauro Zucchelli

Una di queste squadre è riuscita a congiungere più intuizioni, costruendo un progetto articolato che noi abbiamo considerato di livello addirittura superiore».

Mix di professionalità

Anche Rosanna Stanco (che lavora nel team di Vernini ed è stata una delle tutor che ha seguito sul campo gli studenti di Torino nel loro lavoro di progettazione) condivide questa impressione: «La cosa che più mi ha colpito di questi ragazzi è stata scoprire, quando nel lavoro di squadra si è affrontato il tema della ri-progettazione degli spazi, che gli studenti del Politecnico avevano nel loro gruppo un mix di professionalità diversissime, ma già perfettamente integrate tra di loro. Lavoravano già come una squadra multidisciplinare e affiatata, accompagnando alla fase più creativa anche quella concretissima della progettazione di dettaglio e della conseguente analisi costi-benefici. Alcuni gruppi avevano fatto anche

stime sui prezzi chiavi in mano simili alla spesa che serve per acquistare un'auto di media grandezza». Questi ragazzi si sono rivelati visionari, dunque, ma anche molto pragmatici.

L'architrave di Poste

Nel team che ha dialogato con i ragazzi, e che ha connesso il loro lavoro con l'esperienza dell'Azienda, c'era anche Mauro Zucchelli, responsabile della Qualità e dei

processi di funzionamento degli Uffici Postali. Zucchelli è un quadro relativamente giovane, ha 34 anni, viene da Bergamo, ma nella sua rapida carriera ha fatto in tempo a fare quasi tutto, a partire dal lavoro agli sportelli. Se ci parli capisci subito che ha una conoscenza quasi encyclopedica, di dettaglio, della situazione di partenza del mondo Poste sul territorio: «Abbiamo la rete capillare aziendale più estesa d'Italia. Ma anche la più estesa d'Europa. E in questi tredicimila Uffici Postali, che sono, ovviamente, situazioni molto diverse tra di loro. Alcuni di questi sportelli sono ubicati in edifici storici, di pregio, sottoposti addirittura a vincoli delle soprintendenze. Altri sono nei piccoli comuni italiani, i più sperduti. Altri sono di nuova edificazione e concezione, si prestano più facilmente a implementare le innovazioni di cui stiamo parlando. Più di uno su due è infrastrutturato con gli ATM, ovvero gli sportelli di servizio semi automatici, che tutti conoscono come Postamat». Zucchelli fa un collegamento con il tema della ricerca: «Nella challenge del Politecnico alcuni ragazzi sono arrivati a immaginare dei percorsi prestituiti per permettere, ai cittadini stranieri, di ottenere persino il permesso di cittadinanza online. Ecco come lo studio sull'Ufficio si lega alla domanda che ci arriva dai territori». Ancora Vernini: «Io immagino che il futuro della nostra azienda, la scommessa più impegnativa, ma anche più bella, sia nella capacità di coniugare l'aspetto digitale e quello fisico. Il che significa anche che lo sportellista di domani diventerà un assistente che guida la clientela, e che la indirizza nel suo percorso, piuttosto che un terminale costretto e sottoposto ad azioni ripetitive». Ovviamente anche questo, in parte, sta già accadendo.

La parità di genere testimoniata dalla presenza nell'indice GEI

Le donne in Poste Italiane: «Qui la diversità di genere è determinante sul lavoro»

Da Roma a Teramo, ecco gli esempi di come il Gruppo si impegni concretamente nella lotta alla disuguaglianza di genere: «Uomo o donna, l'altra metà del cielo è un patrimonio. Che serve a tutti»



di PIERANGELO SAPEGNO

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

Tiziana Gasbarra è una vita che lavora alle Poste. E dev'essere davvero molto brava se qualche anno fa, nel 2017, il suo dirigente l'ha chiamata da Frosinone, dov'era direttrice della filiale, e le ha detto senza troppi peli sulla lingua: «Guarda, ti do una filiale impegnativa, quella di Roma Sud. Tu sei in gamba, confido in te». Fu una scelta azzecata, funziona tutto bene. Ma Tiziana Gasbarra ha messo a posto le cose e governa il suo piccolo impero con altre donne al comando: Valentina Ciccioli, responsabile della Gestione Operativa, Diana Pezzoli, di quella Commerciale, e Ramona Demasi alle Risorse Umane, che non è una sua diretta collaboratrice, ma che di fatto lavora con lei. Un angolo di mondo tutto rosa, perché, dice, «dovevo cambiare e le donne in una situazione complessa credono più degli uomini che si possa andare oltre, affrontare le difficoltà. Non è sempre facile farsi seguire dagli uomini in un percorso lastriato. A volte bisogna uscire fuori dalla logica, essere un po' meno razionali. Serve quel briciole di irrazionalità che aiuta a sfidare le imprese complicate. Ci vuole una spinta emotionale molto forte. Così mi sono trovata a costruire un team con queste caratteristiche, quelle di non arrendersi mai, di combattere sempre».

Poste e la tutela della diversità

Alla fine, Tiziana Gasbarra è solo uno degli esempi in un'Azienda, quella di Poste Italiane, che è entrata per il secondo anno consecutivo nel Bloomberg Gender Equality Index (GEI), l'indice di riferimento mondiale sulla parità di genere, ottenendo un punteggio significativamente superiore a quello delle società valutate, che sono 380 di undici settori produttivi, con una capitalizzazione di mercato da 14 trilioni di dollari e sedi in 44 Paesi diversi. Giuseppe Lasco, Condirettore Generale di Poste Italiane, sottolinea con orgoglio «il fatto che più della metà della nostra forza lavoro è composta da donne, così come la maggioranza dei direttori degli Uffici Postali». Si tratta di un riconoscimento importante, che si aggiunge all'ingresso nella top five della classifica sulla Gender Equality delle società appartenenti all'indice FTSE Mib della Borsa di Milano, oltre all'Oscar di Bilancio per il 2020. Per l'Amministratore Delegato di Poste Italiane Matteo Del Fante la presenza nel GEI per il secondo



La squadra di Poste nell'Ufficio di Teramo Centro

anno consecutivo dimostra come «la tutela delle diversità e l'inclusione rappresentino un pilastro chiave della nostra cultura aziendale». Il GEI monitora i risultati delle aziende impegnate ad affermare il principio della parità di genere, attraverso lo sviluppo di politiche mirate e la trasparenza delle performance raggiunte. I cinque parametri sui quali Poste Italiane è stata misurata sono la leadership femminile e la valorizzazione dei talenti, la parità salariale, la politica inclusiva e quella per la prevenzione e il contrasto delle molestie sessuali, e la riconoscibilità come brand che promuove la parità di genere. Con grande soddisfazione Del Fante ha spiegato che «l'impegno che l'Azienda ha assunto per la promozione della parità di genere è coerente anche con gli obiettivi generali del Paese per una ripresa economica sostenibile e con quanto programmato all'interno del Piano nazionale di Ripresa e Resilienza, che vede nella lotta alla disuguaglianza di genere un presupposto fondamentale».

L'esempio di Teramo

In questa realtà, forse una citazione particolare spetta a Teramo, dove l'attenzione per la parità di genere è testimoniata da numeri importanti: 441 dipendenti donne (45 con incarichi dirigenziali) su 671, il 66



Tiziana Gasbarra

per cento delle risorse distribuite fra 93 Uffici Postali e 4 centri di distribuzione. In tutta la provincia, 26 uffici sono interamente rosa e in quello di Teramo Centro ci sono 21 donne su 26. Il direttore, Raffaele Guardiani, spiega che fra tutte queste signore si è sempre «trovato molto bene». La stragrande maggioranza è sportellista, spiega, «e il punto forte del nostro ufficio sta proprio nel

rapporto con il cliente, nella disponibilità che offriamo. E loro sono bravissime». Ci sono 9 sportelli, dice Oriana Molinetti, e, considerando i doppi turni, 18 operatori: 17 sono femmine. «L'unico maschio è molto gentile con noi, ci porta il caffè, molte volte viene qui con i dolcetti». Il fatto, aggiunge Antonella Lucianetti, da 14 anni allo sportello filatelico, «è che siamo un gruppo molto unito, non ci sono mai contrasti né invidie. Scherziamo fra di noi, abbiamo creato un bel clima e prima del lockdown ci trovavamo spesso tutti insieme fuori di qui a prendere una pizza, o al ristorante». L'ultima cena è di agosto, dice, quando la quarantena per il Covid sembrava essersi un po' allentata: «Quel rito ci manca tantissimo». Un'altra donna, Katia Iachini, che è andata in pensione da un anno, lo ripeteva sempre: «Siamo una famiglia, perché passiamo più tempo in quest'ufficio che a casa. Ma siamo una famiglia senza veleni,



Tre ragazze dipendenti di Casoli in Atri, in provincia di Teramo

perché riusciamo ad andare d'accordo». E Antonella Lucianetti di famiglia se ne intende, visto che ce l'ha bella numerosa, con il marito, tre figli, il cane, la tartaruga e una madre che invecchia e che è da accudire. Oriana Molinetti, anche lei sportellista, afferma che questa atmosfera colpisce pure i colleghi che vengono qui per le sostituzioni, «e capita più di una volta che quando vanno via ci chiedono di essere richiamati. Direi che è lo spirito di gruppo la nostra forza, ci aiutiamo fra di noi, ci rispettiamo tutti». L'8 marzo di ogni anno, Raffaele Guardiani arriva qui con le mimose per le sue donne. «Ma quest'anno», dice, «il direttore di filiale, Massimiliano Perazzetti, ha deciso di regalare un fiore a tutte le sportelliste e abbiamo fatto la foto insieme. L'attenzione sulle donne c'è stata sempre da noi. Diciamo che con il cambio della nuova azienda è ancora aumentata. Non so se in altre aziende c'è il nostro senso di appartenenza, lo stesso spirito di gruppo. È grazie a questo che riusciamo a migliorarci. E anche con la crisi e il lockdown i risultati sono aumentati, non abbiamo visto cali».

L'importanza del sacrificio

Le Poste non sono solo uno specchio del Paese. Molte volte ne segnano la strada. E la parità di genere è una cosa che può far bene a tutti. Se uno chiede a Tiziana Gasbarra com'è il potere delle donne, lei dice che «non c'è questa grande differenza. Di diverso c'è il percorso che uno fa. Le capacità attengono alla persona. Il percorso invece non lo facciamo tutti alla stessa maniera. Le donne consumano le unghie. Ci mettono sacrificio, che fa anche parte della loro natura, un'eredità che non è estranea alla nostra società. Io ho due aziende: le Poste, che sento mia, e, quando torno a casa, l'altra azienda. E non cambia niente, aiuto le persone, come i figli, a compiere il percorso che devono affrontare, cerco di insegnargli come fare, come raggiungere gli obiettivi. Le donne ritrovano le stesse logiche, il modo di risolvere i problemi che è uguale. Il lavoro poi ti arricchisce, ti offre altri strumenti. A volte ho visto donne con gli occhi bassi, perché si portavano dietro problemi familiari, crisi, sconfitte, e pensavano di non valere. Io le ho aiutate perché sapevo che sul lavoro potevano riscattarsi. E ho avuto ragione. Attraverso il lavoro hanno recuperato se stesse, scoperto di essere persone capaci. Non sono più indietreggiate. È difficile riscattarsi in famiglia. Ma il lavoro è un'arena che ti dà questa possibilità. E se ti danno fiducia, se hai l'occasione, una donna ce la fa. Non credo che sia diverso il potere, uomo o donna. So che l'altra metà del cielo è un patrimonio. Che serve a tutti».

storia di copertina

L'opinione di Luca Mercalli, il climatologo che ha portato la sostenibilità in prima serata

«L'ambiente è la priorità. Gli italiani si fidano di Poste»

«La rinnovata attenzione nei confronti della mobilità alternativa e dei processi di dematerializzazione sono le eredità positive della pandemia: le aziende che hanno un brand forte e riconoscibile devono influenzare anche i loro clienti in questa direzione»

di FILIPPO CAVALLARO



Quando entri in contatto con Luca Mercalli pensi subito che ci sia qualcosa di sbagliato. Salvando il suo numero sulla rubrica non compare l'icona di whatsapp. Quando lo chiami, gli chiedi subito il perché: «Non uso whatsapp, perché non voglio essere bombardato», sarà la sua replica. In compenso, risponde a tutte le centinaia di mail che riceve ogni giorno: «Lo faccio per una questione di "igiene", per una sorta di sostenibilità personale». Capisci presto che nel pianeta del professor Luca Mercalli non c'è spazio per l'inquinamento e i bombardamenti, ma solo per la pulizia e la serenità: non a caso, il climatologo più famoso d'Italia, uno che è stato capace di portare la sostenibilità ambientale in prima serata su Rai 3, se n'è andato a vivere in un piccolo paese dell'alta Val di Susa, come racconta nel suo ultimo libro "Salire in montagna": «Esiste una fascia della popolazione che può sfruttare le opportunità del telelavoro e fare come me. Rivitalizzare i borghi e favorire così il ritorno dei servizi, compresi quelli di Poste Italiane. Nei piccoli comuni di montagna l'Ufficio Postale è da sempre un punto di riferimento».

Professor Mercalli, il concetto di sostenibilità oggi abbraccia non più solo le tematiche ambientali come in origine ma sfere che riguardano i cosiddetti principi ESG. Come si è arrivati a capire che non può esserci il rispetto dell'ambiente e delle risorse naturali senza un contraltare che riguardi società e governance?

«Sono elementi inscindibili. Bisogna creare un processo di accettazione sociale consapevole che il modello attuale è incompatibile con le priorità ambientali. Se l'ambiente non funziona, non possono esserci né economia, né società né benessere individuale. Le priorità dell'ambiente nascono dalle leggi fisiche, leggi universali che funzionano così e non si possono cambiare. Negli ultimi decenni abbiamo dato la precedenza alle leggi inventate dagli uomini che hanno guastato il clima e la biodiversità con l'inquinamento. Ora, dobbiamo essere capaci, con intelligenza e con il negoziato, di renderci conto che non c'è più tempo e che se l'ambiente collassa la società».

Sarà una nuova emergenza?

«Dobbiamo capire che i problemi ambientali seguono tempi lunghi, ma quando si manifestano non si torna indietro. Se aumenta il livello del mare di un metro per-

diamo Venezia. Non ci sono mascherine o vaccini che possano proteggerci o ripartirci al passato. La plastica negli oceani, la scomparsa di alcune specie sono elementi di grande preoccupazione. Ci stiamo avvicinando ai punti di non ritorno e se non attuiamo subito dei correttivi esauriremo nel giro di un decennio lo spazio per la prevenzione».

Tutte le grandi aziende hanno ormai un proprio bilancio di sostenibilità. Come si fa a valutare la sincerità di chi opera per la sostenibilità?

«Si valuta in modo abbastanza semplice: tutto è misurabile. Dall'energia rinnovabile utilizzata allo smaltimento dei rifiuti, si

possono fare dei bilanci ottimali con numeri che danno la sostanza degli impegni assunti. Conosco dei bilanci e delle aziende che fanno cose eccezionali. Sarebbe importante che l'economia globale non penalizzasse chi adotta queste strategie. Anche le logiche della crescita economiche dovrebbero cambiare perché viviamo in un mondo dalle dimensioni finite».

La pandemia ha accelerato alcuni processi come la dematerializzazione, la digitalizzazione, la mobilità alternativa. Che cosa dobbiamo mantenere di questa esperienza anche quando - come auspicato - usciremo dalla crisi sanitaria?

«La rinnovata attenzione ai trasporti alternativi e la dematerializzazione sono due eredità positive della crisi sanitaria. Dal PC di casa abbiamo accelerato un processo che era già pronto. Ci saranno meno viaggi fisici, meno inquinamento, meno sprechi e questo è un bene».

Perché è stata necessaria una pandemia per spingere dei processi che erano già alla nostra portata?

«L'uomo è fatto così: non agisce se non è posto nello stato di necessità. Non siamo una specie vocata alla prevenzione, siamo una specie vocata al "qui e ora"».

Poste Italiane ha avviato un piano per ridurre le emissioni dovute al trasporto e implementare nelle proprie sedi il ricorso al fotovoltaico, all'illuminazione a led con l'obiettivo non solo di risparmiare ma anche di creare una nuova cultura aziendale. Pensa che possa essere un modello da seguire?

«La svolta culturale di un grande player come Poste può sicuramente influenzare anche i clienti. «Se me lo dice Poste ci credo»: c'è un aspetto di brand che va oltre l'informazione all'interno dell'azienda. Poste ha la grandissima capacità di creare una nuova cultura. Ogni azione volta a ridurre l'impatto diretto sull'ambiente è positiva: i veicoli elettrici, i nuovi strumenti di calcolo per ottimizzare i carichi e i chilometri delle consegne sono tutti aspetti positivi per la logistica di Poste. Bisogna essere flessibili e creativi, sfruttare il digitale anche contro la vecchia burocrazia e far guadagnare tempo alle persone: la sostenibilità è anche questa».



Luca
Mercalli,
climatologo
e divulgatore
scientifico



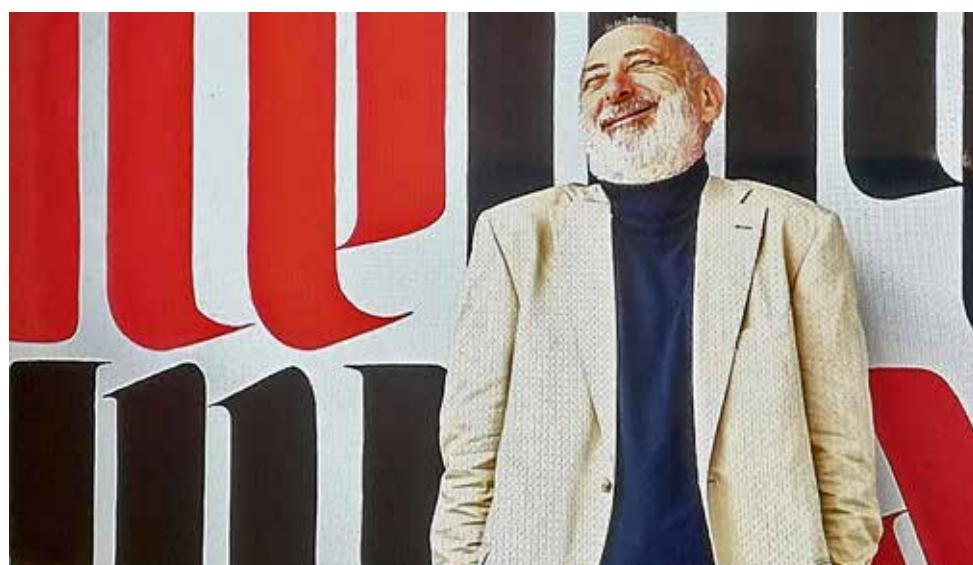
L'esperienza personale del "Salire in montagna"

Perché investire denaro ed energie nella ristrutturazione di una vecchia e scomoda baita nel cuore delle Alpi Cozie? "Salire in montagna" (Einaudi, 2020) è il racconto di una migrazione verticale, con i suoi successi e i suoi ostacoli, per fuggire il riscaldamento globale che rende sempre più roventi le estati nelle città. Mercalli affronta, con questo libro molto personale, il tema del riscaldamento climatico attraverso una narrazione in prima persona che racconta la propria esperienza del "salire in montagna": il tentativo di persuadere della necessità di un cambiamento della nostra esistenza, attraverso una vicenda esemplare.

Parla Jacopo Giliberto, giornalista del Sole 24 Ore esperto di sostenibilità e ambiente

«Lo sviluppo sostenibile è il futuro del business»

«Consumatori e stakeholder non si fidano di messaggi non trasparenti sulla sostenibilità». Invece, l'utilizzo di mezzi ecologici e i risultati raggiunti da Poste in termini di riconoscimenti sono «emblematici della grande efficacia del percorso intrapreso»



Il giornalista del Sole 24 Ore Jacopo Giliberto (ph. Ivo Corrà)

di ANGELO LOMBARDI

 Il ruolo centrale di responsabilità e di supporto per lo sviluppo del Paese di un'Azienda come Poste Italiane ha reso una naturale conseguenza l'implementazione di una moderna strategia di sviluppo sostenibile. La posizione di operatore di riferimento nel comparto logistico in Italia e di leadership nel settore finanziario, assicurativo e dei servizi di pagamento, consente infatti all'Azienda di offrire un fattivo contributo all'economia nazionale. E così, investendo ed operando insieme ad altre realtà, Poste genera risultati positivi non solo per il proprio business, ma anche per i cittadini e le imprese che vivono e operano sul territorio nazionale. Osservando il percorso di sostenibilità intrapreso da Poste, è possibile comprendere che questi effetti sono il risultato di un'attenzione particolarmente efficace data alla gestione integrata di tematiche economiche, sociali e ambientali. Per capire bene come si delinea lo scenario italiano e quali sono i passi che un'azienda compie nell'ottica di uno sviluppo sostenibile, Postenews ha chiesto il parere di Jacopo Giliberto, giornalista de "Il Sole 24 Ore", che si occupa principalmente di energia e ambiente, ma anche di tematiche scientifiche, economiche e industriali, e che viene riconosciuto come riferimento giornalistico nell'ambito della sostenibilità, soprattutto da chi opera specificatamente in questi settori.

Giliberto, ci aiuta innanzitutto a definire con semplicità il concetto di sviluppo sostenibile?

«Possiamo dire, in estrema sintesi, che lo sviluppo sostenibile rappresenta una forma di sviluppo economico compatibile con la

salvaguardia dell'ambiente e dei beni liberi per le generazioni future, il quale ha dato vita all'economia sostenibile, appoggiandosi almeno in parte alla cosiddetta economia verde».

In un momento complesso come questo, con l'economia minata dall'emergenza sanitaria causata dalla pandemia di coronavirus, quanto è importante per una grande azienda comprendere e agire in modo "sostenibile"?

«Oggi ogni azienda "deve" dotarsi di un approccio fortemente ambientale. E sotto-lineo "deve". Non solo nel rispetto di fini etici, ma anche per una logica che definirei "utilitaristica". Sarebbe bello poter affermare che oggi non si vende alcun prodotto, se quest'ultimo non abbia almeno un contenuto ambientale, una caratteristica di sostenibilità».

L'attenzione, dunque, non è alta solo da parte delle imprese ma anche da parte dei cittadini. Cosa possono o devono fare le grandi aziende del nostro Paese per promuovere questo sviluppo sostenibile?

«Oggi i consumatori e i potenziali clienti sono molto attenti nel non farsi prendere in giro da messaggi fintamente ambientalisti. Dunque, la prima cosa che le aziende dovrebbero fare è quella di porre in essere una vera politica di sviluppo sostenibile e non utilizzare questa parola solo come pretesto per diffondere slogan che poi, nel concreto, non rispettino l'effettivo valore di queste tematiche».

Le aziende italiane stanno iniziando a ragionare in una logica di lungo termine per quanto riguarda le politiche di sostenibilità? Oppure è ancora troppo presente la tendenza ad investire per ottenere un vantaggio immediato?



Gli otto pilastri del piano Deliver 2022



Il sito dedicato al Bilancio Integrato di Poste Italiane

«Credo che qualcosa in tal senso si stia facendo. Stiamo vivendo un momento di transizione, durante il quale iniziano a svilupparsi delle interessanti politiche di sostenibilità. Molti dirigenti di azienda, oggi, hanno un approccio realmente ambientalista, ad esempio. Lo sviluppo di queste politiche, dunque, sta seguendo una certa gradualità. Un dato che di certo fa ben sperare per il futuro del Paese, sia in termini ambientali che di sostenibilità economica».

Come giudica il percorso sostenibile avviato da Poste Italiane nell'ultimo triennio, che ha permesso all'Azienda di ottenere importanti riconoscimenti,

tra i quali l'ingresso nel DJSI e la Silver Class di S&P ottenuta di recente?

«Non conosco la realtà di Poste Italiane così nello specifico. Ma certamente l'ingresso nei più prestigiosi indici di sostenibilità internazionali, come quelli che lei ha citato, è emblematico del successo del percorso intrapreso».

Poste Italiane ha da tempo avviato un programma per rafforzare i servizi nelle aree interne e nei Piccoli Comuni. Che cosa significa questo impegno in termini di sostenibilità e quanto è importante?

«Questa è una politica che va sviluppata con sempre maggiore determinazione. Lo sforzo di Poste, così come di ogni altra azienda che si occupa dello spostamento di oggetti da una parte all'altra del territorio, deve giustamente essere quello di perseguire con estrema decisione una politica volta al rispetto delle tematiche ambientali e di sostenibilità. L'uso di imballaggi riciclati, nonché l'utilizzo di mezzi di trasporto ecologici, darà la spinta decisiva verso forme di sostenibilità sempre più efficaci». ●

HAI BISOGNO DI INVIARE DOCUMENTI IN MODO SEMPLICE?

Con Poste Delivery Web inviare i tuoi documenti e pacchi non è più un problema. Da oggi puoi acquistare online le tue spedizioni con consegna ai Tabaccai o negozi della rete Punto Poste o all'Ufficio Postale più comodo per te.
Mostra semplicemente il QR Code e al resto pensiamo noi.
Scopri di più su poste.it

postedelivery

Portiamo il mondo nelle tue mani.

Posteitaliane

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Poste Delivery Web è il servizio di Poste Italiane S.p.A. che consente di acquistare tramite l'App Ufficio Postale o sito web poste.it, la spedizione pacchi per l'Italia o per l'estero recandosi direttamente presso la rete degli Uffici Postali e dei negozi della rete Punto Poste, oppure richiedendo il ritiro a domicilio compreso nel prezzo. Per le condizioni contrattuali e le limitazioni dei servizi vai sul sito www.poste.it. Per info e assistenza chiama dall'Italia il Numero Verde gratuito 800.160.000 attivo dal lunedì al sabato dalle ore 8:00 alle ore 20:00, esclusi i festivi.

il nostro lavoro

Obiettivi e strategie per il 2021 secondo il Responsabile Mercato Privati Paolo Martella

Interazione e gioco di squadra per raggiungere grandi risultati

Le sfide dell'anno di MP passano soprattutto dalle Persone di Poste, il capitale più importante: «Continuiamo a sviluppare le competenze e a investire nelle professionalità: puntiamo a un anno record dopo gli eccellenti riscontri del 2020»

Un'Azienda sempre più al passo coi tempi e pronta ad accogliere le nuove sfide: Poste Italiane sarà un punto di riferimento per la clientela anche durante questo 2021. Un'Azienda che, nel difficile anno appena trascorso, ha ricevuto l'apprezzamento dei suoi clienti per essere sempre stata in prima linea nella lotta alla pandemia, attraverso l'encomiabile attività di tutti i suoi dipendenti durante un periodo che, inevitabilmente, è stato molto particolare, con uno scenario che è cambiato improvvisamente e in modo radicale, determinando una minore "pedonabilità" degli Uffici Postali, una riduzione della transnazionalità e una crescita esponenziale nell'utilizzo dei canali digitali.

La fiducia dei clienti

Ma Poste Italiane, si sa, è una realtà che ha un occhio sempre rivolto al futuro. Un futuro che si costruisce anche attraverso un presente virtuoso. A fare il



Il Responsabile di Mercato Privati, Paolo Martella

La "strada" per il 2021

Progettualità

Nuovo Modello Organizzativo
Per cogliere al meglio le potenzialità del territorio: Hub & Spoke e Riclassificazione UP

Nuovo Modello Commerciale
Per fornire maggior supporto al territorio ed esprimere la massima coralità

Nuovo Modello di Servizio
Per generare maggior valore dalla relazione con i clienti: in sala ed a sportello

Strategia

Esperienza in up del cliente
Migliorare l'esperienza dei clienti nei nostri uffici anche attraverso l'accoglienza e la semplificazione dei processi

Omnicanalità
Accompagnare i nostri clienti anche verso un percorso di digitalizzazione in ottica omnicanale

Ampliamento offerta
Cogliere i bisogni dei clienti, sfruttando al meglio tutte le nostre "potenzialità"

Obiettivi

Miglior risultato di sempre sulla RACCOLTA

Crescita su PRESTITI e CESSIONE del QUINTO

Protagonisti nel mercato della PROTEZIONE

Protagonisti su nuovi MERCATI

punto sui prossimi obiettivi è stato Paolo Martella, Responsabile di Mercato Privati di Poste Italiane, nell'incontro di fine 2020 "Punto su di noi". «In questo 2021 - sottolinea Martella - continueremo a lavorare su nuove progettualità. Innanzitutto, partendo da un nuovo modello, sia organizzativo che commerciale. Questo ci consentirà di cogliere al meglio le potenzialità del territorio e di fornire al territorio stesso un maggiore supporto in termini di coralità di interventi. Si aprirà dunque davanti a noi un nuovo modello di servizio, che genererà un maggior valore dalla relazione con i clienti, sia in sala che presso i vari sportelli». «Nonostante questo difficile scenario nel quale siamo costretti ad operare - continua il Responsabile di MP - tutti i nostri addetti hanno sempre continuato ad essere vicini ai nostri clienti, magari guardandoli attraverso i plexiglass e muniti di mascherine. Basti pensare che in pochissimi giorni abbiamo montato circa 30mila divisorii in plexiglass presso tutti gli sportelli e le sale consulenze e consegnato 4 milioni di mascherine ai nostri colleghi. Tutto ciò lo abbiamo fatto, comunque, sempre accogliendo i clienti e "sorridendogli" con gli occhi. Tali comportamenti ci hanno premiato, perché hanno rafforzato il senso di stima e di fiducia dei clienti nei nostri confronti. Grazie a questi comportamenti, anche se in un anno molto difficile, abbiamo raggiunto dei risultati eccezionali e, per certi versi, incredibili. Come, ad esempio, il secondo miglior risultato di sempre sulla raccolta lorda ed anche un risultato oltre le aspettative su quella netta. Inoltre, sui prestiti personali è aumentata la

nostra quota di mercato ed abbiamo ottenuto il secondo miglior risultato anche sulla cessione del quinto. È anche molto positivo il trend fatto registrare sul prodotto Postepay».

Come cambia lo sportello

Ora ecco le nuove sfide, quelle che stanno caratterizzando il 2021, già dai primi mesi. Poste Italiane riparte dai suoi punti di forza: «Sì, le nostre Persone - afferma Martella - continueremo a sviluppare le competenze e ad investire nelle professionalità. E tutto ciò lo faremo attraverso la nostra rete, dunque sfruttando al meglio la capillarità territoriale e la pedonabilità degli Uffici Postali. Tutto ciò lo faremo anche con i nostri clienti, ampliando sempre più le relazioni con loro. Questo progetto verrà portato avanti utilizzando una strategia sempre chiara, migliorando l'esperienza dei clienti nei nostri uffici, anche attraverso l'accoglienza e la semplificazione dei processi. Lavoreremo dunque su nuovi modelli di servizio: questo per generare maggior valore nella relazione con i nostri clienti. Ciò verrà fatto a cominciare dalla relazione di sportello, che passerà a svolgere sempre più attività di relazione, rispetto ad un'attività esclusivamente transazionale, come accadeva in passato. Ma stiamo anche lavorando sulle sale consulenze, perché i nostri specialisti dovranno sempre più interagire con il cliente in ottica multicanale, quindi sia attraverso canali telefonici che con un'offerta a distanza».

Nel segno dell'omnicanalità

«Accompagneremo inoltre la clientela verso un percorso di digitalizzazione in ottica omnicanale - prosegue il Responsabile di MP - e con un ampliamento dell'offerta che sia in grado di cogliere i veri bisogni dei clienti, sfruttando al meglio e ancor di più tutte le nostre potenzialità». Martella si concentra poi, ancor più nello specifico, sugli obiettivi: «Ci siamo posti il traguardo - sottolinea - di ottenere il miglior risultato di sempre sulla raccolta, dopo che, nel 2020, abbiamo ottenuto il secondo miglior risultato in tal senso. Vogliamo inoltre stabilire una crescita su prestiti e cessioni del quinto, nonché essere ancor più protagonisti nel mercato della protezione e più attivi sui nuovi mercati. Ricordo la nuova offerta Rc Auto open market. Perché il nostro motto è "One Team, One Direction", ossia "un'unica squadra verso un'unica direzione", che sta dunque ad indicare lo spirito di squadra e la capacità di lavorare insieme». Non c'è che dire: la nuova sfida di Poste è già iniziata.

un anno dalla pandemia

Dodici mesi fa il mondo cambiò: i retroscena di quei giorni drammatici

Così Poste ha vinto la sfida globale delle mascherine

La nostra Azienda riuscì a garantire la continuità del servizio, anche nella Zona Rossa, grazie a un primo stoccaggio preventivo dei dispositivi di protezione individuale e utilizzando poi i normali voli di linea per importare i dpi dalla Cina, passando per gli scali di tutto il mondo



La mascherina passerà alla storia come il simbolo di questa emergenza, il dispositivo di protezione sul quale più di tutti, a inizio pandemia, l'Organizzazione Mondiale della Sanità e la comunità scientifica hanno faticato a trovare una via comune. Solo in un secondo momento se ne è evidenziata l'assoluta necessità: ma questo ha causato uno choc simmetrico sul mercato del settore, rendendo di fatto introvabili per giorni questi dispositivi e alimentando le discussioni in campo pubblico. La differenza l'ha giocata il tempo. La scelta di approvvigionarsi di mascherine filtranti molto prima di altri, molto prima che le autorità mediche insistessero sull'esigenza e sulla necessità di coprirsi naso e bocca per evitare la diffusione del virus si è rivelata la chiave di volta messa in atto da Poste. Durante l'emergenza coronavirus anche Poste è stata chiamata ad affrontare una delle situazioni commerciali più complesse e assurde che la storia recente ricordi. A inizio pandemia, in Europa, ci si trova di fronte a uno scenario di mercato completamente governato dall'offerta, una domanda infinita con assenza di prodotto e un enorme numero di intermediari, spesso poco affidabili. Poste ha bisogno di diversi prodotti, di cui due di sola importazione, ovvero mascherine e guanti. Alla

fine, solo la Cina aveva ciò che serviva al mondo intero: i cinesi chiedevano di essere pagati in anticipo, non c'era trasporto e il cargo era intasato. Serviva dunque agire in fretta, non sprecare il vantaggio ottenuto precedentemente con lo stoccaggio delle mascherine.

L'approvvigionamento

Sono proprio le mascherine che hanno fatto la differenza nel primo momento critico, quando è stata proclamata la prima Zona Rossa dopo il dilagare del virus nel Lodigiano. Lo stoccaggio ha permesso a Poste di consegnare le mascherine nelle aree della Lombardia che erano state chiuse. Nei magazzini ci sono le mascherine, così come il gel e i guanti, ed è per questo motivo che possono continuare le attività già dai primi momenti, mantenendo l'operatività dei servizi: fin dal 2 marzo a Codogno e negli altri paesi interessati dal lockdown vengono regolarmente pagate le pensioni. Torniamo ai giorni in cui la parola "mascherina" faceva salire i brividi sulla schiena: Poste aveva un fabbisogno mensile di due milioni di pezzi e il mercato ne era praticamente sprovvisto. Il problema non era tanto reperire il prodotto, che in

Il routing Un'operazione internazionale



Guangzhou, Seul, Pechino, Dubai, Kiev, Baku, Tokyo: una fitta rete di voli di linea che portava nella stiva le mascherine destinate a dipendenti e clienti di Poste Italiane: così è stata assicurata la sicurezza dall'Azienda



Lasco: «Per i vaccini abbiamo chiesto uno status prioritario per portalettere e sportellisti»

«Abbiamo presentato formale istanza alla Presidenza del Consiglio, al Ministero della Salute e ai Presidenti delle Regioni per far riconoscere ai dipendenti dell'Azienda che svolgono servizi essenziali negli Uffici Postali e come portalettere uno status prioritario nella campagna di vaccinazione». Lo ha spiegato il Condirettore Generale Giuseppe Lasco, durante il Multistakeholder Forum dell'11 febbraio scorso. «Partendo dal presupposto che l'attività svolta da questi colleghi sotto diversi profili rientra nelle categorie dei servizi di pubblica utilità la vaccinazione – ha sottolineato Lasco – è un atto dovuto da parte delle istituzioni: per continuare a erogare i servizi è necessario che i nostri colleghi vengano vaccinati». Il Condirettore Generale ha ricordato che Poste ha messo a disposizione del Paese struttura, organizzazione e logistica per somministrare il vaccino Anti-Covid. «A supporto di questa istanza – ha concluso – abbiamo definito un accordo con la Fondazione Policlinico Gemelli per la fornitura di un servizio di



consulenza scientifica e organizzativa per un piano aziendale valevole su tutto il territorio nazionale di vaccinazione del personale». Dal mese di gennaio, inoltre, l'Azienda con una sua autonoma organizzazione ha previsto la somministrazione su base volontaria a una popolazione di circa 100mila dipendenti dei tamponi rapidi.



PARTNER CINESI

Poste si è avvalsa della collaborazione di Sengi, partner che ha svolto un ruolo di buyer in Cina e di gestore del trasporto, e l'Azienda di Stato cinese, China National Technical Import and Export Corporation

Cina come detto abbondava, quanto piuttosto farlo arrivare in Italia. Per il processo di approvvigionamento il Gruppo consulta tutto il mercato, dandosi regole vincolanti che spingono i partner di Poste a trasformarsi in intermediari di fiducia, che per l'Azienda anticipano i pagamenti. La decisione finale ricade su due fornitori cinesi: Sengi, partner che ha svolto un ruolo di buyer in Cina e di gestore del trasporto, e l'Azienda di Stato cinese, China National Technical Import and Export Corporation. Sengi carica le mascherine di Poste, comprando spazi in stiva su sessantuno voli commerciali. Ci sarebbero anche gli aerei di Poste Air Cargo per un piano alternativo che, però, l'Azienda non può utilizzare: nei venti giorni clou della crisi c'erano mascherine ferme in molti aeroporti, da Tunisi a Istanbul, fino a India e Messico. Erano tutti Paesi che al momento di far partire la merce si trovavano in emergenza e requisivano le mascherine.

Il carico di "sopravvivenza"

Insomma, nel mese di marzo 2020 nessuno riusciva a far arrivare più nulla. Nessuno, eccetto Poste, che faceva stipare il prodotto nelle stive dei voli commerciali con doppio o triplo scalo, da Taiwan, dal Vietnam, dalla Corea, dal momento che

i voli diretti dalla Cina erano sospesi. Il 19 marzo, ad esempio, arriva alle 8.22 a Milano il volo proveniente da Shanghai con scalo a Mosca: nella sua stiva ci sono 20mila mascherine destinate a Poste. Il 5 aprile, alle 11.20, atterra sempre a Milano il volo da Shanghai con scalo a Baku, che porta 287.500 guanti monouso. Il 19 aprile, nella stiva del volo che parte da Guangzhou, arriva a Seul e sbarca a Milano alle 22.21, ci sono 100.000 mascherine e 350.000 guanti monouso. Accade lo stesso quasi ogni giorno fino a fine maggio. La lista è lunghissima, le località di scalo vanno da Abu Dhabi a Doha, fino a Istanbul, Kiev e Parigi: un giro del mondo, insomma. Nelle stive il carico di "sopravvivenza" del servizio, la mossa che ha fatto la differenza. Mentre il mondo occidentale era in affanno, Poste aveva già coperto una parte del percorso. Una volta trovati i fornitori, ha potuto caricare e ricevere materiali in maniera continuativa, a differenza della maggior parte di istituzioni e di aziende, che incontravano difficoltà nell'approvvigionamento come anche nel trasporto. È stato un vantaggio enorme in termini di tempo e di disponibilità di dispositivi che ha dato modo a Poste di coprire il fabbisogno con cui rifornire giornalmente le strutture operative.

La raccolta di gel e guanti

Non sono solo le mascherine, però, a far parte del kit necessario per lavorare in sicurezza durante la pandemia: anche per gli altri dispositivi, di fatto, la partita è stata tutt'altro che semplice. Il gel disinettante, ad esempio, è stato il primo a sparire dal mercato: alle prime avvisaglie del virus è stato l'unico prodotto a entrare nell'uso comune, modificando le abitudini dei cittadini. La boccetta di gel idroalcolico ha fatto la comparsa in zaini e borsette, creando quasi subito prima un innalzamento dei prezzi, poi la sparizione del prodotto dalla vendita al dettaglio e all'ingrosso. In quei giorni mancava l'alcol e mancavano i contenitori, Poste inventa subito un disinettante fatto in casa, prendendo acqua e utilizzando una pastiglia di cloro con una concentrazione che non fa male alle mani, simile insomma a quello che si usa per le piscine. Viene portato avanti come opzione B, perché non si riusciva a comprare il gel, che è stato il primo prodotto a esaurirsi sul mercato. La necessità coinvolgeva anche diversi formati del flacone, che cambiavano a seconda del lavoro e dalla frequenza di impiego (basta immaginare quanto possa cambiare tra un dipendente di un Ufficio Postale e un portalettere e per tarare i consumi alcuni membri del Comitato hanno personalmente fatto pro-

ve tecniche contando le erogazioni dei flaconi). Sono mancati i contenitori fino a quando molte aziende chimiche si sono riciclate e ne hanno avviato la produzione. E anche lì Poste riesce a raccogliere il necessario per la salute e la sicurezza di clienti e dipendenti. Diversa è la storia dei guanti monouso, l'ultimo dei dispositivi di protezione a trovare un largo consumo. In un primo momento (e in parte ancora oggi) OMS e virologi ne avevano sconsigliato l'uso, temendo che essi stessi potessero veicolare il virus e trasformarsi da tutela a pericolo, soprattutto nel caso di un utilizzo distratto: il rischio, in sostanza, è di infettarsi con le proprie mani coperte dal guanto. La difficoltà di reperimento era avvenuta solo in una seconda fase dell'isolamento, quando era stata la Malesia a entrare in lockdown. I guanti monouso più resistenti sono fatti in nitrile e la Malesia, per quel materiale, è praticamente un monopolio. L'assemblaggio avviene poi in Cina. Quando il governo di Kuala Lumpur "ha chiuso" la nazione per virus, il nitrile è sparito dalla circolazione. Anche in quel caso è stato seguito lo stesso schema: Poste ha fatto incetta per tempo di guanti in lattice. E così anche lo scoglio della terza protezione individuale è stato superato senza alcun impatto sulla continuità dei servizi.

speciale noi in Sicilia

La nostra presenza nella regione è garantita da oltre 9mila persone, anche nelle isole minori

Il fattore umano premia le virtù della squadra siciliana di Poste

La transizione digitale accelerata dalla pandemia ha messo in luce la grande motivazione del personale e le nuove professionalità, con i giovani in prima linea

di RICCARDO PAOLO BABBI



Greci, Romani, Bizantini, Arabi. E poi Normanni, Spagnoli, Francesi. Se c'è qualcosa che la Sicilia e i siciliani hanno dimostrato di possedere nel corso della loro storia è la chiave per affrontare i cambiamenti, anche i più profondi, riuscendo ad amalgamarsi con nuove culture, scontrandosi a volte, ma sempre dimostrando capacità di sapersi rinnovare. Così la pandemia, evento inaspettato e repentino che ha imposto un radicale cambiamento delle abitudini e delle relazioni, in Sicilia si è scontrata con una risposta quasi di natura cromosomica. Facendo leva sul fattore umano, si è riorganizzata e ha gestito la criticità con strumenti la cui genesi parte da lontano. La tappa di "Speciale Noi" si è fermata proprio in Sicilia, per raccontare come il lavoro di Poste Italiane nella regione abbia saputo sfruttare una necessità facendone virtù.

Trasformazione

Lo scorso anno, cavalcando l'onda della transizione digitale come fosse un'opportunità, le risorse applicate in Sicilia sono state 9.035. Di queste, oltre la metà donne (4.393), di cui 402 con ruoli di responsabilità, come **Gaetana Treppiedi**, responsabile Mercato Privati Sicilia, e **Valentina Smiraglio**, Responsabile PCL Sicilia, An-



Il team dell'Ufficio Postale di Pantelleria

tonella Del Sordo, Responsabile Comunicazione Territoriale, **Angela Diolosà**, Responsabile Area Legale. In linea con gli obiettivi di crescita sostenibile, uno degli elementi distintivi dell'azienda e di tutta la squadra di Risorse umane e Organizzazione è stato incentrato sul rafforzamento del patrimonio intellettuale, del livello di professionalità e della motivazione del personale, anche se non sono mancati i nuovi arrivi. Sono state selezionate oltre 3mila risorse dall'esterno per contribuire alla crescente esigenza di personale nel mondo della logistica; oltre 200 risorse sono state impattate dalla mobilità nazionale in ingresso e altre 250 in mobilità all'interno della stessa Macro Area; nel perimetro del Mercato Privati sono stati più di 50 i neoaussunti, chiamati a rafforzare le squadre commerciali con particolare attenzione al presidio delle isole minori e alle aree più isolate della regione. Internamente, ci sono state 200 trasformazioni da part time a full time, 1.200 risorse sono state

autorizzate allo smart working e c'è stato un deciso utilizzo della formazione, che hanno superato la quota di 250mila ore. Un'attenzione particolare è stata posta nei confronti delle categorie più fragili, che sono state supportate e aiutate ad orientarsi, nell'individuazione degli strumenti normativi e contrattuali necessari per il lavoro in sicurezza.

I più giovani

Ma dietro i numeri ci sono le persone, le loro storie, il loro vissuto, dentro e fuori Poste. Storie che creano una rete i cui punti arrivano a toccare anche le isole più piccole della Sicilia. Ci sono i più giovani, come **Pietro Casà** (26 anni, Agrigento), e **Rossella Marazzotta** (26 anni, Gela), rispettivamente il più giovane direttore di Ufficio Postale e il più giovane portalettere in servizio sull'Isola. Ci sono storie di grandi cambiamenti, come quella di **Rossella Greco**, avvocato che aveva deciso di lasciare la propria professione per affrontare una nuova sfida insieme a Poste Italiane, partendo dal ruolo di portalettere e diventando oggi responsabile del centro di distribuzione di Castelvetrano. A raccontarci queste storie è il team di comunicazione territoriale guidato da Antonella Del Sordo e di cui fanno parte Giovanni Corrao e Giuseppe Ciavarella.

Sul territorio

C'è chi divide le proprie giornate con un compagno imponente, quasi tuffandosi nella tradizione folkloristica siciliana. "A muntagna", come i catanesi chiamano l'Etna, è come «una madre che veglia sull'isola e che domina dall'alto la provincia e ridisegna un meraviglioso paesaggio» e che accompagna tutti i giorni **Andrea Panebianco**, Specialist Consulente Mobile della Filiale Catania 2 Provincia, che ogni giorno prende la macchina e raggiunge i

clienti negli UP della sua zona: «Raddusa, Ragalna, Maniace di Bronte, Sollichiata, Castiglione di Sicilia, Santa Tecla: piccoli borghi, centri rurali o montani, frazioni che spesso lottano contro la mancanza di servizi ma dove Poste è presente con il suo Ufficio Postale e dove mi piace portare e fare arrivare anche i servizi di consulenza finanziaria», racconta.

Isola nelle isole

La Sicilia è «un'isola nelle isole» e mancherebbe un tassello se non citassimo una delle più piccole. Ad esempio, Lipari, dove **Tindara Impalà** è Responsabile Struttura complessa: «Ho iniziato la mia esperienza in Poste Italiane quasi 15 anni fa - ricorda - La mia in realtà è stata una escalation: da portalettere a operatore di sportello, poi Direttore Ufficio Postale, inizialmente, di un piccolo ufficio a Merì, poi a Oliveri e quindi San Pier Niceto», fino alla chiamata alle Eolie, per lei che ha sempre sofferto terribilmente il mal di mare.



Tindara Impalà, nell'Ufficio Postale di Lipari. Sotto, un murale realizzato all'esterno del suo UP

In volo e in vetta

C'è chi ha dovuto superare la paura del mare e chi affronta tutti i giorni l'aria. Perché PCL Mal Sicilia effettua quattro voli di Poste Air Cargo al giorno, un servizio che ha permesso l'incremento dei volumi sull'e-commerce garantendo le consegna in un solo giorno. «Bisogna essere più veloci della luce», dice il Responsabile del CS Superiore di Catania **Marco Russo** in versione Nembo Kid. Tocca il cielo quasi con



Nell'Ufficio di Palermo Ausonia gli stalli colorati per le distanze

Per combattere la diffusione del coronavirus è fondamentale evitare assembramenti. Se negli ambienti all'interno degli Uffici Postali il sistema di distanziamento allestito è stato efficace, in alcuni Comuni non è stato semplice gestire la situazione negli spazi esterni. Ma c'è l'esempio della Sicilia, dove si è creato un sistema di stalli formati da cerchi colorati per regolamentare il posizionamento delle persone. La progettazione sperimentale ha riguardato gli spazi esterni dell'Ufficio Postale di Palermo Ausonia, ad opera di un gruppo di lavoro GO MP (Margherita Cardullo e Alessandra Bua), CA/IM (il Responsabile Macro Area Immobiliare Pierluigi Perretta, Chiara Buccieri e Arianna La Sala), CA/TA (il Responsabile CA/TA Giuseppe Marco Buccafusco, Filippo Falanga per SF e Stefano Formica per SL). Il layout redatto è stato condiviso a livello centrale ne è derivato un progetto a livello nazionale, che prevede 1.207 installazioni all'esterno degli Uffici Postali di tutta Italia.



Leggi le news e gli approfondimenti del nostro magazine sul sito www.postenews.it



Le nostre colleghi dell'Ufficio Postale Catania 2



un dito Santina Morina, del CD di Pedara, in provincia di Catania. Fa parte della squadra di 1.700 portalettere che consegnano dalle grandi città fino a tutte le isole della Sicilia, ma lei ha qualcosa in più: arriva sulla sommità dell'Etna.

Senza sosta

La consegna della posta sul Mongibello come vertice geografico, sotto il quale si distendono tutte le attività di sostegno ai cittadini sul territorio nella gestione delle loro quotidiane attività istituzionali, legate alla spedizione di comunicazioni e atti, e all'incasso dei tributi. Lo scorso anno anche il mercato della Pubblica Amministrazione Locale in Sicilia non ha conosciuto sosta: 498 enti tra Comuni, Province, Aziende Ospedaliere, Camere di Commercio e Uni-

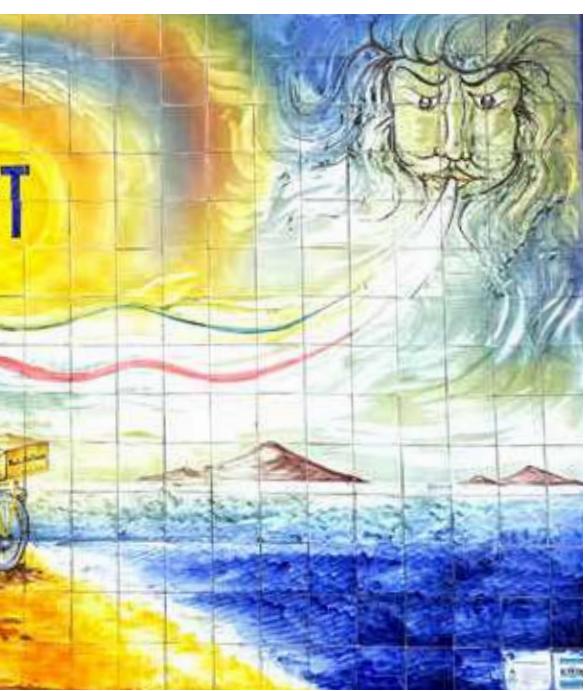
versità per un servizio presidiato in modo capillare da otto Account (MIPA-MAT Centro Sud), organizzati sui due canali di vendita, PAL Large e PAL Medium, coordinati rispettivamente da **Alberto Militello** e **Antonio Cartelli**.

Digital help

Tra i cittadini, però, c'è anche chi ha solo necessità di compiere operazioni semplici nell'Ufficio Postale di fiducia ma che, in questo frangente in cui è necessario evitare assembramenti e regolare il flusso degli appuntamenti, incontra difficoltà nelle prenotazioni attraverso strumenti digitali. A Lentini, il Dup **Antonino Mignemi** ha aiutato una cliente 80enne per memorizzare sul suo smartphone il numero di telefono dell'assistente digitale di Poste Italiane. Un gesto che la signora ha apprezzato e che ha voluto ripagare regalando a tutti i colleghi dell'Ufficio un cesto di cedri da lei coltivati.

Sostenibilità

Un episodio che si collega a un tema molto caro a Poste: la sostenibilità ambientale. Nel piano Fotovoltaico 2021 anche la Sicilia darà il proprio contributo. La gara d'appalto nazionale è stata frazionata in 12 lotti su base territoriale, due dei quali relativi alla Macro Area Sicilia, distinti in Sicilia Occidentale e Sicilia Orientale. Degli oltre 18 MWp di fotovoltaico fissati come obiettivo nazionale entro 24 mesi dall'avvio, corrispondenti al 4% del fabbisogno di Poste, la regione risponderà con 0,84 MWp per il Lotto Occidentale e 1,20 MWp per quello Orientale. Un risultato da attribuire ai referenti di progetto territoriali, **Antonino Bonura** (Building Manager Facility) e **Luigi Giardina** (Direttore di esecuzione del contratto Facility).



La logistica decisiva contro la pandemia

La missione vaccini dalla consegna alle prenotazioni

La Sicilia è stata la prima regione ad attivare la piattaforma realizzata da Poste per il Commissario all'Emergenza

Lo scorso 13 febbraio, in Sicilia come in tutta Italia, è partita la consegna contemporanea dei vaccini Moderna e AstraZeneca effettuata da Corrieri SDA affiancati da conduttori dell'Esercito e scortati dai Carabinieri. «Noi di SDA siamo fieri e orgogliosi di rendere in Poste un importante servizio per il nostro Paese e per i nostri concittadini in un momento così delicato e difficile come quello della pandemia - osserva **Salvatore Guarino**, Coordinatore Operativo Area Sud di SDA - Tutti i pacchi per noi sono molto importanti e il nostro obiettivo è coccolarli come fossero nostri figli, ma al momento un carico ci sta particolarmente a cuore, quello dei vaccini. È talmente importante e delicato che viaggia in appositi furgoni refrigerati e scortati dalle Forze Armate. Per tali consegne non esistono limiti di orari e la fatica viene completamente annullata dalla consapevolezza di consegnare una speranza per il futuro», conclude Guarino che, con l'Operation Area Manager Sud di SDA **Massimo Schiralli**, ha coordinato questa "missione" decisiva non solo per la Sicilia, ma per tutto il Paese.

Relazioni Istituzionali

La Sicilia è stata inoltre la prima Regione italiana ad avviare il sistema di prenotazione online del vaccino contro il

Covid-19, predisposto dalla Struttura Commissariale nazionale per l'emergenza pandemica e realizzato da Poste Italiane. Da oltre 150 anni, l'Azienda accompagna il Paese nelle diverse trasformazioni economiche e sociali e ha realizzato numerosi progetti volti ad apportare benefici alla comunità mettendo al centro della propria strategia e del modello organizzativo i propri dipendenti: il piano di prenotazione e distribuzione dei vaccini in Sicilia ne costituisce l'esempio concreto e tangibile, e rinnova ed esteriorizza ancor di più le capacità logistiche e organizzative di Poste Italiane. Vaccino la cui somministrazione è prenotabile tramite gli ATM Postamat, attraverso il call center o i portaporterelle, grazie al loro palmare. «Il Presidio di Relazioni Istituzionali Territoriali della Sicilia ha consolidato i rapporti con le istituzioni locali siciliane definendo un nuovo modello nella gestione dei rapporti istituzionali, dai Borghi più piccoli alle Città Metropolitane fino ai rapporti con la Regione - ha sottolineato **Alberto Russo**, Responsabile Relazioni Istituzionali Sicilia di Poste - Tutto ciò si è potuto realizzare grazie ai nostri colleghi, che con competenza, impegno e determinazione contribuiscono al raggiungimento di nuovi e sfidanti traguardi».



La presa in carico dei vaccini da parte di SDA alla Caserma Sommaruga di Catania

il terzo anno del giornale

Consegnato all'Archivio Storico il libro con la raccolta dei numeri del 2020

Il racconto corale di Postenews: il valore delle nostre Persone nell'anno più difficile

Dall'inizio della pandemia sono emersi tutti i caratteri che rendono unica questa Azienda, dall'altruismo al sacrificio fino alla capacità di saper trasformare il proprio business

Un anno fa consegnammo all'Archivio Storico di Poste Italiane due grossi volumi. Sono la raccolta dei numeri di Postenews usciti nel 2018 e nel 2019: due tomi rilegati che trovarono uno spazio fisico e simbolico nella storia della nostra Azienda. Ne scrivemmo poi 12 mesi fa, sul numero 23, che arrivò nelle case delle persone di Poste in piena pandemia, in un momento storico inedito con il Paese barricato in casa e molto di noi in prima linea a lottare contro un virus ignoto per garantire la continuità del servizio. È inutile dire che quello che è trascorso sia stato un anno tanto drammatico quanto pieno di racconti, storie, spunti giornalistici che ci hanno permesso di entrare ancor più nel tessuto della meravigliosa comunità di Poste Italiane, sottolineandone i valori, la capacità di trasformazione, la trasparenza e la correttezza e l'enorme altruismo.

La trama del nostro lavoro

Ecco perché a riguardarlo ora, il volume del 2020 - che pochi giorni fa ha trovato anch'esso il suo posto nell'Archivio Storico di Poste Italiane - sembra ancor di più un racconto collettivo, con una trama ben delineata che è appunto esaltata dai nostri valori. Dopo aver raccontato alcuni aspetti del nostro lavoro nei due numeri che precedevano la pandemia, abbiamo cominciato una narrazione puntuale e analitica di come l'Azienda durante l'emergenza sanitaria si era resa indispensabile - ancora una volta - al Paese e di come internamente aveva saputo sfruttare la necessità di cambiare i processi di lavoro accelerando in modo impressionante sulla digitalizzazione, rendendola il driver principale delle proprie attività e, cosa ancor più importante, inclusiva nei confronti dei cittadini.

“La forza e il coraggio” è il titolo che balza agli occhi se sfogliamo il volume del 2020: in quel numero, il 23, raccontammo la drammatica situazione di chi operava nelle zone rosse e le tantissime testimonianze d'affetto che sportellisti e portalettere ricevevano dal Paese, dalla gente, dalle istituzioni, dai personaggi noti del



Le raccolte dei numeri di Postenews nell'Archivio di Poste Italiane

mondo della cultura e del giornalismo.

Passato, presente e futuro

Dopo quel numero, il racconto di come è stato combattuto il virus in prima linea ci ha portati ad analizzare il nostro passato per scoprire che le Poste, durante epidemie e guerre, hanno sempre fatto ciò che noi abbiamo fatto negli ultimi mesi: fornire un servizio essenziale ed essere al fianco dei cittadini. E così è partita la nostra nuova sfida, quella di essere “Vicini a distanza”, come abbiamo titolato



sul numero 25 di Postenews, esaminando in ogni nostro ambito come stavamo affrontando il mondo che cambiava così velocemente. Siamo stati al fianco del Paese anche nella ripartenza, quando ancora si sperava di poter evitare quella seconda ondata che poi è arrivata a mordere la nazione alle caviglie: quel racconto puntuale e preciso lo abbiamo fatto e lo stiamo facendo anche tramite il TG Poste, uno spazio informativo pressoché unico che Postenews è andato a scoprire dietro le quinte nel numero 26. Insieme al Paese siamo tornati a correre, aiutando i cittadini ad agganciare la ripresa economica, con una serie di misure concrete e di sinergie che hanno ottenuto il plauso non solo dei clienti, ma anche del mondo delle istituzioni. Lo abbiamo fatto come lo faceva Gino Bartali, che è diventato un nostro ideale simbolo e al quale abbiamo dedicato la copertina del numero 27, in concomitanza con il francobollo dedicato a uno dei personaggi più amati dello sport italiano del secolo scorso.

Più forti del virus

Come accade nello sport, abbiamo raccontato l'importanza di fare squadra, di creare un modello vincente tramite l'unione delle varie anime del nostro business. E grazie a tutti gli aspetti che si ritrovano in questo racconto corale siamo arrivati ad essere ancora una volta “Più forti del virus”, quando l'Italia si è trovata di fronte al ritorno pandemico: gli sforzi dell'Azienda e delle sue persone nella trasformazione del business, il boom dell'e-commerce e strategie finanziarie ci hanno permesso di arrivare davanti a questa onda d'urto preparati, resistendo e reagendo con tutti gli strumenti che si rendevano necessari. E il percorso del 2020 si è chiuso così con un grande traguardo, che va oltre i premi e i riconoscimenti: la stima delle persone e dei clienti, quella fiducia in noi che più e più volte il management di Poste ha sottolineato essere il nostro più grande capitale. E che ogni giorno, chi lavora in Poste Italiane, sa di poter contribuire a far crescere in modo positivo, così come è testimoniato in questi grandi volumi di Postenews, i grandi volumi della storia della nostra Azienda.

(Giuseppe Caporale, Direttore Postenews)

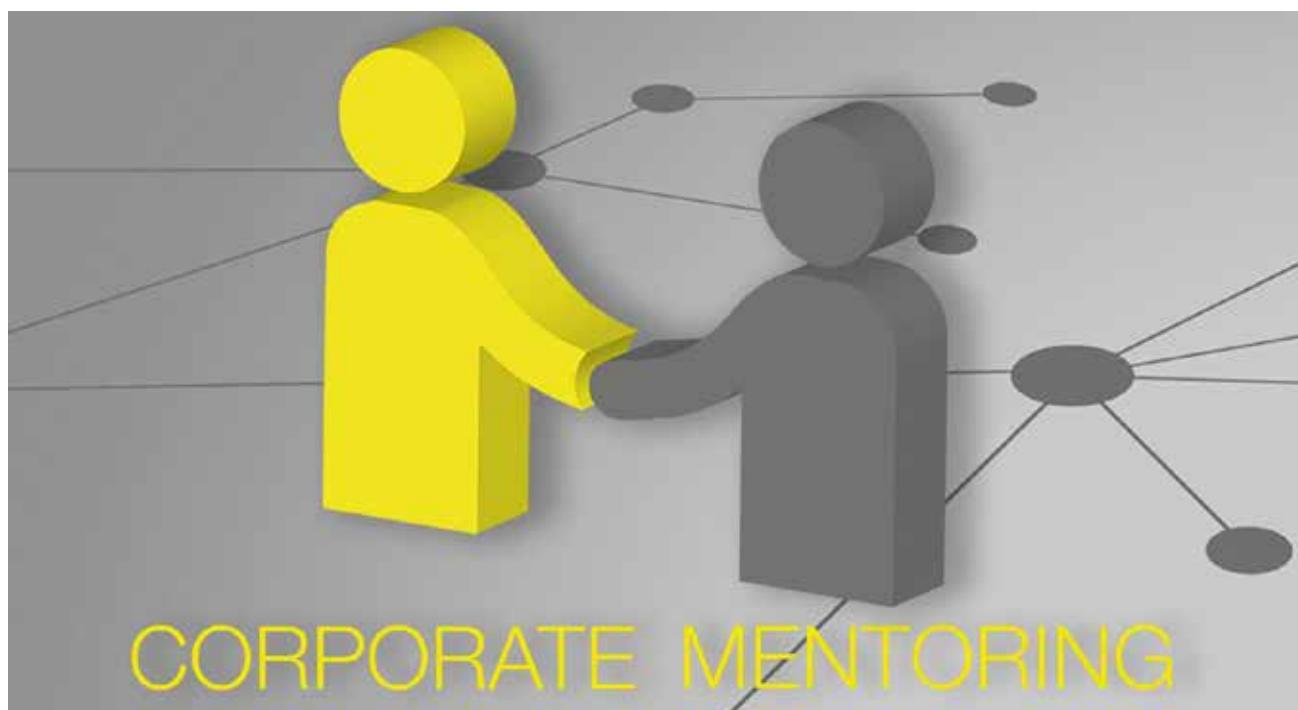


presente e futuro

“Mentor” e “mentee” insieme per condividere esperienze

Mentoring, la forza delle relazioni che esaltano la “squadra”

Il Responsabile Risorse Umane Pierangelo Scappini: «Così facciamo crescere l’organizzazione e insieme crescono le persone». Collaborazione, integrazione e capacità di networking: un asset fondamentale nel segno del “noi”



Sviluppare relazioni positive tra le persone attraverso il confronto con l’altro e la condivisione di esperienze. È qui il senso del mentoring, che può essere considerato non un semplice progetto, ma un vero e proprio asset aziendale, che contribuisce a rafforzare il valore della leadership inclusiva aperta alla diversità. Uno strumento che ci aiuta ad affrontare insieme il futuro, in questo momento di grande cambiamento, attraverso la relazione generativa che si instaura fra mentor e mentee. Il programma per lo sviluppo manageriale di Poste è stato avviato tre anni fa e lo scorso 27 gennaio si è tenuto l’evento di kick off dell’edizione 2021, che ne ha ripercorso le tappe fondamentali e le prospettive, di fronte ad una platea virtuale di oltre 300 mentor e mentee collegati da tutto il territorio nazionale. Un grande impegno andato avanti nonostante l’emergenza in corso, che è destinato a crescere ulteriormente, coinvolgendo un numero sempre maggiore di persone, oltre 600 entro la fine del 2021.

Scambio virtuoso

I mentor e i mentee di Poste Italiane, durante incontri online in un percorso della durata di sei mesi, danno vita a uno scambio tra i primi, che valorizzano la propria esperienza e leadership in Azienda favorendo nuovi comportamenti e offrendo possibilità di ampliare la visione, e i secondi, che si mettono in gioco e lavorano sulle proprie aree di sviluppo, generando valore per la propria crescita personale e professionale.

Doppia crescita

«Il mentoring fa crescere l’organizzazione e fa crescere le persone», ha raccontato Pierangelo Scappini «poggiano sui valori dell’esperienza e della relazione». Il 2020 è stato per tutti un anno difficile e per molti la vicinanza e lo scambio con i colleghi coinvolti sono stati un conforto,

che ha offerto possibilità di «confronto, prossimità, sostegno, opportunità di scambiarsi contenuti di spessore e anche emozioni». Proprio sull’emozione generata nella relazione fra mentor e mentee si è soffermato Scappini, definendola un importante «riferimento motivazionale e fattore di mobilitazione di energia». La valorizzazione dell’individuo nel suo rapporto con l’altro sono centrali nel progetto: «Il mentoring suggerisce possibili risposte ai quesiti del momento che si sta vivendo: la relazione, la collaborazione, la forza del noi, sono strumenti straordinari per affrontare il domani con la consapevolezza del nostro ruolo e del nostro ambiente». Insomma, una vera e propria palestra della leadership».

Le prospettive

Ma cosa c’è nel futuro del mentoring? Vuole diventare «una pratica manageriale continua in quanto asset fondamentale della crescita», come sottolinea Paola Giampaolo, responsabile di Sviluppo e Performance Management, ricordando le novità introdotte quest’anno: «C’è la realizzazione di un albo aziendale dei mentor per valorizzare il loro contributo in Azienda e per creare scambio e community. E tra gli altri obiettivi c’è la messa a regime di tutto il processo in maniera autogestita attraverso un portale dedicato, che favorisce la trasferibilità delle esperienze e dei contenuti». Il viaggio dei mentor e dei mentee proseguirà, quindi, per dirla con Scappini, sulla strada tracciata «della forza di collaborazione, cooperazione, integrazione e network, della legittimazione e valorizzazione delle differenze». Soprattutto in uno scenario di grande e difficile cambiamento come quello che stiamo vivendo, pratiche come il mentoring ci aiutano ad affrontare il futuro «nella consapevolezza del proprio ruolo e di un ambiente che non va subito ma compreso e costruito insieme».

Leggi le news e gli approfondimenti del nostro magazine sul sito www.postenews.it

STEAMCAMP FAMILY

Apprendimento e gioco hi-tech: binomio vincente

Un nuovo percorso pensato per la coppia “genitori e figli”



Nel 2020 aveva riscosso grande successo lo “STEAMcamp” di Poste Italiane, il percorso pensato per far approfondire ai giovani figli dei dipendenti le materie STEAM appunto (scienza, tecnologia, ingegneria, arte e matematica). Fra i mesi di dicembre e gennaio scorsi, il progetto si è ampliato e ha visto il coinvolgimento anche delle famiglie in quello che è stato ribattezzato “STEAMcamp Family”, ancora in collaborazione con Italiacamp. Ha visto coinvolte 60 “squadre familiari” suddivise in tre edizioni, ognuna composta da quattro moduli da due ore: due edizioni riservate a ragazzi di 11-13 anni e una per quelli di 14-16 anni. L’obiettivo è stato il coinvolgimento figli e genitori nella riflessione sui mestieri del futuro e il cambiamento del presente anche con l’obiettivo di rafforzare i processi di “giunzione” generazionale rispetto al gap digitale generato dall’emersione delle nuove tecnologie.

Apprendimento e gioco

Un’esperienza di apprendimento e gioco che ha portato ragazzi e genitori a mettersi congiuntamente in azione per confrontarsi con modelli innovativi che vanno dal coding all’intelligenza artificiale, dalla realtà virtuale a quella aumentata. Un momento di apprendimento e socializzazione per comprendere il valore delle skill digitali unite alle life skill. In ogni edizione, ragazzi e genitori provenienti da tutta Italia, si sono messi in gioco realizzando in maniera virtuale giochi come “Nomi, animali, piante, città” per allenare una memoria artificiale o programmando “Pong”, uno dei primi videogiochi commercializzati.

Un nuovo mondo

L’interesse per i temi trattati è alto, così come confermato dai risultati delle domande poste sia ai genitori che ai ragazzi. Ai ragazzi è piaciuta molto l’interattività e lo sperimentare direttamente ciò che si apprendeva, la possibilità di creare giochi, lavorare con mamma/papà e programmare insieme, la socializzazione che si è creata anche attraverso le “domande iniziali” di ogni sessione. I genitori hanno evidenziato l’importanza del corso e hanno visto i ragazzi divertiti e impegnati in nuove attività; per alcuni di loro è stato bello scoprire un nuovo mondo. E altri che avevano studiato informatica si sono confrontati con il progresso della programmazione. Tra le domande, anche una sui sogni nel cassetto. Qualcuno ha risposto “vivere di rendita”, qualcun altro “viaggiare con il teletrasporto”. Ma quale sarà stata la risposta del figlio e quale del genitore? Un aiuto: il più piccolo non aveva mai visto Star Trek.

visti da fuori

Intervista a Roberto Sommella, direttore del quotidiano economico MF-Milano Finanza

«L'educazione finanziaria cruciale per rilanciare l'Italia»

Secondo il giornalista, il risparmio è il bene più prezioso e il Gruppo Poste deve spingere «spiegando al meglio i tanti prodotti» che offre ai cittadini. Sulla salute: «Gli italiani in pochi mesi hanno capito che è un bene primario che spesso danno per scontato»

di MARCELLO LARDO

 Il risparmio degli italiani, aumentato incredibilmente durante il 2020, rappresenta una risorsa eccezionale per il futuro del Paese e la ripartenza dei consumi. Poste ha un ruolo di responsabilità nel guidare l'educazione finanziaria dei suoi clienti così come la transizione verso un'economia sempre più digitale. Ne è convinto Roberto Sommella, direttore del quotidiano economico MF-Milano Finanza e autore del libro "Milano città aperta".

Riavvolgiamo il nastro di un anno: il 21 febbraio 2020 si è diffusa la notizia del cosiddetto paziente uno di Codogno. Poi sono arrivate l'emergenza sanitaria, le chiusure, i ristori. Lei ha scritto un libro sul "prima", il "durante" e il "dopo" di Milano. Come sono cambiati invece gli italiani nell'arco di un anno e cosa devono aspettarsi dal 2021, soprattutto in termini di "ripartenza" dell'economia, assumendo che la campagna vaccinale ottenga i risultati auspicati?

«Gli italiani nell'arco di un anno hanno capito che la salute è un bene primario che spesso danno per scontato, così come gli americani hanno capito, dopo l'assalto a Capitol Hill, che anche la democrazia non può dirsi sempre al sicuro. In Italia devono tornare il merito, la competenza, la capacità di voler eccellere. Anche questo hanno capito gli italiani, che però, a causa della pandemia, sono sempre più divisi tra chi ha incrementato il suo patrimonio e chi è scivolato nell'area della povertà. Basti pensare che oggi in Italia sui conti correnti bancari sono depositati più soldi di quanto valga il pil nazionale ma nello stesso tempo, a causa della pandemia di Covid, ci sono due milioni e mezzo di disoccupati e 300.000 aziende a rischio fallimento. Milano, infine, come ho raccontato in Milano Città Aperta, editato con Milano Finanza e disponibile in tutti i bookstore digitali, è stata colpita al cuore quando era all'apice del successo economico, sociale e finanziario. Quando si rialzeranno Milano e la Lombardia, si rialzerà l'Italia. In questo senso la prima cosa da fare è completare il più rapidamente possibile la campagna di vaccinazione di tutti gli italiani: chi si vaccina prima, prima potrà ripartire».

La pandemia ha rivoluzionato anche le abitudini di consumo, e non solo, degli italiani: sono esplosi l'e-commerce e i pagamenti digitali, le piattaforme di condivisione sono diventate la normalità per lavoratori e studenti. Che ruolo può avere un big player come



Roberto Sommella, direttore di MF-Milano Finanza

Poste Italiane nell'accelerare e gestire questa transizione verso un mondo sempre più immateriale?

«Con la pandemia abbiamo scoperto di poter svolgere molti lavori a distanza ma anche che tanti lavori a distanza non si possono fare. Si calcola che la combinazione dell'intelligenza artificiale con la crescita dell'economia digitale tra pochi anni causerà la perdita di un miliardo di posti di lavoro. Poste deve stare al passo coi tempi ma allo stesso modo ricordarsi anche che

l'Italia è un paese di piccoli centri, a volte difficili da raggiungere. Deve tenere tutto insieme».

Il 2021 è partito anche come l'anno dello Spid e del Cashback, strumenti che non tutta la popolazione è pronta ad assorbire. Può essere davvero un anno di svolta per l'alfabetizzazione digitale del nostro Paese?

«Sono contrario ai bonus, se ne sono con-



tati oltre 100 ormai. Di bonus e di sussidi si può vivere solo per un tempo limitato. Allo Spid andrebbe accoppiata una campagna senza quartiere contro la burocrazia, il vero male dell'Italia, insieme all'evasione. La prima impedisce allo Stato di restituire in servizi le tasse che i contribuenti pagano. La seconda impedisce di migliorare i servizi e aumenta il debito pubblico».

Altri due temi emersi con insistenza nei mesi della pandemia riguardano la tutela del risparmio e il bisogno di protezione. Le poste sono tradizionalmente considerate un porto sicuro: come si ripaga questa fiducia nello scenario stravolto dalla pandemia?

«Il risparmio è aumentato di 160 miliardi nel 2020 e nella sola Europa ci sono oltre 360 miliardi di euro di risparmi aggiuntivi. Le Poste, come le banche, devono curare come il bene più prezioso questa montagna di risorse, spingendo con forza sull'educazione finanziaria e spiegando al meglio i tanti prodotti finanziari».



Milano prima, durante e dopo la pandemia: un'analisi economica

Il libro racconta da dentro quello che è successo a Milano, epicentro della regione più colpita dalla pandemia di Coronavirus, e all'Italia, senza dimenticare quanto la città del Risorgimento e della Resistenza ha rappresentato e rappresenta per tutta la nazione. Un viaggio lampo - prima, durante e dopo il virus - nella città della finanza, dell'industria e della moda, per capire cosa non sarà più come prima e cosa non serve più da tempo.

Parla il giornalista televisivo e radiofonico David Parenzo, voce storica de “La Zanzara”

«Fiducia, autorevolezza e cashless: ecco cosa rappresenta Poste oggi»

Dalla tecnologia al risparmio fino all'impegno della campagna vaccinale: «Poste sta affiancando il Paese e la forza del suo marchio è una garanzia per i cittadini, in ogni tipo di servizio»

di FRANCESCA TURCO



Ironico, acuto e sempre attento alle tematiche sociali: David Parenzo, che da qualche tempo vediamo nei panni di apprezzato inviato anche sul TG Poste, ha condotto programmi radiofonici e televisivi, tra cui “In onda” con Luca Telesio, “Fuori onda” con Tommaso Labate e il talk show “La guerra dei mondi”. È stato inviato di “Matrix” per Canale 5 e La7, per la quale nel 2011 ha seguito le proteste di Atene. Da circa dieci anni conduce “La Zanzara” su Radio24 con Giuseppe Cruciani, con cui ha vinto anche un’edizione del Premiolino. Ha ideato due web serie per il Corriere della Sera, tra cui “Grazie Europa” per le elezioni 2014.

David, stai vivendo l’esperienza di essere un inviato del TG Poste. Che sensazioni ti suscita questo ruolo?

«Grazie a Poste ho davvero scoperto “un mondo nel mondo”. Un punto di riferimento per ogni cittadino. In ogni città e in tutte le zone d’Italia. Poi, sto ammirando anche un’azienda giovane, dove lavorano tanti professionisti preparati e dinamici. Ma la cosa che più mi ha stupito è l’eccellente dotazione tecnologica di Poste: in questo senso, negli Uffici Postali si tasta con mano l’evoluzione positiva che l’Azienda ha avuto nel corso degli ultimi anni».

E-commerce, servizi digitali. Poste avrà un ruolo preciso in questo enorme cambiamento al quale ci ha messo davanti la pandemia.

«Un ruolo, per la verità, già lo sta avendo. Ed è un ruolo fondamentale. Oggi non vi è più la necessità di recarsi all’Ufficio Postale per svolgere un’operazione. In futuro, sono certo che l’Azienda sperimenterà la disponibilità di nuovi servizi, per completare



quella rivoluzione, anche culturale, che credo sia il principale segno distintivo di Poste in questo suo momento storico».

Cosa pensi della grande rivoluzione digitale del Paese. Siamo maturi per questa transizione o c’è ancora tanto lavoro da fare?

«Sono ottimista. Tanto si deve ancora fare, ma molto già si è fatto. Questo Paese ha le risorse per potersi modernizzare. In tal senso, il ruolo di Poste è già fondamentale. Non vi sono dubbi che l’Azienda sia una delle protagoniste dell’alfabetizzazione digitale dell’Italia».

Tutela del risparmio e bisogno di protezione: ecco due temi importanti emersi dalla pandemia. In tal senso, le Poste sono sempre considerate un porto sicuro.

«Stiamo tornando un po’ al passato: penso ai Libretti Postali di un tempo, che un po’ tutti avevamo. Poste si riappropria dunque, oggi, di un ruolo che in verità ha sempre avuto. D’altronde, quando il cittadino ha a disposizione un marchio, un brand così importante come quello di Poste Italiane, è portato a fidarsi. Fiducia,

David Parenzo,
45 anni,
giornalista,
conduttore
radiofonico
e conduttore
televisivo

autorevolezza e puntualità: oggi le Poste sono questo».

A “La Zanzara” raccogliete ogni sera il disagio, la rabbia, la delusione di tanti italiani in difficoltà. Qual è la tua opinione sulla situazione sociale ed economica del Paese?

«Abbiamo attraversato tre diverse fasi: quella della paura, quella della rabbia ed ora, stiamo vivendo quella della speranza. Fatevi dire che, anche in questo caso, occorre essere ottimisti: questo Paese, per me, ha gli strumenti per uscire dalla crisi. Anzi, oggi dobbiamo sforzarci di pensare che vi siano tutte le condizioni per rimetterci in moto».

Poste Italiane sta partecipando attivamente alla distribuzione dei vaccini, anche con il tracciamento e la piattaforma per le prenotazioni. Che cosa significa per l’Italia avere un’Azienda come Poste al fianco dello Stato in una campagna decisiva per la salute delle persone e per la ripresa economica del Paese?

«È una grande opportunità, che definisce ancor di più il ruolo sociale di Poste. Questa Azienda ha anche una grande conoscenza del territorio. E questo può senza dubbio agevolare le operazioni logistiche. Un’azienda moderna, dunque: che non consegna più solo pacchi o raccomandate, ma che è in prima linea, grazie alla sua politica di innovazione, nella tutela sociale e sanitaria dell’intero Paese. Possiamo dire, in conclusione, che oggi, il postino suona anche più di due volte. Un postino 4.0, sempre pronto a rispondere alle esigenze degli italiani».



incontri e confronti

Leggi le news e gli approfondimenti del nostro magazine sul sito www.postenews.it

Il critico cinematografico Paolo Mereghetti rivela di essere un habitué di carta e penna

«Solo nelle lettere troviamo il coraggio di dire la verità»

Dagli scambi con Bernardo Bertolucci e Liliana Cavani fino alle correzioni che riceve ogni anno dai lettori del suo "Dizionario dei film": «Chiusi nelle buste si mandano messaggi più pensati e profondi, meno immediati di altre comunicazioni che a volte risultano impulsive»



di ANGELO FERRACUTI

Scrittore, ha pubblicato romanzi e reportage narrativi tra i quali "Andare, camminare, lavorare" e l'ultimo "La metà del cielo". Scrive sul Venerdì di Repubblica, La lettura del Corriere della Sera e collabora ai programmi di Radio3

Un lavoro rigoroso quello di Paolo Mereghetti, critico cinematografico del "Corriere della Sera" e autore da venticinque anni del monumentale e omonimo dizionario dei film fatto quest'anno di 33.000 schede, uno che notoriamente non fa sconti a nessuno. Neanche a mostri sacri come Bernardo Bertolucci, l'unico italiano ad aver vinto un Premio Oscar per la regia con "L'ultimo imperatore" nel 1987. «Qualche volta i suoi film non mi convinsevano fino in fondo», commenta con onestà intellettuale, e una volta per uno in particolare, "Prima della rivoluzione" (1964), la pellicola che in Italia ha anticipato la contestazione del '68, si scambiarono delle lettere. «Rivedendo il film mi ero accorto che la prima volta non avevo capito bene delle cose, per dirglielo gli scrissi una lettera a mano, e Bernardo mi rispose gentilissimo».

Le relazioni pericolose

Anche con Liliana Cavani le corrispondenze furono fittissime, «dalle lettere nacque una bella amicizia, pure con i fratelli Taviani ci furono degli scambi epistolari» ricorda, mentre con Federico Fellini solo lunghe conversazioni telefoniche, e successivamente con i registi quasi soprattutto mail, «ma anche adesso mi piace scrivere delle lettere» racconta, «mi piace proprio scrivere, usare la carta, le buste,



Il critico cinematografico Paolo Mereghetti

ho una mia piccola collezione personale di corrispondenza». Se le scambia ancora con alcuni amici, «scrivo su un residuo di discussione, cerco di spiegarmi meglio con la scrittura, perché le lettere vanno più in profondità, sono più pensate, meno immediate delle altre comunicazioni a volte impulsive». Secondo lui è anche una relazione più pericolosa, «il rischio della lettera è che chiede intimità,

confessione, altrimenti ci si scambia solo cose superficiali» mi spiega. Ma le corrispondenze entrano anche nelle trame dei film, e Mereghetti lo sa bene, allora cita il primo che gli viene in mente "84 Charing Cross Road" di Jones con Anne Bancroft e Anthony Hopkins, «dove il proprietario di una libreria antiquaria si scambia per vent'anni queste lettere con una signora americana di New York, e le lettere diventano anche molto più complicate», dice, oppure mi cita un altro film di Ernst Lubitsch del 1940, un classico, "Scrivimi fermo posta", dove «le lettere servono per mascherare», oppure "Poststacele" gli ricordo, il film norvegese girato da Pal Slettaune dove il postino Roy entra nelle vite dei suoi clienti, e in particolare di Line, fino ad essere coinvolto in un intrigo. Certo che lo ricorda, mi cita le ambientazioni e certe scene girate alla stazione centrale di Oslo, dove il protagonista butta la corrispondenza nelle gallerie, tra i binari. «Nelle lettere si ha il coraggio di dire delle cose che faccia a faccia nessuno avrebbe il coraggio di dire».

Dai lettori

Durante il lockdown ha scritto a una sua amica romana, «ci scambiamo delle impressioni nell'impossibilità di vederci, frequentarci». Ma ne continua a ricevere molte anche dai lettori, «nel dizionario c'è un indirizzo di posta, mi mandano suggerimenti, piccole correzioni da fare,



Una vita per il cinema tra saggi e festival

Paolo Mereghetti (Milano 1949) è giornalista e critico per il Corriere della Sera e lo Donna. Ha scritto per Ombre Rosse, Positif, Linea d'ombra, Reset, Lo straniero, Ciak, Gli asini e tiene una rubrica su Blow up. Oltre a numerosi saggi e volumi di argomento cinematografico, nel 2007 ha pubblicato per i Cahiers du Cinéma e Le Monde un volume su Orson Welles, uscito in Italia da Rizzoli e in Spagna e Gran Bretagna da Phaidon. Nel 2012 ha curato per Contrasto il volume Movie Box, tradotto in sei lingue. Ha collaborato alla Mostra del Cinema di Venezia durante le direzioni di Lizzani, Rondi e Barbera. Nel 2001 ha ricevuto il Premio Flaiano, nel 2014 il Premio De Sica, nel 2015 il Premio Lo Straniero e nel 2018 il Premio Amidei per la critica cinematografica.



film che non ho preso in considerazione, molte di giovanissimi. Ho un rapporto positivo con loro, non mi offendono affatto, anzi è un aiuto, su 7.000 pagine mica si può controllare tutto!» dice con modestia. Ma uno di loro, un viscerale moralista, confida, gliene spedisce periodicamente al "Corriere della Sera", non gradisce commenti positivi su storie audaci fatte di tradimenti o amori omosessuali, «non si firma, scrive lunghe lettere battute a macchina e mi augura persino le fiamme dell'inferno» finisce col dire divertito, ridendo.

passione filatelia

Il ritratto di Gianni Agnelli intrecciato alle vicende di Torino, della Fiat e del Paese

Un francobollo nel ricordo del carisma dell'Avvocato

Industria, costume, sport, politica ed economia: non c'è ambito della vita pubblica nazionale che non lo abbia visto protagonista, fino alle tragedie che hanno colpito la famiglia più potente del Novecento



di SALVATORE TROPEA

Giornalista, tra i fondatori di Repubblica, corrispondente dal Nord Ovest, inviato, caporedattore alla guida dell'edizione torinese sin dalla sua creazione. Tra i suoi libri: "Le buone società", "Ritratti americani", "Uomini e ombre".

«Mettetelo su un cavallo e avrete un re» scrisse di lui Enzo Biagi. E un re che si rispetti merita un francobollo anche se le lettere col quale saranno affrancate circoleranno in un mondo che non è più quello nel quale è vissuto Gianni Agnelli. Perché l'Avvocato è stato un uomo del Novecento benché i suoi 81 anni si siano conclusi nella notte del 23 gennaio 2003 quando era cominciato il primo secolo del nuovo millennio al quale lui ha fatto in tempo ad accorgersi di non appartenere. Un riconoscimento per l'anniversario della sua nascita? Ne ha titolo e non soltanto perché per tutta la seconda metà del Secolo Breve è stato l'italiano più famoso nel mondo ma per le tante connotazioni che lo hanno reso tale, dalla sua Torino al cuore di Manhattan.

Tra mito e realtà

Gianni Agnelli è stato il terzo presidente della Fiat, dopo il nonno fondatore e il ventennale reggente, Vittorio Valletta. Tra alti e bassi ha regnato – a governare sono stati demandati altri, da Cesare Romiti a Gian Luigi Gabetti – sull'impero di famiglia nel periodo del suo massimo splendore. Un trentennio in cui ha dominato la scena imprenditoriale italiana e internazionale, diventando, come scrisse il suo amico Henry Kissinger «un'icona nazionale, la personalità italiana più potente e autorevole della sua epoca, uno dei rari esempi di fusione tra mito e realtà». La sua non fu certo una vita comune sia nel panorama imprenditoriale nel quale si è imposto per il suo prestigio e autorevolezza sia in quello mondano nel quale a privilegiarlo è stato un fascino che lo ha reso unico, eccezionale.

Lezioni di vita

Secondo di sette figli è stato, a giudizio della sorella Maria Sole, un punto di riferimento per la famiglia, in questo ponendosi con naturalezza nel solco patriarcale nel quale lo aveva indirizzato il nonno



Il francobollo dedicato a Gianni Agnelli, protagonista di mezzo secolo di storia italiana

sin da quando, come li ritrae una celebre fotografia, sulle nevi di Sestriere, ancora ragazzo cominciò a prendere lezioni dal capostipite. Lezioni di comando e di vita. Una vita che comprende anche una jeunesse dorée sulla Costa Azzurra, che gli lasciò in ricordo un incidente d'auto e una gamba offesa e sulle nevi di casa che alternava a quelli di Saint Moritz dove il suo arrivo, qualcuno lo ricorda ancora, creava un'atmosfera inconfondibile. Molte le donne sulle due coste dell'Atlantico, quelle che ha conquistato e qualcuna che lo ha conquistato. Una sola, donna Marcella Caracciolo di Castagne, la moglie di sempre.

L'era del cambiamento

Quando nel 1966 annunciò a Valletta che per la Fiat era giunto il momento di innovarsi ridisegnando il sistema aziendale, alla domanda dell'anziano presidente su chi avrebbe guidato il cambiamento, rispose: «Naturalmente io». Da quel momento Gianni Agnelli finì di essere il nipote predestinato e diventò il presidente che avrebbe accompagnato il gruppo torinese lungo una strada che lo porterà al punto più alto del suo sviluppo attraverso acquisizioni e diversificazioni, dall'Alfa Romeo alla Toro Assicurazioni a molto altro. La sua grande aspirazione era quella di una Fiat internazionale e per questo guardò con attenzione alla Ford ma finì per concludere un'alleanza di breve durata con la Gm. In tutto questo passando per la crisi finanziaria che lo costrinse a bussare alle porte di

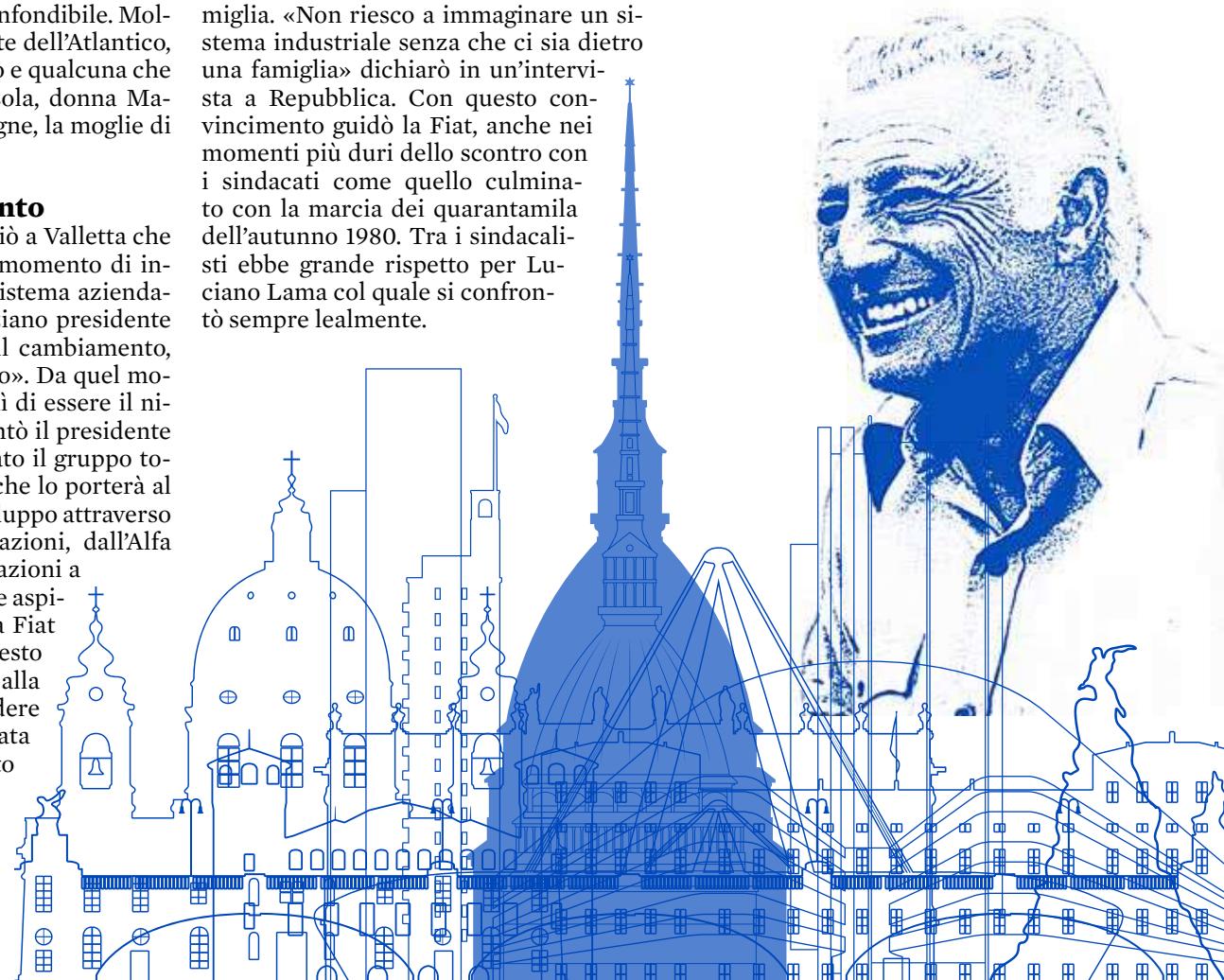
Gheddafi mentre la Fiat si apprestava a diventare tristemente il bersaglio privilegiato del terrorismo.

Affari di famiglia

Senza aver fatto mai la scelta di un partito politico, salvo una simpatia per il Pri di Ugo La Malfa, Agnelli si distinse per un dichiarato rispetto verso le istituzioni e un attaccamento al capitalismo di famiglia. «Non riesco a immaginare un sistema industriale senza che ci sia dietro una famiglia» dichiarò in un'intervista a Repubblica. Con questo convincimento guidò la Fiat, anche nei momenti più duri dello scontro con i sindacati come quello culminato con la marcia dei quarantamila dell'autunno 1980. Tra i sindacalisti ebbe grande rispetto per Luciano Lama col quale si confrontò sempre lealmente.

Cala il sipario

Quando il lutto visitò a più riprese la sua casa era già un «grande vecchio» che cominciava a non avere più tanta fiducia nel futuro. Il suicidio dell'unico figlio maschio, Edoardo, e la morte prematura del nipote Giovannino, figlio del fratello Umberto da lui indicato come delfino alla guida della Fiat, furono il segnale del declino di un grande personaggio che paradossalmente coincise con quello della sua azienda. Il sindaco quarantenne di Villar Perosa, piccolo centro piemontese da cui era partito il fondatore, il senatore a vita della Repubblica, il proprietario della Juventus e amico di Platini, scavalcò il millennio secondo un copione che sicuramente non aveva messo in conto. Forse lo aveva solo avvistato negli ultimi mesi della malattia, inchiodato a una poltrona, comune mortale. «Non riesco a immaginare una Fiat senza Torino e una Torino senza Fiat» aveva dichiarato più volte quando per la Fiat s'era posto il problema di un accordo che era anche garanzia di sopravvivenza e lui era tornato quasi con affetto nella sua città al riparo delle luci di una ribalta sulla quale aveva recitato da primo attore. Non è vissuto abbastanza per vedere l'era Marchionne, la conquista della Chrysler, e per ultimo l'alleanza con i francesi di PSA. Forse è per questo che sarà ricordato tra i grandi del Novecento.



dentro l'azienda

La salute e il benessere dei dipendenti sono sempre la priorità nelle scelte del Gruppo

L'Azienda prolunga e rafforza il piano sanitario anti-Covid

Il pacchetto assicurativo sarà valido fino al 31 marzo, con ulteriori garanzie a integrazione delle coperture già previste che vanno dal rimborso dei tamponi fino alle diarie da ricovero per positività e all'indennizzo per isolamento domiciliare

di BARBARA PERVERSI



Il pacchetto assicurativo per l'emergenza Covid-19 destinato al personale di Poste Italiane sarà valido fino al 31 marzo, con ulteriori garanzie a integrazione delle coperture già previste. Nella prima fase di emergenza sanitaria è stata prevista un'integrazione del piano sanitario opzione Base, rivolta a tutti i dipendenti in servizio assistiti dal Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa PosteVita, mediante le seguenti coperture - cumulabili tra loro e senza franchigia - dedicate a coloro che abbiano contratto l'infezione al virus Covid-19: diaria da ricovero per positività al Covid-19 pari a 100 euro al giorno fino a un massimo di 45 giorni; diaria per terapia intensiva per positività al Covid-19 pari a 200 euro per ogni giorno di terapia intensiva fino a un massimo di 21 giorni; isolamento domiciliare per positività al Covid-19 con indennizzo forfettario di 1.000 euro. Tali coperture, di cui potranno avvalersi anche i nuovi iscritti che subentrano nel corso del 2021, avranno efficacia fino al 31 marzo prossimo.

Efficacia retroattiva

Queste coperture sono state integrate con



ulteriori prestazioni, che avranno efficacia retroattiva al 1° settembre 2020, purché al momento dell'evento l'assistito sia iscritto al Fondo Sanitario: rimborso dei tamponi propedeutici all'accesso alle prestazioni previste dal Piano Sanitario; consiste nel rimborso integrale del costo del tamponcino antigenico o molecolare richiesto dalla struttura per accedere alla prestazione prevista dal Piano Sanitario, senza applicazione di franchigia e senza consumare il massimale della garanzia impattata. A titolo esemplificativo, la copertura opera qualora, nell'ambito delle prestazioni coperte dal

Fondo, le strutture sanitarie richiedano di produrre il referto di tamponcino con esito negativo per accedere ad alcune prestazioni di diagnostica di alta specializzazione e per i ricoveri per grandi interventi chirurgici.

Tamponi

È previsto inoltre il rimborso dei tamponi per sospetta patologia Covid-19. La misura consiste nel rimborso del costo del tamponcino antigenico o molecolare con le seguenti specifiche: rimborso fino a un massimo di 40 euro per ogni tamponcino effettuato con sospetto patologico; rimborso fino a un mas-

simo di 40 euro per fine quarantena (anche ai fini del rientro in servizio); massimo rimborso per anno/assistito: 600 euro, il costo rimborsato andrà a scalare il massimale di 600 euro previsto per la garanzia "visite specialistiche ambulatoriali".

Modalità di attivazione

Le prestazioni integrative riguardano sia il personale dipendente che il relativo nucleo familiare, qualora lo stesso sia stato incluso nelle coperture sanitarie (Pacchetto Base o Plus). Le modalità di attivazione sono quelle previste per le prestazioni in forma indiretta descritte dettagliatamente nella Guida Operativa sinistri presente nell'Area Riservata Iscritto del sito www.postevitafondosalute.it e nell'intranet aziendale noi-diposte.poste/piano-sanitario; nella guida è presente altresì l'indicazione della documentazione da allegare alla richiesta di rimborso. In ottica di welfare integrato, tali iniziative si aggiungono alla campagna di test diagnostici Covid-19 promossa da Poste Italiane e sono integrative rispetto a questa (che non prevede alcun esborso da parte dell'interessato). Per eventuali ulteriori informazioni, gli iscritti possono rivolgersi al Contact Center del Fondo al numero verde 800.186.035; per chi chiama da cellulare o dall'estero il numero è 06.89320211, con costo a carico del chiamante.

LE NOSTRE INIZIATIVE

"Next Generation": l'Innovation hub sull'inclusione digitale e intergenerazionale



Si è concluso con successo l'Innovation hub, l'iniziativa rivolta a ragazzi del terzo e quarto superiore, figli dei nostri dipendenti, insieme al team vincitore dell'Hackathon svoltosi a giugno 2020. La realizzazione di questo "Innovation hub" - svolto in collaborazione con Consel Consorzio Elis - nasce dall'Hackathon che ha visto il coinvolgimento, oltre ai figli dei dipendenti, anche di ragazzi provenienti da tre istituti scolastici presenti in contesti culturali a maggiore vulnerabilità sociale di Bologna, Roma e Napoli-Scmpia. La sfida, dal titolo "Next Generation: POST-iamoci" era stata lanciata con l'obiettivo di stimolare idee e soluzioni, in chiave digitale, che migliorassero la relazione genitori-figli-nonni, realizzando così il progetto vincente "Trova un Modo (TuM)": un'APP per fornire informazioni e tutorial con modalità di lettura e spiegazione semplificata. Passando dalla teoria alla pratica, durante 9 incontri di 4 ore ciascuno, i ragazzi

hanno avuto la possibilità di realizzare l'idea vincente sviluppando l'applicazione a scopo esercitativo in linguaggio HTML e Javascript. È stato un percorso molto coinvolgente in cui i ragazzi sono stati stimolati dalle continue interazioni, dagli scambi e dai confronti e in cui tutti si sono davvero messi in gioco. E l'ultimo giorno dedicato ai saluti finali si è rivelato ricco di emozioni: ai ragazzi è stato chiesto di riassumere in una sola parola l'esperienza trascorsa e gli aggettivi usati sono stati tra gli altri "formativa, creativa, costruttiva, innovativa". Gli incontri, oltre ad accorciare le distanze territoriali, hanno permesso di avvicinare al mondo della programmazione giovani con caratteristiche personali e motivazioni diverse: tutti sono stati felici di questa avventura che ha dato ai ragazzi la possibilità di conoscersi, aprirsi a nuove amicizie, condividere speranze e sogni nel cassetto, salutandosi con la voglia e la promessa di incontrarsi prima o poi.

Per 10 centri di smistamento il percorso World Class Mail & Parcel

La pandemia non frena il percorso Lean dell'Azienda: il miglioramento continua

Tutti i centri di smistamento sono stati formati sulle basi lean tra il 2018 e 2020 mentre il recapito sarà coinvolto a partire dal 2022: risultati positivi dalla nuova learning experience

Continua l'implementazione del Lean Program in PCL avviato nel 2018 con l'obiettivo di introdurre la metodologia lean nei processi operativi del sistema logistico/postale. Si tratta di un programma complesso, basato sul concetto di miglioramento continuo, di total quality di ispirazione orientale, che prevede l'applicazione di una serie di principi, tecniche e interventi volti a rendere più sicuro, produttivo e ordinato l'ambiente di lavoro e più coinvolte le persone nelle decisioni e nei processi. Entro il 2021 dieci centri di smistamento (Bologna, Milano P. B., Padova, Roma Fiumicino, Catania, Bari, Milano Roserio, Napoli, Firenze, Torino) adotteranno il percorso World Class Mail & Parcel, vale a dire il grado più elevato del lean program dove l'identificazione degli sprechi, il coinvolgimento delle risorse nell'implementazione delle attività attraverso i progetti kaizen l'autonomia e la crescita professionale mediante l'apprendimento continuo sono risultati concreti e tangibili.

Cultura orientata all'eccellenza

Centrale per il successo del modello lean è il concetto di People Development, ovvero lo sviluppo di una nuova cultura organizzativa focalizzata sulle persone e sullo sviluppo di



competenze professionali sempre più qualificate e in continua evoluzione, anche attraverso l'autoapprendimento e la responsabilizzazione. Crescita professionale attraverso lo sviluppo di competenze tecniche e manageriali anche mediante coaching on the job (approccio top down). Un approccio che ha evidenti vantaggi per le persone e per l'organizzazione, che con questo nuovo ambiente culturale sono costantemente orientate all'eccellenza e al miglioramento di sé e del proprio lavoro. Un cambio di passo che non si realizza in un giorno e trova nella formazione una leva strategica. In collaborazione

con la Corporate University, infatti, è stato promosso un percorso formativo poderoso, "cultura lean" con la finalità di diffondere nelle prassi di lavoro i principi e i valori fondanti della cultura lean a tutta la popolazione aziendale: la ricerca del miglioramento continuo, autoreponsabilità, la cura dei dettagli, l'eliminazione degli sprechi, l'incremento della sicurezza, comportamenti che possono essere applicati da subito non solo nel contesto industriale e operativo, ma in ogni funzione, nel comportamento, nelle modalità gestionali.

Percorso in progress

Anche durante la pandemia la trasformazione in corso non si è arrestata e, attraverso gli strumenti di collaborazione digitale, PCL ha ridisegnato le cornici didattiche trasformando in webinar le giornate di formazione necessarie all'implementazione del modello Lean all'interno dei centri di smistamento. Nel corso del 2020 sono state svolte oltre 70 review per valutare e supportare l'implementazione delle attività, sono state svi-



luppate oltre 1000 pagine di nuovo materiale didattico, sono stati introdotti oltre 40 nuovi strumenti/tool di lavoro e sono stati sviluppati oltre 250 kaizen. Essere Lean in PCL oggi vuol dire ricercare ed identificare le inefficienze, gli sprechi dei nostri processi per poi utilizzare i metodi e gli strumenti necessari per ridurli e/o eliminarli.. Lean è dunque implementazione di nuovi processi operativi, di un nuovo modello culturale, ma anche innovazione tecnologica, un forte fattore abilitante del percorso evolutivo che guida il cambiamento. In questo contesto il ruolo del direttore del centro di smistamento è cruciale. È suo il compito di indirizzo e guida, dare le giuste priorità di intervento ai colleghi affinché si identifichino e implementino attività e progetti kaizen con il fine di raggiungere gli obiettivi prefissati e migliorare il nostro lavoro in maniera sostenibile. L'implementazione del modello lean è un percorso in progress, che sta trasformando i processi operativi territoriali e che contribuisce alla trasformazione industriale ed operativa di tutto il sistema logistico postale. Un'evoluzione sta cambiando il nostro modo di lavorare per rendere più sostenibile il percorso dell'azienda verso l'eccellenza operativa.

COMUNICAZIONE

Unire i puntini della presenza Poste sul territorio. È la Redazione Diffusa

di ALESSIA RAPONE



Risale ormai a due anni fa l'avvio della campagna di comunicazione di una nuova iniziativa editoriale per i canali intranet e app NoidiPoste il cui scopo era creare una rete di persone e contenuti diffusa, specializzata, appassionata. Era nata la "redazione diffusa". Diffusa perché di residenza ha scelto ogni luogo in cui ogni nuovo redattore o redattrice avrebbe raccontato la realtà di Poste: oggi ne fanno parte 34 persone di tutta Italia, operanti all'interno delle tante realtà organizzative di Poste Italiane, di età e mestieri diversi. Diffusa perché, pur avendo un coordinamento editoriale centrale romano, è stata subito policentrica e aperta a contributi nuovi e locali su temi d'interesse aziendale.

Il diario della pandemia

È grazie a questa sua natura diffusa che la redazione territoriale non s'è trovata impreparata a vivere le difficoltà che la pandemia ha portato con sé: il lavoro a distanza at-

traverso le tecnologie che aiutano la collaborazione e la condivisione di informazioni era già un fatto, una sua caratteristica. Certo, camminare e incontrare persone è stato impossibile all'inizio ed è ancora arduo oggi ma siamo comunque sempre rimasti in contatto per raccontare gli spicchi di realtà a nostra disposizione. Con questo spirito è nato #diariodiffuso, l'anno scorso, una serie di auto-interviste dei redattori sulla quotidianità alla finestra e poi, quando è stato possibile, sul risveglio precario di città e paesi alle prese con una nuova normalità.

Al servizio della collettività

Lo stesso spirito ci ha guidato dentro i luoghi di lavoro per scoprire l'innovazione: abbiamo visitato il Centro Smistamento di Napoli, che applica il programma Lean; il centro di recapito più grande d'Italia, il Centro Distribuzione Esquilino a Roma, per raccontare lo scambio intergenerazionale; il Centro di Recapito di Varese per seguire il viaggio dei portalettere con nuovi mezzi tecnologici e "green". E poi le "cartoline dal territorio": Valsinni, Stigliano e Craco in Basilicata, Gemona del Friuli, Fondi in provincia di Latina, Possagno in quel di Treviso, Pentedattilo in provin-



cia di Reggio Calabria sono solo alcuni dei luoghi in cui abbiamo scoperto una comunità postale che esiste e resiste, sempre al servizio della collettività. Abbiamo prediletto le aree interne così come le storie periferiche nelle grandi città, siamo stati a Japigia a Bari, a Scampia a Napoli, a Tor Pignattara a Roma e abbiamo trovato ovunque l'insegna di Poste Italiane, la bellezza di ogni forma di unicità, il contributo umano e professionale per il bene comune. Del resto, una delle peculiarità della redazione diffusa è semplicemente il fatto che i colleghi che hanno scelto di aderire in modo volontario sono portalettere, operatori di sportello, impiegati nelle funzioni di staff, specialisti di prodotto, addetti nei Centri di Distribuzione, conoscitori e narratori della realtà in cui si muovono, impegnati tutti a "unire i puntini" dei fatti e della presenza di Poste sul territorio per la sua valorizzazione.

borghi meravigliosi

Sesta tappa del viaggio letterario in compagnia di Cesare Lanza

Sulla rocca di Bard vini, cultura e supereroi

Il fascino del piccolo comune valdostano: accanto a un'offerta gastronomica tradizionale, c'è un polo museale e culturale. E il Forte è stato il set di alcune scene dei film degli Avengers

Ogni mese Poste news racconta il viaggio di Cesare Lanza tra "I meravigliosi borghi" custodi della memoria e del patrimonio artistico del nostro Paese. La prefazione del libro del celebre giornalista è affidata al Condirettore Generale di Poste Italiane Giuseppe Lasco, a testimonianza dell'impegno della nostra Azienda per i Piccoli Comuni italiani. In questa sesta tappa parliamo del borgo di Bard, in Valle d'Aosta.

Venite con me a Bard in Valle d'Aosta. Quattrocento metri di altitudine, poco più di cento abitanti. Come arrivarci? A 48 km da Aosta per raggiungere Bard è consigliabile prendere la statale 26 e poi l'autostrada A5, con uscita ai caselli di Pont-Saint-Martin a sud e di Verrès a nord. Origine del nome dal celtico "bar" che indica una rocca, un luogo fortificato. Bard fu dominata a lungo dalla signoria



Una suggestiva veduta del Forte di Bard, in Valle d'Aosta

dei "Bard", che estendeva la propria tutela su tutta la vicina valle di Champorcher. Da Bard, in epoca romana, passava la via delle Gallie, strada consolare fatta

costruire da Augusto per collegare la Pianura Padana con la Gallia. Vi parlo subito dei piatti tipici: le costole alla valdostana, con il tartufo bianco e fontina, la fondua, gnocchi alla bava, polenta al forno, tegole di Aosta con nocciola e mandorle, trota alla valdostana con l'uvetta e le paste di meliga, biscottini fatti con farina di mais. E andiamo un po' in giro. Sulla rocca che sovrasta il borgo si erge il Forte

di Bard, costruito intorno all'anno 1000. Oggi è un polo museale e culturale, nel "Museo delle Alpi" si organizzano mostre temporanee numerosi eventi. Ecco la



Il francobollo dedicato al borgo di Bard emesso nel 2016 e appartenente alla serie tematica "il Patrimonio naturale e paesaggistico". Sopra, il libro di Cesare Lanza dal titolo "I meravigliosi borghi"

principale manifestazione: il 15 agosto invece il paese si anima in occasione della Festa patronale dell'Assunta, curata dagli Amici del Forte di Bard: vengono allestiti spettacoli e possibilità di degustazioni di prodotti tipici e prelibatezze varie. La stessa associazione organizza anche altri eventi durante l'anno, tra cui diverse rievocazioni storiche. Curiosità? Il Forte di Bard ha convinto gli sceneggiatori di "Avengers: Age of Ultron" ad ambientare tra le antiche mura la sede dell'"Hydra" del film della Marvel.

LA NUOVA
APP POSTENEWS
TI RACCONTA
IL PAESE E LA
NOSTRA AZIENDA.



Pn



ricordi di poste

Le lettere di due ex dipendenti: nelle loro parole un mix di affetto e nostalgia

«Quei giorni felici trascorsi con i miei colleghi postali»

Emanuela Fidone ricorda i suoi impieghi e le esperienze allo sportello: «Niente potrà farmi dimenticare tutte le emozioni che ho vissuto in Azienda». Per Lorenzo Colecchia quella di Poste «è stata una nuova casa e una nuova famiglia: un viaggio bellissimo»

Salve, mi chiamo Emanuela Fidone. Ricordo bene che, nei primi due anni di servizio, ero applicata all'Ufficio Firenze Ferrovia a smistare la corrispondenza destinata in città; specialmente durante i turni settimanali di notte, il clima veniva sempre rallegrato dai miei fantastici compagni di squadra, colleghi con anni di servizio alle spalle, di una simpatia unica. Questi "ragazzi", tutti uomini, aiutavano continuamente noi che avevamo appena cominciato suggerendoci il corretto incasellamento delle tante corrispondenze di cui non ricordavamo il CAP.

La pratica permetteva loro di lavorare a ritmi sostenuti, trainando noi "novellini" con le nostre difficoltà, tutti coinvolti in un'unica "resa", concedendosi aneddoti e battute divertenti che ci aiutavano a passare meglio il tempo. Ricordo anche, nei successivi anni presso l'Ufficio Firenze VR, destinato esclusivamente ai servizi Banco-Posta, i tanti utenti davanti agli sportelli, soprattutto durante le scadenze importanti. Quando dopo qualche anno di questa esperienza, e dopo un'altra avventura come controllore per l'allora Ragioneria



Provinciale, fui trasferita al CUAS di Firenze, andai incontro a ritmi di lavoro altrettanto intensi e pieni di soddisfazione. Cassette piene di migliaia di bollettini postali o di assegni e postagiro vidimati, elaborati dal C.E.D., da indirizzare ai correntisti. Comunque, di tutte queste esperienze e delle tante altre che qui non posso elencare, mi rimane una grande nostalgia. Il lavoro in Poste ha fatto parte integrante di gran parte della mia vita, e niente, se non forse l'oblio della senilità, potrà farmi dimenticare questo vissuto. Saluto tutta l'Azienda ancora con simpatia.

*Un abbraccio virtuale,
Emanuela Fidone*

Mi chiamo Lorenzo Colecchia, sono nato a Foggia nel 1959. Nell'anno 1983 vinsi un concorso alle Poste Italiane e cominciai come autista, nel Piemonte, con destinazione Torino. Iniziai il mio nuovo lavoro in Corso Tazzoli: con altri colleghi, quasi tutti appena assunti, instaurammo un bellissimo rapporto; e così Torino, da città fredda e solitaria, diventò la mia nuova casa e Poste la mia nuova famiglia.

Ero felice, avevo la tranquillità economica, un bel lavoro anche se sentivo la mancanza della mia città e dei miei cari. Passarono 10 anni e arrivò il trasferimento a Foggia. Iniziai a lavorare nella mia città: l'impiego era diverso da quello che svolgevo a Torino. Di certo un lavoro più tranquillo, ma sentivo la mancanza di quei colleghi che mi erano entrati nel cuore, dei luoghi che vivevo ogni giorno e della mia vita precedente. Fu un periodo delicato, che però superai ben presto.

Tutt'ora, a distanza di 30 anni, ricordo l'esperienza di Torino con grande affetto e con una sana nostalgia, che mi permette di non dimenticare quel periodo speciale della mia vita.

A Foggia, mi sono dedicato al volontariato e ho fatto parte dei donatori di sangue del Gruppo Postale. Ero inoltre parte del direttivo provinciale CRAL Poste Italiane, fino a quando esso è esistito.

Il mio legame con Poste ha influenzato anche la mia espressione artistica: sono da sempre appassionato di pittura e ho dedicato un dipinto su pietra del Gargano proprio al mio lavoro, disegnando un'insegna di Poste Italiane sull'isola delle Femmine.

È passato più di un mese dal mio pensionamento ed è forte la sensazione di distacco dal mondo professionale, che per me è sempre stato ricco di amici, colleghi e di splendide relazioni sociali, rese uniche da una comunità come la nostra. È stato un viaggio bellissimo, non posso che dire "Grazie Poste Italiane".



Un dipinto di Lorenzo su una pietra del Gargano



Scriveteci i vostri ricordi per condividere le emozioni di una grande storia

Scrivete a redazionepostenews@posteitaliane.it per raccontare i vostri ricordi postali e rinnovare il vostro legame con l'Azienda. Condividere emozioni e pezzi di vita con gli ex colleghi di Poste ci aiuta a riunirci idealmente in un'unica grande famiglia e a ripercorrere, attraverso le nostre Persone, una grande storia.

Postequiz, ora la fase finale

Dopo dieci puntate di storia, tradizione e cultura postale, è giunto alla fine il nostro torneo Postequiz. Qui accanto potete controllare le risposte dell'ultima tappa, che conclude il nostro viaggio. Nel prossimo numero daremo conto della classifica finale e di coloro che accederanno alla fase conclusiva del nostro gioco. Da parte di Postenews va un grande ringraziamento a tutti coloro che hanno partecipato, gli "affezionati" e quelli che lo hanno fatto anche solo una volta, mettendosi in gioco e approfondendo la storia e le curiosità legate alla nostra Azienda. A presto, dunque, con la fase finale di Postequiz.

Controlla le risposte dell'ultima tappa

DOMANDA n. 1 (Nel 1889)	Risposta corretta: A	DOMANDA n. 6 (Nel 1880)	Risposta corretta: B
DOMANDA n. 2 (Nel 1925)	Risposta corretta: A	DOMANDA n. 7 (Nel 1926)	Risposta corretta: C
DOMANDA n. 3 (Torino-Genova)	Risposta corretta: C	DOMANDA n. 8 (Nel 1869)	Risposta corretta: C
DOMANDA n. 4 (Nel 1917)	Risposta corretta: B	DOMANDA n. 9 (Nel 1889)	Risposta corretta: B
DOMANDA n. 5 (Nel 1994-2002)	Risposta corretta: A	DOMANDA n. 10 (Nel 1872)	Risposta corretta: A

HAI COMPRATO ONLINE LA FRUSTA SBAGLIATA?

Con la soluzione Reverse di Poste Delivery Business puoi fare il reso dove ti è più comodo. Puoi scegliere tra 12.000 Uffici Postali, 10.000 Tabaccai e negozi della Rete Punto Poste, 350 Locker in tutta Italia. Se preferisci puoi anche prenotare il ritiro a domicilio gratuito e al resto pensiamo noi.
Scopri di più su poste.it

postedelivery

Portiamo il mondo nelle tue mani.

Poste italiane