

DESTINAZIONE FUTURO

Operazione Tim: ecco come sarà
il campione nazionale **fisico** e **digitale**



Poste news

il giornale del Gruppo Poste Italiane

n°68 2026



Segui
il viaggio
di PosteneWS

”

Prenotazione comodissima: zero attesa e personale gentile allo sportello



”

Consegna rapida e precisa: il pacco è arrivato senza problemi



”

Operatore chiaro, competente e molto cortese. Un servizio davvero professionale



LA VOCE DEL CLIENTE

Sondaggi, e-mail, app e social: così Poste Italiane misura la qualità percepita dai clienti e trasforma le segnalazioni in un continuo miglioramento dei servizi

”

Un'esperienza molto positiva, devo dire grazie a Poste



”

Sono cliente da anni e continuo a essere molto soddisfatta dei servizi di Poste



”

Pacco arrivato puntuale e in perfette condizioni: Poste è davvero affidabile



In questo numero oltre **3.500** colleghi protagonisti

Il Direttore Generale di Poste Italiane: «La nostra strategia industriale si rafforza»

«Con l'operazione Tim investiremo ancora di più sulle persone»

Dalla scelta vincente di mantenere gli uffici postali nei comuni più piccoli alle dimostrazioni al Paese di saper fare sistema,

Lasco ha rivendicato i successi ottenuti in questi nove anni: «Proseguiremo sulla nostra strada per continuare a fare grandi risultati»

Un'operazione che arriva a coronamento di una storia virtuosa cominciata nove anni fa, caratterizzata da una crescita industriale ma anche da un crescente impegno per il bene del Paese. «La nostra volontà di riposizionare il marchio Poste ha seguito sempre una duplice direttiva: da un lato l'industria, dall'altro la creazione di presupposti per fare sistema». Con queste parole il Direttore Generale di Poste Italiane, Giuseppe Lasco, ha presentato, in un'intervista al TG Poste, l'offerta totalitaria per Tim, insieme all'Amministratore Delegato Matteo Del Fante. La decisione annunciata al termine del consiglio di amministrazione del 22 marzo scorso, segna l'inizio di un percorso che si concluderà a fine anno e che, come sottolineato da Lasco, dimostra che «il nostro azionista ha riconosciuto il percorso virtuoso e la strategia industriale di questi anni».



Il Direttore Generale di Poste Italiane, Giuseppe Lasco

hanno aderito al nostro progetto welfare. Quando l'operazione con Tim verrà a compimento l'integrazione sarà naturale – ha concluso Lasco – Continueremo il nostro processo di investimento sulle persone, daremo il benvenuto ai colleghi di Tim con grande motivazione e cultura professionale. Non faremo altro che continuare sulla nostra strada di fare grandi risultati e di fare grande Poste Italiane».

«Se oggi siamo arrivati a questo è anche e soprattutto grazie a tutti i nostri colleghi»

La scelta chiave

Il DG Lasco ha rivendicato quindi la scelta, portata avanti con l'AD Del Fante, di creare sistema riposizionando Poste con tante scelte operative, «prima fra tutte» quella di «non chiudere nessun ufficio postale», un passaggio che appariva in controtendenza rispetto alla crescita industriale, ma che alla fine si è rivelato una scelta vincente anche in comuni piccolissimi che hanno appena 40 residenti. «Vediamo che oggi molti grandi player tornano indietro e investono sulla rete fisica. La nostra strategia è stata vincente sia sotto l'aspetto industriale sia sotto l'aspetto sistemico».

Il grazie ai colleghi

Dal «matrimonio» tra Poste e Tim nascerà un colosso da 150mila dipendenti: «La nostra strategia è una e unica: investire sulle nostre persone – ha sottolineato Lasco – Con il Dottor Del Fante, in ogni occasione, ringraziamo i nostri colleghi: se oggi siamo arrivati a questo è anche e soprattutto gra-



Inquadra il QR Code per vedere l'intervista del TG Poste a Del Fante e Lasco

zie a loro, alla capacità, alla motivazione che hanno sempre dimostrato in questi anni di fare squadra, di fare sistema e di portare i risultati». Il Direttore Generale ha garantito quindi che Poste continuerà a valorizzare le sue risorse. «In questi anni – ha ricordato Lasco – abbiamo assunto circa 40mila persone, un ricambio generazionale importantissimo. Abbiamo portato in casa tantissimi giovani, su 40 mila il 60% sono under 30, si è molto alzato il livello di scolarizzazione con circa il 30% di laureati, l'età media si è abbassata da 51 a 47 anni e oggi il 54% dei nostri dipendenti è donna – ha aggiunto il DG Giuseppe Lasco – Le nostre risorse hanno capito l'investimento che stiamo facendo sulle persone e c'è stata una grande risposta. Stiamo investendo tanto sulla formazione e sul mondo welfare». I numeri dicono tanto: «Al Fondo Sanitario Integrativo hanno aderito tutti i 120mila colleghi e in 50mila

MEF

CdA, ecco il rinnovo delle cariche

L'assemblea degli azionisti di Poste Italiane ha nominato il Consiglio di amministrazione per il prossimo triennio, con la conferma di Silvia Maria Rovere e di Matteo Del Fante. Il nuovo Cda di Poste Italiane risulta così composto: Silvia Maria Rovere, nominata presidente, Matteo Del Fante, Olga Cuccurullo, Carlo d'Asaro Biondo, Alessandro Marchesini, Salvatore Muscarella, Vincenza Patrizia Rutigliano, Francesco Scacchi e Vanda Ternau. La prima riunione del nuovo Cda ha confermato Matteo Del Fante Amministratore Delegato di Poste Italiane.



La presidente di Poste Italiane Silvia Maria Rovere

I sindacati: operazione di portata storica frutto del lavoro dei colleghi

Reazioni positive da parte dei sindacati all'indomani dell'operazione Tim e per il rinnovo del CdA. «L'Opas totalitaria annunciata su Telecom Italia per 10,8 miliardi di euro - dichiara Raffaele Roscigno, segretario Generale di SIp Cisl - è la conferma che Poste Italiane è oggi un'azienda solida, competitiva e proiettata sul futuro. Se l'operazione andrà in porto, come noi come SIp Cisl ci auguriamo, questo risultato sarà il frutto del lavoro e della professionalità di 120.000 donne e uomini che ogni giorno garantiscono i servizi postali e finanziari del Paese. A loro va il merito di questa forza». «Un'operazione di portata storica» per la Uilcom mentre l'annuncio di Poste «è sicuramente una novità positiva per il Paese» afferma il segretario generale di SIp Cgil, Riccardo Saccone. Alessandro Faraoni, segretario generale della FISTel Cisl, chiede «la massima attenzione verso il capitale umano attuale ma anche per le future generazioni per le nuove competenze digitali necessarie alla transizione digitale». I sindacati, inoltre, si sono congratulati con i vertici di Poste per la conferma all'interno del nuovo Cda; SIp Cisl sottolinea: «La continuità ai vertici aziendali rappresenta un segnale di stabilità che, tuttavia, deve tradursi fin da subito in un rilancio del confronto con le organizzazioni sindacali su tutti i temi aperti: dalla gestione della Divisione PCL agli scenari di sviluppo con Tim, dalla difesa del Servizio Universale all'attuazione della partecipazione dei lavoratori prevista dalla Legge 76/2025». Congratulazioni anche dalla segreteria nazionale di SIp Cgil: «Nei tre anni che ci aspettano, Poste Italiane dovrà diventare sempre di più un volano per lo sviluppo del Paese attraverso la logistica, il settore finanziario e il digitale: l'auspicio è che questo avvenga attraverso un sistema di relazioni industriali moderno, salvaguardando l'occupazione, la qualità della vita lavorativa e il potere d'acquisto delle lavoratrici e dei lavoratori determinanti per il raggiungimento degli ottimi risultati del Gruppo».

Le parole di Del Fante: «L'offerta su Tim è la naturale evoluzione di un lungo percorso»

«Verso un “matrimonio” che proietta l'Italia dentro un futuro hi-tech»

L'Amministratore Delegato: «Due aziende storiche e iconiche del Paese si uniranno per diventare l'abilitatore della trasformazione tecnologica e delle abitudini delle persone, delle imprese e della Pubblica Amministrazione». Per migliorare i processi e ridurre gli sprechi

«L'offerta pubblica di acquisto e scambio su Tim rappresenta una naturale evoluzione di un dossier avviato cinque anni fa insieme al Direttore Generale Giuseppe Lasco. Abbiamo fatto il primo investimento un anno fa, quindi possiamo dire di esserci fidanzati con Tim. Adesso siamo fermamente convinti che il matrimonio sia il prossimo passo, e quindi abbiamo proposto a tutti gli azionisti di Tim di venire a

«È un incastro perfetto di prodotti e clientela, è il momento di pensare ai prossimi 10-15 anni»



L'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante

sa quanto si sta connessi con tutto ciò che comporta», anche in termini di informazioni. Il sodalizio con Tim può dotare le imprese e la PA di maggiore tecnologia per migliorare i processi e ridurre gli sprechi. Nelle settimane successive, l'AD ha parlato dell'opas ai media internazionali: «È il momento di pensare a dove saremo tra 10-15 anni – ha detto a Bloomberg TV – si tratta di un settore molto strategico e c'è una transizione in atto: o la cavalchi o non lo fai. Noi vogliamo cavalcarla». Del Fante ha spiegato che Poste è una «platform company che per definizione è fatta di clienti e prodotti legati dalla tecnologia e con Tim c'è un incastro perfetto in termini di clientela e di tecnologia che si sposa perfettamente con la nostra strategia. Abbiamo un bilancio molto solido e faremo tutto il necessario per sostenere gli investimenti di Telecom Italia».

bordo dell'iniziativa di Poste». Lo ha detto Matteo Del Fante, Amministratore Delegato di Poste Italiane, in un'intervista rilasciata al TG Poste. L'AD ha ricordato che il Gruppo ha avviato lo studio dell'offerta già diversi anni fa e ha aggiunto: «Due aziende storiche e iconiche come Poste Italiane e Tim, unite, possono, sia in termini di prodotti sia in termini di clienti, proiettare il sistema Italia verso un futuro che sta diventando ogni giorno sempre più tecnologico. Vogliamo essere - ha proseguito Del Fante - l'abilitatore della trasformazione tecnologica, delle abitudini degli italiani, persone fisiche, delle imprese, della Pubblica Amministrazione». Del Fante ha ricordato quanto sia importante oggi essere connessi: «Chi ha figli sa quanto tempo passano sui dispositivi, chi ha un'impresa

Gli analisti promuovono il potenziale industriale

Gli analisti hanno da subito apprezzato la logica industriale dell'operazione Poste-TIM. «La proposta – spiega Vincent Maulay, buy side analyst di **BdI Capital Management** – dimostra un potenziale industriale significativo. Le sinergie di costo attese, stimate intorno ai 500 milioni di euro, dovrebbero derivare principalmente dalla digitalizzazione dei processi e da una razionalizzazione delle reti di distribuzione, con possibili benefici in termini di efficienza operativa e marginalità nel medio termine. Nel complesso, l'operazione si colloca all'incrocio tra logiche industriali e considerazioni di politica economica, illustrando ancora una volta il ruolo centrale che lo Stato può giocare nei grandi dossier strategici europei». **Intermonte**

sottolinea invece come l'ingresso di Poste Italiane in TIM segni una nuova fase di «ampliamento e integrazione» della strategia di lungo periodo per creare un operatore sistemico leader nei servizi finanziari, assicurativi, logistici, telecomunicazioni e digitali, con sinergie sia di costo che di ricavo fattibili. Anche gli analisti di **Bank of America** – citati dal quotidiano tedesco Handelsblatt – considerano realistiche le sinergie previste: «Poste registra margini più elevati nel segmento corporate e nei servizi per il settore pubblico rispetto a TIM, quasi il doppio. Questo fattore spiega gran parte delle sinergie di ricavo, insieme al cross-selling e alla migrazione dei cinque milioni di clienti di Poste Mobile sull'infrastruttura di TIM».

SUL CORRIERE DELLA SERA

Un piano strategico costruito con lo spirito del civil servant

Nel delineare l'operazione su Tim, il Corriere della Sera del 24 marzo sottolinea (in un articolo a firma di Andrea Ducci), come «nell'offerta di acquisto e scambio da quasi un miliardo di euro [...] ci sia il tratto di Matteo Del Fante», una figura capace di coniugare «una combinata tra banchiere e civil servant», scrive il giornale. Dopo un percorso iniziale nella finanza internazionale, il Corriere evidenzia soprattutto il ruolo attuale dell'Amministratore Delegato di Poste, oggi al centro di una strategia industriale di grande portata. L'operazione su Tim viene infatti presentata come «un deal immaginato, congegnato e poi messo

a terra», con l'obiettivo di costruire un colosso. Il liceo a Firenze, la laurea con lode alla Bocconi e lo stage in Jp Morgan: «Nel 1992 inizia così l'esperienza alla corte di Jp Morgan, la stessa banca che in queste ore affianca Poste in veste di lead financial advisor per la riuscita dell'operazione su Tim, puntando a un gigante da 27 miliardi di ricavi e 150 mila addetti. Un dossier già discusso da Del Fante nel mastodontico quartiere generale della banca di Park Avenue, in occasione del viaggio a New York tre settimane fa». Il quotidiano insiste sul metodo Del Fante, che combina relazioni finanziarie e costruzione manageriale: il lega-

me con Jp Morgan viene definito «granitico» e si riflette anche nella squadra dirigente, composta da figure «arruolate» direttamente dal manager.

Al centro del progetto

In particolare, viene sottolineato il ruolo strategico di alcune nomine chiave e il loro contributo nella costruzione dell'operazione Tim. «Sono questi - spiega il Corriere della Sera - i tratti da banchiere d'affari che consentono a Del Fante di intercettare l'attenzione dei mercati e degli investitori istituzionali, ai quali ha finora offerto strategie e risultati convincenti: i dati dell'ultimo bilancio sono riassumi-

bili in 2,2 miliardi di utile netto e un dividendo per azione pari a 1,25 euro, in crescita del 16%». Ma è soprattutto nella fase più recente che emerge il profilo di manager pubblico. Una caratteristica affinata a partire dal 2003, quando Antonino Turicchi, all'epoca Direttore generale di Cdp, convince Del Fante a lasciare Londra e Jp Morgan. Alla guida di Poste dal 2017, Del Fante è oggi al centro di un progetto più ampio: il quotidiano evidenzia come l'esecutivo punti ad «accompagnare la costruzione di una grande piattaforma digitale e di servizi AI», in cui «Tim rappresenta il tassello cruciale del progetto».

I punti chiave dell'opas lanciata da Poste sul principale player delle telecomunicazioni

I NUMERI DELL'OPERAZIONE

Offerta da 10,8 miliardi per dare il via al nuovo colosso digitale del Paese

L'offerta pubblica di acquisto e scambio da circa 10,8 miliardi di euro presentata da Poste Italiane per Tim punta al controllo e al delisting del gruppo telefonico, di cui detiene oggi il 27% del capitale. «Tim rimarrà una stand alone company», ha precisato l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante nella conference call con gli analisti, il giorno dopo l'annuncio dell'opas. L'operazione, ha spiegato, «si chiuderà nel quarto trimestre di quest'anno», con un calendario che prevede l'assemblea straordinaria sull'aumento di capitale a giugno e l'avvio del periodo di offerta «non prima di luglio 2026». Del Fante ha ricordato agli analisti che negli ultimi nove anni Poste Italiane ha costruito una piattaforma nazionale unica che connette cittadini, imprese e pubblica amministrazione, generando valore in modo costante per tutti gli stakeholder. Oggi serve la più ampia base clienti in Italia attraverso la più grande rete fisica e digitale del Paese. E opera con una posizione di rilievo in tutti i settori: dalla corrispondenza e pacchi ai servizi finanziari, assicurativi e di pagamento. La forte posizione competitiva e solidità finanziaria ha permesso di compiere questo passo cruciale e portare avanti un'operazione trasformativa e destinata a ridefinire il mercato. La visione strategica è chiara: Poste Italiane evolverà da leader nella distribuzione a principale infrastruttura digitale del Paese, in un momento in cui mondo fisico e digitale convergono e la creazione di valore supera i confini settoriali tradizionali.

Coerenza strategica

Nel contesto attuale, il controllo delle infrastrutture chiave – come reti, cloud, edge computing, dati e identità digitali – rappresenta un fattore determinante per garantire un vantaggio competitivo sostenibile nel tempo. Dopo l'acquisizione della partecipazione avvenuta lo scorso anno, la convinzione circa la forte coerenza strategica dell'operazione si è ulteriormente consolidata, portando alla decisione di puntare al controllo totale. In questo scenario, Tim apporta tre asset fondamentali e difficilmente replicabili: una rete nazionale di connettività capillare; capacità avanzate nel cloud e nei data center; un'offerta di servizi digitali e di connettività sovrani e sicuri, rivolti sia alla Pubblica Amministrazione sia alle imprese. Le interlocuzioni

La solidità finanziaria di Poste ha consentito di compiere un passo cruciale per il mercato

IL PERCORSO DI NOVE ANNI DELLA PIATTAFORMA DI POSTE ITALIANE

UN PILASTRO STRATEGICO PER L'ECONOMIA ITALIANA – COSTANTE CREAZIONE DI VALORE PER TUTTI GLI STAKEHOLDER

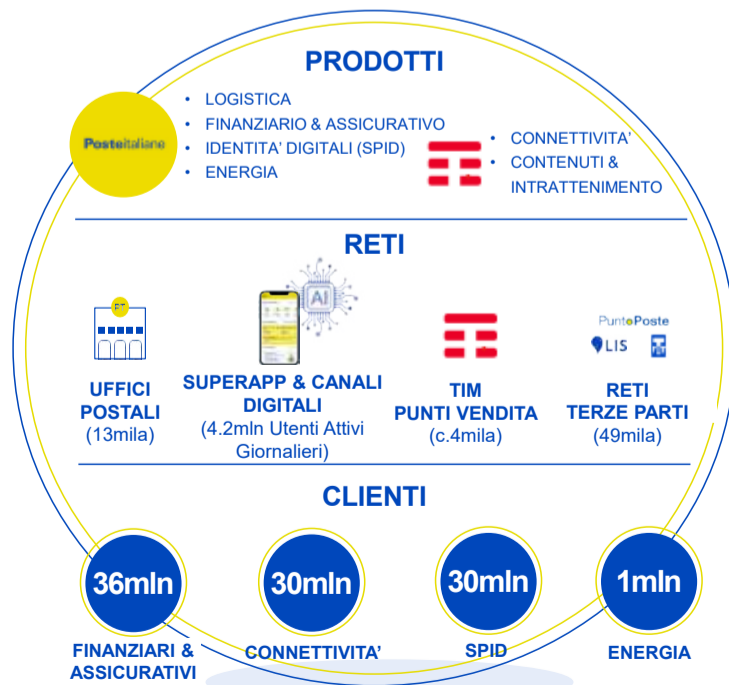


1. Include occupazione diretta e indiretta; 2. Esclude Amazon; 3. Dati al 2025; 4. Di cui 24mln attive; 5. % della popolazione entro 5 min. (o 2,5km) da un punto Pick-Up & Drop-off (inclusi gli Uffici Postali); 6. Per competenza, include il saldo del dividendo 2025 in pagamento a giugno 2026, a seguito dell'approvazione da parte dell'Assemblea degli Azionisti.

IL PERFETTO FIT DOMESTICO – CRESCITA ACCELERATA DELLA PIATTAFORMA DI POSTE ITALIANE

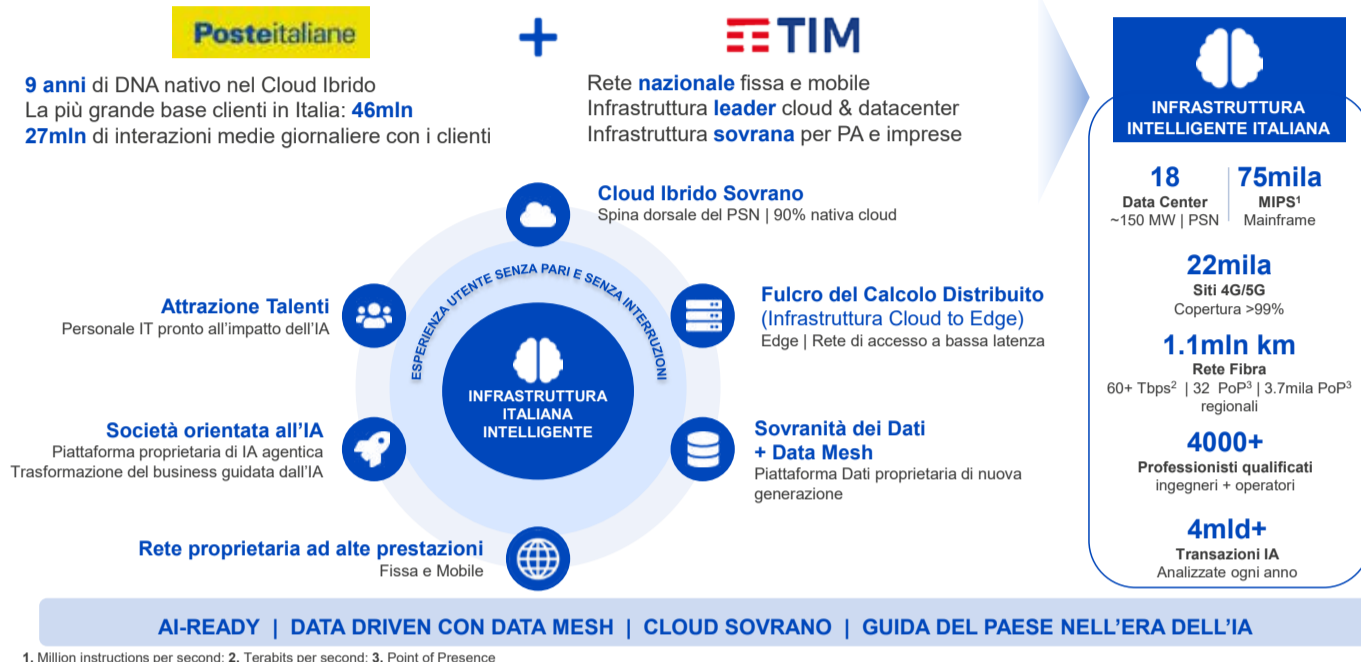
CONSUMER

- Integrazione di PosteMobile in TIM: evoluzione senza soluzione di continuità grazie al contratto di fornitura MVNO già in essere
- TIM: brand iconico di fascia alta, erogato attraverso la piattaforma fisica e digitale di Poste Italiane
- Opportunità di cross/up-selling: valorizzazione dell'ampia base clienti retail di entrambi i Gruppi e di portafogli prodotti complementari
- SuperApp: piattaforma pienamente scalabile capace di integrare rapidamente i prodotti TIM, garantendo un'esperienza utente fluida, a supporto di vendite digitali e drive to UP



L'INFRASTRUTTURA ITALIANA INTELLIGENTE A SUPPORTO DELLA CRESCITA

PROMUOVERE L'INNOVAZIONE E L'ADOZIONE DELL'IA IN TUTTO IL PAESE



Le sinergie complessive ammontano a circa 700 milioni annui con impatti positivi sull'utile

L'assetto azionario

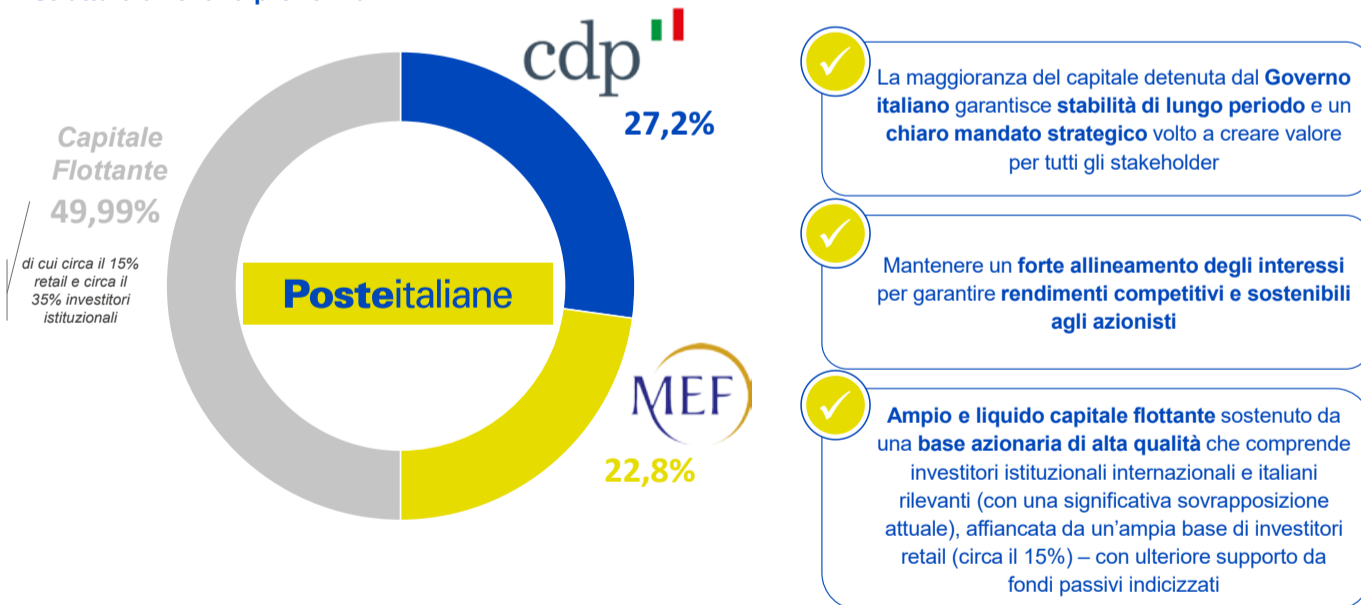
Questa "combination" rappresenta dunque «il culmine di un percorso iniziato anni fa», ha ribadito Del Fante durante la call con gli analisti, ed è parte di «una chiara visione strategica». Che si può concretizzare adesso, per «l'eccellente esecuzione dello spin off della rete» da parte di Tim e il percorso di riduzione del debito completato nel 2024. Il gruppo combinato avrebbe ricavi per circa 26,9 miliardi, circa 150.000 dipendenti e un flottante ampio di oltre 15 miliardi di euro. Poste prevede sinergie complessive per circa 700 milioni di euro annui a regime, di cui circa 500 milioni riconducibili a riduzioni di costo e oltre 200 milioni a ricavi aggiuntivi, e un impatto positivo sull'utile per azione atteso dal 2027. In caso di adesione totale, l'esborso complessivo per Poste sarebbe di circa 2,8 miliardi di euro, in un'operazione che il gruppo rivendica come maturata all'interno di un percorso industriale autonomo. L'assetto azionario prevede il mantenimento del controllo pubblico. A seguito dell'operazione, secondo gli analisti, gli azionisti Tim arriverebbero a detenere il 22% del capitale di Poste, mentre le quote detenute direttamente da Cdp e Mef scenderebbero rispettivamente dal 35% al 28% e dal 29% al 13%, con una partecipazione complessiva dello Stato destinata a restare superiore al 50%. Sul fronte della remunerazione, una nuova politica dei dividendi competitiva sarà annunciata con il nuovo business plan dopo il completamento dell'operazione, entro il quarto trimestre del 2026.

Il percorso di integrazione

L'operazione consente inoltre di accelerare in modo significativo il percorso di crescita, grazie all'integrazione di PosteMobile in Tim, al forte potenziale di cross-selling su una base clienti ampliata e all'integrazione all'interno di un'app leader di mercato. In questo senso, Tim Consumer emerge come un elemento pienamente coerente e sinergico con la piattaforma esistente. Dal punto di vista infrastrutturale, Tim apporta asset digitali fondamentali che rafforzano la sovranità del cloud e la protezione dei dati. L'azienda serve oltre 20.000 enti pubblici e, attraverso il Polo Strategico Nazionale, detiene contratti di lungo periodo fino al 2035 per un valore complessivo di circa 4 miliardi di euro. Grazie a questa integrazione, sarà possibile estendere ulteriormente l'offerta verso ambiti strategici come la cybersecurity, l'IoT e le soluzioni basate su intelligenza artificiale, contribuendo al contempo a ridurre il digital divide delle piccole e medie imprese italiane. L'unione delle due realtà consente infine di dare vita a una vera e propria infrastruttura intelligente nazionale, caratterizzata da una capacità computazionale di 75.000 MIPS, 22.000 siti 5G, 1,1 milioni di chilometri di fibra e un'infrastruttura cloud per il 90% cloud-native. A questo si aggiunge una piattaforma dati avanzata in grado di gestire oltre 4 miliardi di transazioni AI all'anno. Si tratta, a tutti gli effetti, di un progetto industriale di ampia portata.

BASE AZIONARIA DI ALTA QUALITÀ CHE FORNISCE UNA CHIARA DIREZIONE STRATEGICA E UNA CORPORATE GOVERNANCE STABILE

Struttura azionaria pro-forma



Il controllo di reti, cloud e identità digitali sarà un fattore determinante per sostenere il piano

avvenute in diverse città a livello globale hanno fornito una conferma chiara della direzione del mercato: la domanda è sempre più orientata verso una crescita guidata dalla trasformazione digitale accelerata,

con l'intelligenza artificiale come principale fattore abilitante. In particolare si osserva un cambiamento significativo nel focus delle discussioni, sempre più concentrate sul livello di adozione dell'AI, sia in ottica di efficientamento dei costi interni sia per cogliere nuove opportunità di sviluppo commerciale.

Il cloud e la gestione dei dati

Il piano industriale combinato - come emerso durante la call con gli analisti - sarà quindi presentato dopo il completamento dell'operazione. L'obiettivo, che è anche la condizione, è arrivare al raggiungimento di oltre il 66,67% del capi-

tale e al via libera delle autorità competenti, inclusa l'Antitrust, ma «non ci sono rischi». Il corrispettivo prevede, per ogni azione Tim, 0,0218 azioni Poste di nuova emissione e 0,167 euro in contanti, per una valorizzazione complessiva di 0,635 euro per azione e un premio del 9,01% rispetto ai prezzi del 20 marzo 2026. Dal punto di vista industriale, l'integrazione con Tim «completa perfettamente il nostro modello», ha spiegato l'Ad, ed è «un passaggio fondamentale nella creazione di un fornitore di servizi di infrastrutture importanti per la pubblica amministrazione e le imprese», con un focus su cloud e gestione dei dati.

L'integrazione consolida il presidio nazionale su connettività e innovazione

Il cloud italiano: ecco perché **Poste-Tim** è molto più di un'acquisizione

Dalla rete ai data center, il nuovo polo nazionale punta a trasformare l'Italia da consumatore a produttore di tecnologia. Con elevati livelli di sicurezza e affidabilità



di **Paolo Pagliaro**

Trent'anni dopo aver smontato il sistema pubblico delle telecomunicazioni sull'onda del dogma liberista, l'Italia ora ha la necessità e l'occasione di tornare sui suoi passi in un contesto geopolitico radicalmente mutato. L'Opas da 10,8 miliardi lanciata da Poste Italiane sull'intero capitale di Tim non è solo una grande operazione di finanza aziendale. È la risposta alla domanda su chi debba controllare le infrastrutture digitali di un paese moderno, e per farne che cosa. Sul piano produttivo, l'operazione ha una logica interna coerente, costruita in anni di lavoro preparatorio. Del Fante ha spiegato che pensava a un'integrazione con Tim già da quando era stato avviato lo spin-off della rete fissa, e che il timing dell'operazione è tutto industriale.

La trasformazione di Poste

Il punto di partenza è la trasformazione di Poste Italiane nell'ultimo decennio. Da operatore storico della corrispondenza, il Gruppo si è costruito come piattaforma integrata di servizi. Nel 2025 i ricavi hanno raggiunto i 13,1 miliardi — livelli record — con un risultato operativo di 3,2 miliardi in crescita del 10% e un utile netto di 2,2 miliardi. Ora Tim porta in dote tre risorse importanti: una rete fissa e mobile nazionale, un'infrastruttura leader nel cloud e nei data center e servizi di connettività di livello statale per imprese e pubbliche amministrazioni.

Nel gioco globale dell'industria digitale

La domanda più ambiziosa che l'operazione Poste-Tim porta con sé non è quella sulla sostenibilità finanziaria, né quella sulla governance. È una domanda di scala più grande: l'Italia può entrare nel grande gioco globale dell'industria digitale non solo come cliente delle piattaforme americane, ma come competitor? Può costruire un soggetto capace di produrre - e non solo consumare - cloud, intelligenza artificiale, cybersecurity, identità digitale? La risposta onesta è: forse. Ma le condizioni per provar-

ci non erano mai state così favorevoli come oggi, così come la reputazione di chi lancia la sfida. Il punto di partenza è l'infrastruttura fisica. Tim Enterprise dispone di una rete di data center proprietaria senza eguali in Italia: 16 impianti attualmente in esercizio - destinati presto a diventare 17 con una nuova sede progettata specificatamente per le esigenze computazionali dell'AI - per una capacità complessiva che raggiungerà i 125 megawatt. Non è solo una questione di capacità di calcolo. È una questione di sovranità: chi controlla i data center controlla

Un modello diverso con garanzie di trattamento dei dati che i colossi non possono offrire

dove risiedono i dati, chi può accedervi, a quali regole sono sottoposti. Il Polo Strategico Nazionale, società partecipata da Tim (con una quota del 45%), Leonardo, Cdp Equity e Sogeti, rappresenta uno dei primi esempi europei di cloud sovrano e consente alle pubbliche amministrazioni di gestire in modo autonomo ed esclusivo la protezione dei propri dati.

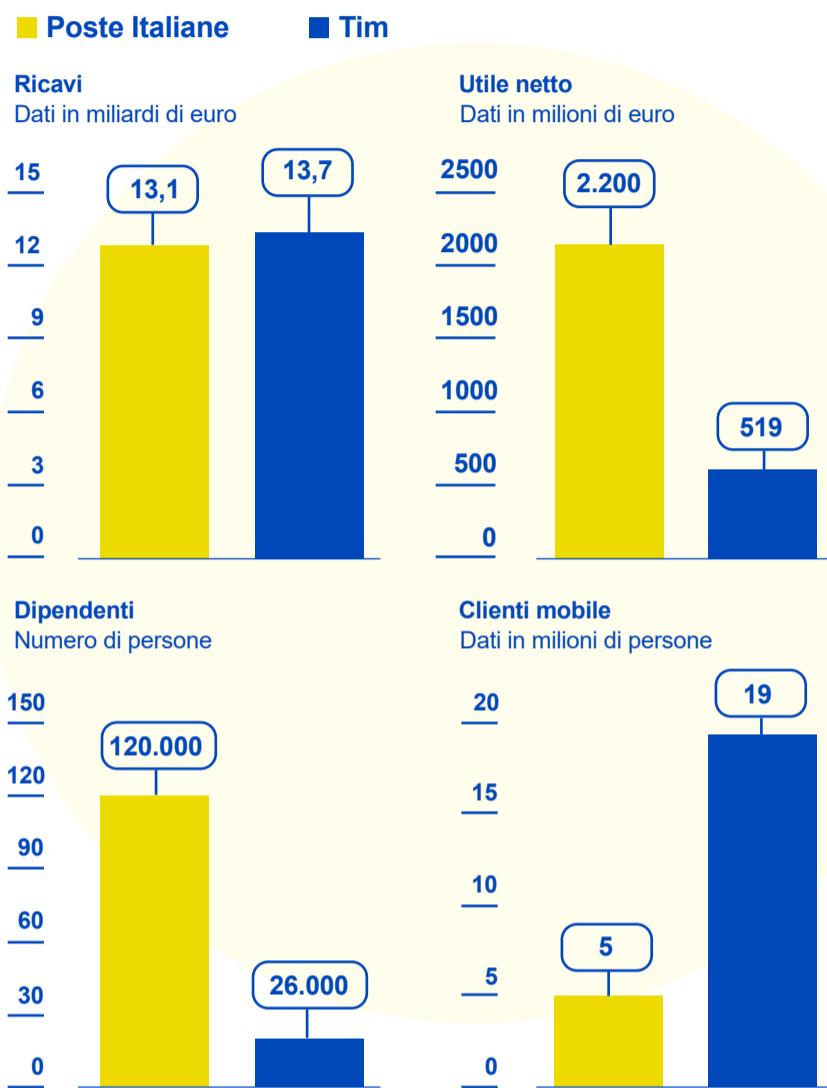
Leadership consolidata

Con l'integrazione di Poste, questo presidio si consolida ulteriormente: il Gruppo ha già avviato una trattativa per rilevare la quota del 20% detenuta da Cdp nel Polo Strategico. Il risultato sarebbe un soggetto unico - a larga maggioranza pubblica - che controlla sia la rete sia il cloud destinato alla PA italiana. Il mercato cloud italiano ha registrato una crescita del 20% nel 2025, con il segmento pubblico e ibrido che vale ormai 5,8 miliardi di euro. Il cloud sovrano è sempre più centrale, è un mercato in rapida espansione, su cui oggi dominano i grandi hyperscaler americani - Amazon Web Services, Microsoft Azure, Google Cloud - ma dove uno spazio per soluzioni nazionali e certifi-

La scheda del quotidiano Il Giornale: "Matrimonio faraonico"

Fonte: Elaborazioni Il Giornale - Moneta

I CONTI Bilancio 2025



cate sta emergendo con forza. Del Fante ha dichiarato esplicitamente l'obiettivo: fare del nuovo Gruppo «la piattaforma italiana dell'IA», e diventare il tramite per diffondere cloud, Internet delle cose e AI fra le piccole e medie imprese italiane, contribuendo a ridurre il loro ritardo nella digitalizzazione. È un'ambizione tutt'altro che velleitaria. Il problema strutturale dell'industria italiana non è la mancanza di talento tecnologico, ma la frammentazione dimensionale: le PMI che costituiscono la spina dorsale del manifatturiero nazionale non hanno le risorse per acquistare, configurare e gestire autonomamente soluzioni avanzate di AI e cloud. Se il gruppo combinato Poste-Tim riuscirà a costruire offerte standardizzate, sicure e accessibili su scala nazionale, potrà svolgere una funzione abilitante che nessun operatore privato di piccola taglia è in grado di fare.

Un'infrastruttura digitale

La chiave, secondo molti analisti, è sviluppare intelligenze artificiali specializzate nei diversi campi di attività - dall'informazione alla sicurezza, dalla sanità alla difesa e all'industria - da allenare con fonti qualificate e trasparenti, competitive proprio perché affidabili, e affidabili perché questa affidabilità può essere costantemente monitorata, verificata e migliorata. È un modello diverso da quello dei grandi modelli generalisti di OpenAI o Google: non si punta a replicare ChatGPT, ma a costruire AI verticali, radicate nel contesto regolatorio e linguistico italiano ed europeo, con garanzie di trattamento dei dati che i colossi americani non

possono offrire per ragioni strutturali. Il nuovo soggetto, come si diceva, è destinato a svolgere un ruolo centrale nell'evoluzione del Polo Strategico Nazionale, che rappresenta l'infrastruttura di riferimento per l'erogazione dei servizi cloud alla PA italiana. La presenza congiunta di Tim e di CDP - ricondotta nell'orbita di Poste - rafforza in modo significativo il presidio nazionale su questo asset strategico, contribuendo a consolidare un modello di cloud pubblico che garantisca elevati livelli di sicurezza, affidabilità e sovranità dei dati. È qui che si misura la vera originalità del progetto di Poste. Non si sta creando una grande telco. Si sta cercando di costruire qualcosa di più simile a un'infrastruttura digitale di interesse generale: il corrispettivo del Novecento, quando lo Stato costruiva autostrade, ferrovie ed elettrodotti perché il mercato da solo non avrebbe garantito né la copertura universale né gli investimenti necessari. La differenza è che questa volta l'infrastruttura è immateriale — fatta di frequenze, fibra, algoritmi, certificati digitali — e il suo valore non è solo economico, ma geopolitico. Il gruppo combinato Poste-Tim, con circa 27 miliardi di ricavi, avrà senso pieno se saprà inserirsi in una logica di aggregazione europea: un soggetto che, forte di una base solida in Italia, può partecipare al consolidamento continentale del settore, mettere insieme risorse con omologhi tedeschi, francesi o spagnoli, e costruire quella scala che oggi manca ai player europei. L'Italia, dunque, può entrare nel gioco globale dell'industria digitale come competitor oltre che come cliente. Il primo mattone è stato posato. ●

I grandi quotidiani definiscono l'offerta su Tim come una mossa lungimirante

La stampa internazionale applaude l'operazione: «Nasce un colosso»

Dal Corriere della Sera al Financial Times, dal Sole 24 Ore a Le Monde, un coro unanime: c'è l'ambizione di costruire una piattaforma globale che porti benefici al Paese e che rafforzi ed estenda il ruolo di leadership del Gruppo Poste

Colosso digitale, campione nazionale, Amazon dei servizi. Bastano i titoli dei giornali per definire l'importanza e la portata dell'Opas di Poste Italiane su Tim, un'operazione che può segnare in modo decisivo il futuro del nostro Paese. Nei giorni successivi alla presentazione dell'offerta si sono susseguite analisi delle principali testate nazionali e internazionali, tutte con tono positivo, a sottolineare i benefici che il nuovo gigante potrà portare ai cittadini. E a rimarcare anche la grande strategia di Poste Italiane nell'aver preparato con attenzione, pazienza e lungimiranza un'operazione da manuale.

La notizia domina le "prime"

"Tim, il piano di Poste", è stato il titolo "a caldo" della **Stampa**, il giorno dopo l'offerta, spiegando che "si delineano le prime linee chiave dopo la salita di Poste Italiane in Tim fino al 24,81%, quota che vale la palma di primo azionista del gruppo telefonico italiano. Primo, la centralità del cliente finale. Secondo, conseguenza diretta del primo punto, l'intenzione a creare una piattaforma dotata di più anime". Il quotidiano torinese intervista il sottosegretario all'Economia Federico Freni, che dichiara: l'impegno di Poste in Tim "rappresenta un valore aggiunto per la società di telecomunicazioni. Avere come primo azionista una realtà con una vocazione industriale e finanziaria d'eccellenza, come è quella di Poste, sarà determinante per rafforzare il consolidamento di un asset altrettanto strategico per il Paese". Di "rivincita delle lettere sui telefonini: così in 10 anni il «peso» (e il destino) delle due società si è ribaltato in Borsa" ha parlato, sempre nel giorno seguente l'offerta, il **Corriere della Sera**, chiarendo che "nel marzo 2017 Tim valeva in Borsa 19,5 miliardi di euro mentre Poste capitalizzava poco meno di 8,2 miliardi. Oggi quei valori sono rovesciati ed è il gruppo guidato da Del Fante a valere circa tre volte Tim, ossia 21,8 miliardi contro 7,15 miliardi". Nessuno avrebbe immaginato che - spiega un articolo sempre del Corriere della Sera, uscito pochi giorni dopo l'annuncio a firma di Francesco Bertolino - "la società guidata da Matteo Del Fante avrebbe promosso una scalata proprio al primo operatore telefonico nazionale. E, invece, a sorpresa il consiglio di Poste ha annunciato il lancio di un'Offerta pubblica di acquisto e scambio (Opas) da 10,8 miliardi per comprare tutta Telecom Italia".

Le analisi

Si passa poi alle analisi: dopo la sorpresa dell'annuncio, sulla stampa nazionale si fanno largo le ipotesi sul perimetro di azione della nuova "creatura" e sui riflessi finanziari. "Un big che mira a diventare polo leader del tech e dei servizi" racconta il **Sole 24 Ore**, che spiega: "L'obiettivo è costruire «la più grande piattaforma di infrastruttura connessa d'Italia». La comunicazione data alla Borsa da Poste, riguardo alla strategia



I giornali economici specificano che siamo di fronte ad "un unicum in Europa"

sottostante alla zampata per portarsi in casa Tim, lo mette immediatamente in chiaro: non una semplice acquisizione, ma una mossa tale da rappresentare - almeno nelle intenzioni - una sorta di Big Bang nel mercato delle Tlc e del digitale portando alla nascita di un grande gruppo integrato, pubblico nella regia, industriale nella missione, chiamato a mettere insieme rete, cloud, data center, distribuzione, pagamenti, assicurazioni, logistica e servizi digitali". "Così Del Fante allarga la rete" titola invece **Milano Finanza**, che spiega: "Dopo essere entrate

nelle tabaccherie, nei bar e nelle edicole ora le Poste Italiane si preparano a farsi spazio pure nei centri di telefonia rafforzando una maxi rete distributiva che non ha pari nel Paese". E' poi di nuovo il Corriere della Sera a spiegare che quello di Poste e Tim è "un unicum in Europa" poiché si tratta di "fondere due grandi gruppi nazionali in un unico conglomerato. Un'offerta integrata in grado di competere con i big americani sul terreno dei servizi digitali, da cui dipende anche la velocità di innovazione e di crescita delle nostre imprese, sotto la regia dello Stato azionista" conclude il quotidiano. E sempre in casa Corriere, l'operazione Poste-Tim guadagna - come ovvio - l'apertura dell'**Economia del Corriere della Sera** dove, in prima pagina una settimana dopo l'annuncio, campeggia la foto dell'Ad di Poste Italiane, Matteo Del Fante. All'interno, un lungo articolo parla di "Esame di stato" per "la piattaforma italiana dell'AI", attesa "alla prova del mercato". "La combinazione di Poste e Tim di cui il governo avrà il

50,1% - consentirà - si legge su **Economia del Corriere** - la creazione di un fornitore di infrastrutture critiche per la pubblica amministrazione e le imprese - ha detto il Ceo del gruppo delle spedizioni, Matteo Del Fante - e promuoverà l'evoluzione digitale nell'era dell'AI, rafforzando la sovranità del cloud la protezione dei dati". Attraverso l'unione con Tim e i suoi servizi digitali, Poste punta così a diventare "la piattaforma italiana dell'intelligenza artificiale, sostenendo investimenti che non sono alla portata delle dimensioni medie delle imprese italiane".

Il mondo ci guarda

Anche i quotidiani internazionali, come detto, dedicano ampio spazio, a partire dal **Financial Times**, che titola: "Poste Italiane lancia un'offerta da 10 miliardi e 800 milioni per Telecom Italia". Nell'articolo si legge che Poste, "ha annunciato un'offerta da 10,8 miliardi di euro in contanti e azioni per Telecom Italia che potrebbe trasformare il settore delle telecomunicazioni del Paese. La società ha dichiarato di offrire 0,167 euro in contanti più 0,0218 azioni di nuova emissione di Poste Italiane per ogni azione di Telecom Italia. Questo rappresenta un premio del 9% rispetto al prezzo di chiusura delle azioni di Telecom Italia di venerdì". Nei giorni successivi il FT ha intervistato l'AD Del Fante spiegando che "la nostra offerta è un passo importante verso il mercato". Il francese **Le Figaro** informa che "Poste Italiane lancia un'opa da 10,8 miliardi sull'operatore storico Tim" nel titolo, aggiungendo che "quasi tre decenni dopo la sua privatizzazione, lo Stato italiano si prepara a riprendere il pieno controllo dell'operatore storico delle telecomunicazioni Tim". Così, "grazie a un'opa lanciata da Poste Italiane, di cui detiene il controllo e che era già il principale azionista dell'operatore telefonico dopo l'accordo raggiunto con Vivendi nel 2025, il governo italiano mette al sicuro il futuro nazionale del gruppo, che temeva potesse finire in mani straniere". Sempre in Francia, fa eco **Le Monde**: l'offerta pubblica di acquisto lanciata da Poste segna un passaggio decisivo nella strategia dello Stato italiano e "dimostra la volontà di Roma di assumere da sola il controllo di questo operatore storico". **Le Monde** sottolinea anche le prospettive economiche dell'operazione: il nuovo gruppo avrebbe "circa 27 miliardi di fatturato e oltre 150.000 dipendenti". Il quotidiano riporta le attese sinergie: "Un potenziale totale di 700 milioni di euro l'anno". **La Frankfurter Allgemeine** analizza che "dopo l'acquisizione, il gruppo combinato dovrebbe contare oltre 150.000 dipendenti e generare un fatturato di quasi 27 miliardi di euro. L'utile prima di interessi e imposte è stimato a 4,8 miliardi di euro. Secondo Poste, l'operazione rappresenterebbe uno sviluppo naturale della strategia".

LA VOCE DEI CLIENTI

La Customer Experience al centro della strategia di Poste per creare valore

Ecco come l'azienda lavora ogni giorno per ascoltare gli utenti

L'indice NPS e la raccolta dei feedback: alla base c'è un processo completo e innovativo che trasforma le segnalazioni in azioni concrete per migliorare soddisfazione e reputazione. Nel 2025 raccolte oltre 2 milioni di esperienze sui nostri servizi



di **Manuela Demarco**

Capire come i clienti vivono il rapporto con l'Azienda – dalla consegna di un pacco a una transazione finanziaria, fino a una richiesta di assistenza – è la chiave per metterli davvero al centro. Significa ascoltare la loro voce: a volte esplicita, altre silenziosa, ma sempre preziosa. Negli ultimi anni Poste Italiane ha scelto non solo di ascoltare la voce dei clienti, facendo della Customer Experience (CX) uno dei pilastri del Piano ESG, ma di renderla il cuore pulsante della propria evoluzione. Dal 2017, infatti è stato messo in campo un sistema strutturato di ascolto della qualità percepita, finalizzato al miglioramento continuo dei servizi offerti. Grazie a questo nuovo approccio strategico il punto di vista dei clienti e degli utilizzatori finali, clienti retail e impresa e reti Punto Poste, viene monitorato continuamente con l'obiettivo di prendersi cura di ogni esperienza. Solo nel 2025 sono state raccolte oltre 2 milioni di esperienze dei clienti, dati e informazioni che trovano una sintesi nel Net Promoter Score (NPS), il principale indicatore utilizzato per la definizione degli obiettivi di Customer Experience a livello di Gruppo che misura la qualità percepita nelle diverse aree di business, e che rappresenta un vero e proprio termometro della soddisfazione dei clienti. Un lavoro complesso che, con il coordinamento trasversale di DTO – Digital & Experience in sinergia con tutte le funzioni e i canali aziendali coinvolti, vede ogni giorno l'Azienda presente su oltre 400 punti di ascolto per raccogliere le segnalazioni e le esperienze dei clienti e trasformarle in concreti miglioramenti dei servizi per i clienti e azioni che aumentino la loro soddisfazione. Un percorso che ha avuto come risultato una crescita di 12 punti nel valore della Customer Experience rispetto al dato registrato nel 2017.

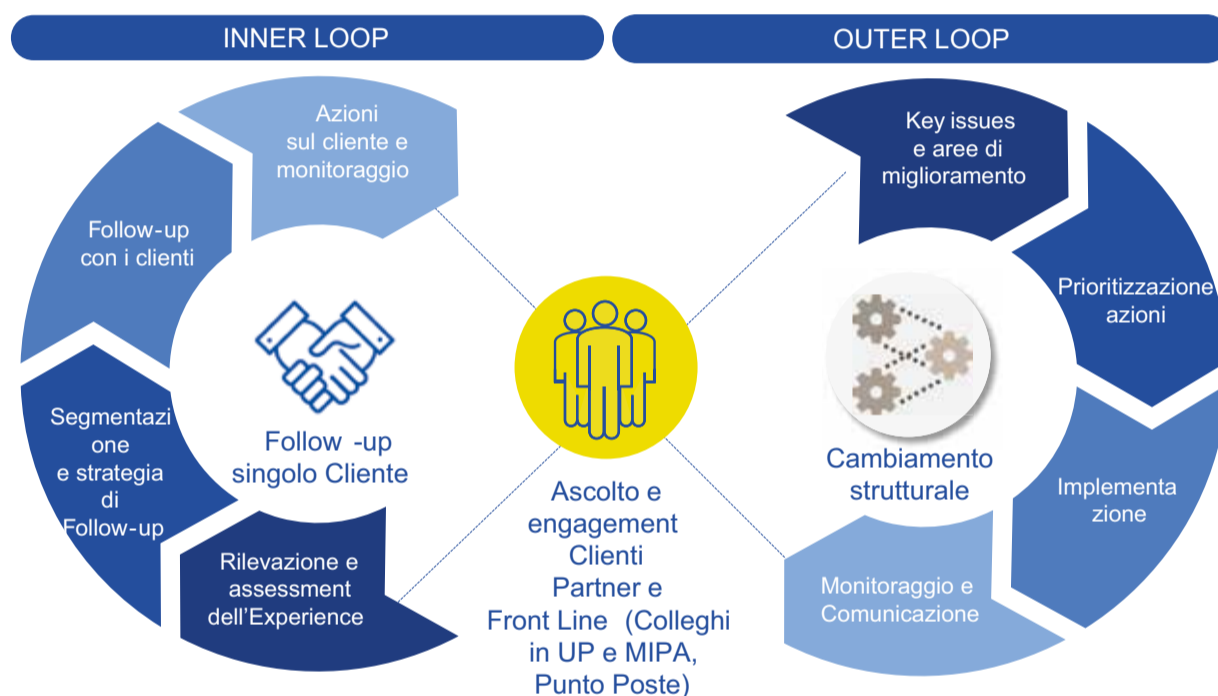
PCL: L'NPS COME RELAZIONE CON IL CLIENTE

L'introduzione di questo modello di ascolto in PCL ha rappresentato un vero e proprio asse portante di un più ampio programma di Miglioramento NPS partito nel 2022 e che

Il Net Promoter Score misura la soddisfazione e guida azioni concrete in ogni attività di business

MODELLO DI ASCOLTO DEL GRUPPO POSTE

DTO assicura l'ascolto dei clienti e della front line e attiva il processo di close the loop nelle sue due componenti: Outer Loop e Inner Loop



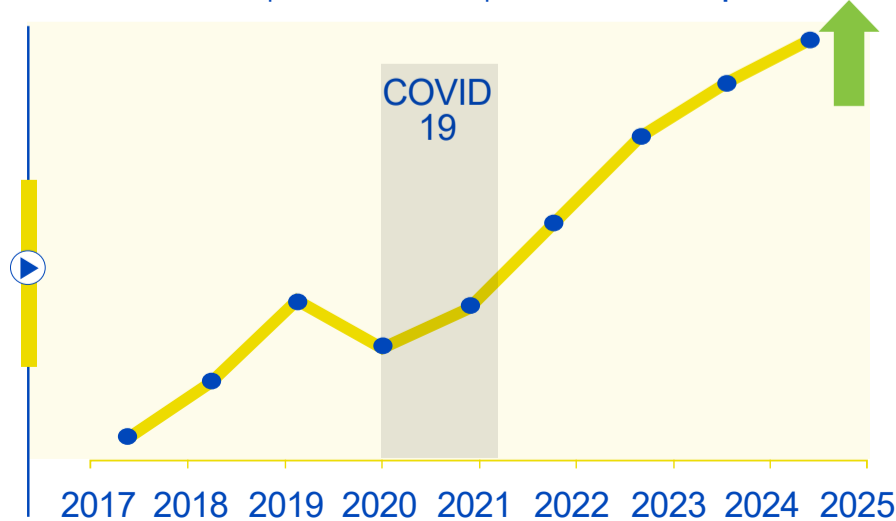
ha guidato lo sviluppo del monitoraggio e miglioramento della qualità percepita dei servizi di consegna. Tra le innovazioni che accompagnano la trasformazione della logistica di PCL, l'NPS è diventato un valore di riferimento quotidiano. Non solo un numero, ma lo specchio di una relazione che si costruisce con il destinatario giorno dopo giorno, consegna dopo consegna. Quando in una survey un destinatario dice "lo consiglierò" oppure "non lo rifarei", non sta solo valutando un servizio logistico

ma sta raccontando di una promessa mantenuta (o disattesa), di un momento d'attesa, di una cortesia ricevuta o di un imprevisto che poteva essere gestito meglio. In un mercato sempre più competitivo, dove pacchi e corrieri si muovono veloci e le alternative aumentano, l'esperienza – quella percepita, non solo quella misurata – diventa un patrimonio da proteggere. E l'NPS è lo strumento che permette di farlo. Le survey accompagnano dunque ogni fase del viaggio del pacco: consegna, tentata consegna,

ritiri e mancati ritiri. Sono segnali che raccontano come il servizio viene vissuto davvero. La raccolta dei feedback, cresciuta in modo esponenziale – ogni mese ne vengono raccolti circa 150.000 – ha reso l'esperienza del destinatario un patrimonio condiviso e misurabile. E qui la differenza sta nel metabolizzare ciò che viene ascoltato e trasformare ogni segnalazione negativa in un intervento immediato e tempestivo per la risoluzione delle criticità. Tutta la rete, filiali, centri di recapito e strutture centrali lavorano su un'unica vista, guidati da un modo nuovo e condiviso di interpretare il servizio: non aspettare che i problemi emergano, ma anticiparli e ridurli. Questo modello si traduce concretamente in azioni grazie a tecnologie innovative, come dashboard evolute, dispositivi palmari e modelli predittivi, che rendono la consegna più affidabile e orientata a un'esperienza positiva per il cliente. Un sistema articolato che permette di trasformare ogni segnalazione del cliente in un caso, gestito tramite una piattaforma strutturata. Grazie a questo modello, nel 2025 sono state oltre 60.000 le segnalazioni raccolte e gestite, con benefici per destinatari e mittenti. Risultati che trovano una sintesi nel valore dell'NPS dei destinatari della consegna Pacchi 2025 pari a 58, cresciuto di quasi 20 punti negli ultimi due anni, con il 70% di clienti promotori, clienti che esprimono livelli massimi di soddisfazione e raccomanderebbero Poste Italiane ad altri.

CUSTOMER EXPERIENCE

Customer Experience del Gruppo Poste Italiane
dal 2017 Customer Experience in crescita passando da 23 a 35 punti di NPS



DTO: IL MOTORE DELL'ASCOLTO E DEL MIGLIORAMENTO

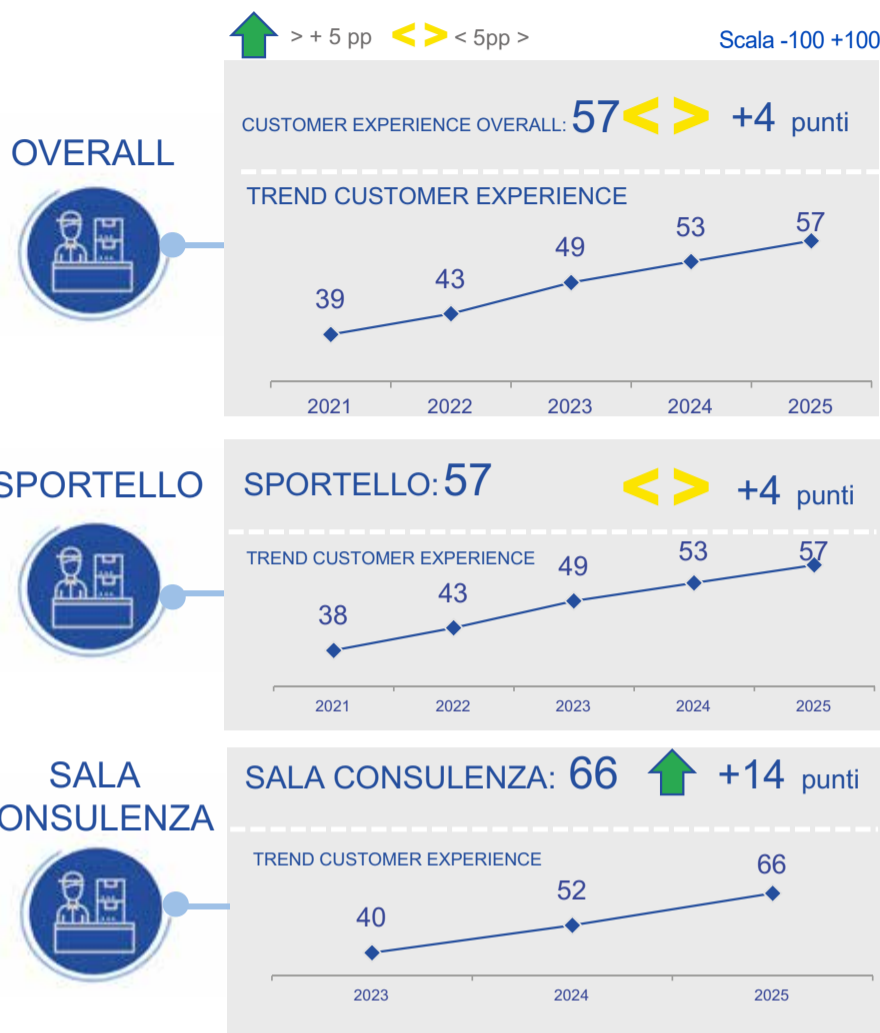
L'attività di ascolto dei clienti, svolta a livello centrale da DTO, nell'ambito della funzione Digital & Experience, prevede il monitoraggio e la collaborazione con tutte le Funzioni e Società del Gruppo per raccogliere l'esperienza dei clienti attraverso 430 punti di contatto (in Ufficio Postale, presso i Punto Poste, dopo aver ricevuto assistenza dal Customer Service, a seguito della ricezione e del pick-up di Posta e Pacchi, dell'utilizzo del Sito e App, dell'interazione con l'account commerciale MIPA, della fatturazione). Le metriche utilizzate per misurare la Customer Experience sono i KPI più diffusi tra le aziende, si basano su standard internazionali e misurano la "raccomandabilità" (NPS) o la "facilità" (Customer Effort Score - CES) dei nostri prodotti/servizi. Le misure vengono eseguite immediatamente dopo l'interazione con i clienti, retail, impresa o partner, misurazioni "a caldo", dette transazionali, che indirizzano azioni puntuali e vengono svolte nel continuo, sfruttando la piattaforma tecnologica di Customer Experience Management (di recente migrate alla piattaforma Qualtrics). Attraverso l'analisi dei feedback, supportata da strumenti di generative AI, vengono indi-

Vengono utilizzati oltre 400 touchpoint monitorati con AI e strumenti digitali

CUSTOMER EXPERIENCE MERCATO PRIVATI

La valutazione dell'esperienza

dei clienti in Ufficio Postale - Ottobre 2025 - Ufficio Postale Retail



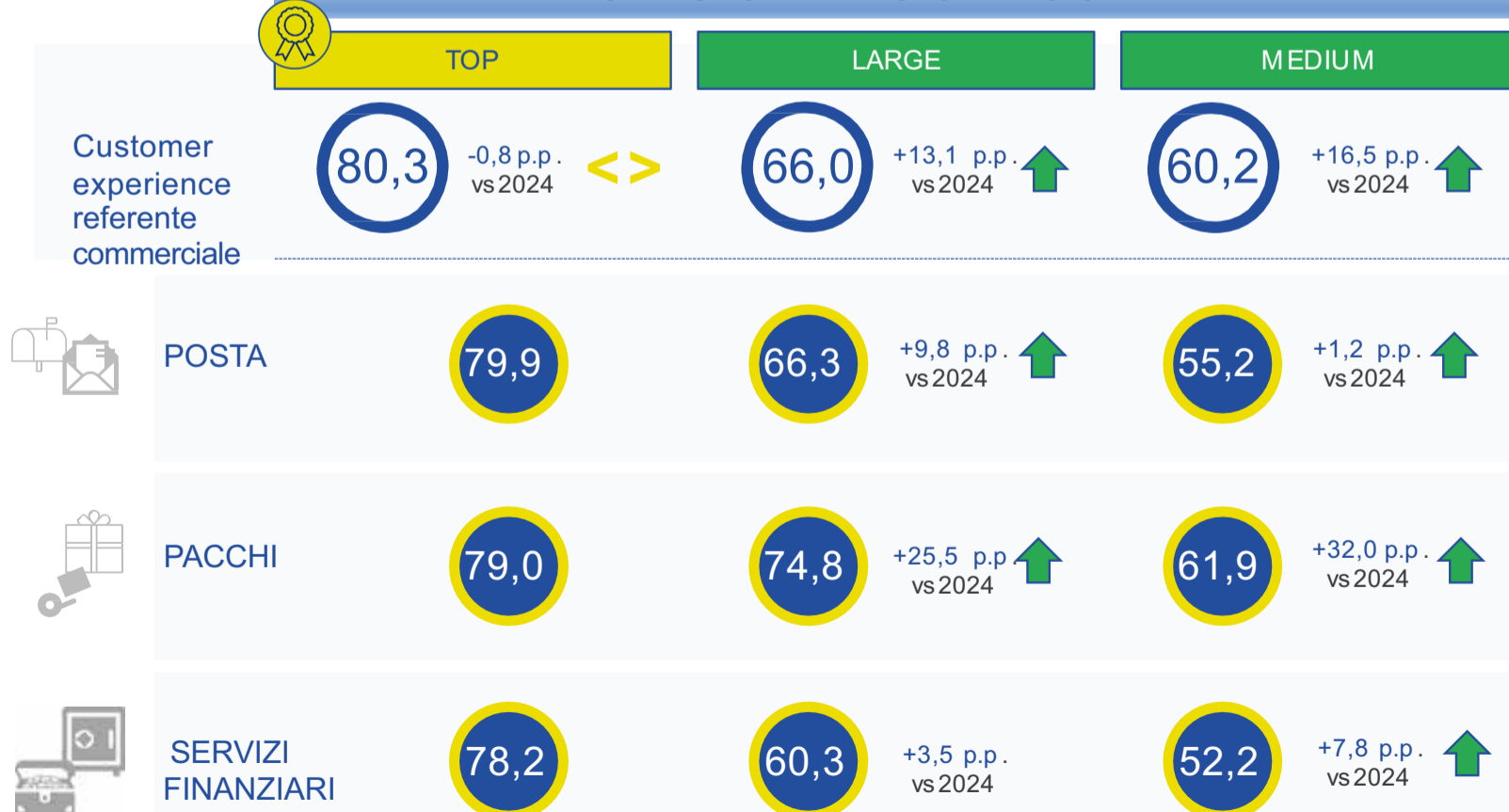
viduate, le aree prioritarie di miglioramento della Customer Experience su cui concentrare l'azione. Quest'attività coinvolge anche un gruppo inter-funzionale di circa 400 colleghi del Gruppo attraverso la "Task Force Qualità", attiva dal 2020. Un contributo significativo arriva dai colleghi dell'Ufficio Postale e dagli Account Commerciali MIPA, che forniscono preziosi input per le decisioni dell'azienda e la loro voce viene raccolta con altrettanta attenzione. Oltre all'ascolto immediato, vengono effettuate delle rilevazioni "a freddo" (relazionali) due volte l'anno sulla base di un campione rappresentativo di clienti e con il supporto di Marketing Strategico tramite società di ricerche di mercato che permettono di ascoltare anche la voce dei clienti dei competitor. Grazie a più di 20 dashboard condivise e da quest'anno allineate alle più recenti tecnologie, le informazioni raccolte viaggiano in tempo reale in tutta l'azienda e su tutto il territorio (dalle filiali, al recapito, agli account sul territorio PCL, nei siti del Customer Service). Le Business Unit e i canali, insieme a DTO analizzano ogni giorno le evidenze per mettere il cliente al centro dei piani di azione e dei progetti, sia con sviluppi strutturali di medio/ lungo termine che più immediati. Nel modello di ascolto, la soluzione può impattare sulla generalità dei Clienti (in questo caso si parla di "outer close the loop" - OCTL) oppure prevedere iniziative mirate sui singoli clienti ("Inner Close The Loop" - ICTL). Come, ad esempio, quando ci sono criticità sull'attività sulla consegna, o sui canali digital, il cliente viene ricontattato spesso in tempo reale per prendersi cura in modo personalizzato della sua esperienza. L'obiettivo è sempre lo stesso: ascoltare e rispondere alla voce dei nostri clienti per migliorarne la soddisfazione.

CUSTOMER EXPERIENCE MIPA

In aumento la soddisfazione per gli account dei clienti large e medium di Mipa

Ottobre 2025

DISTRIBUZIONE PER SEGMENTO CLIENTE



Crescono le valutazioni nei segmenti Large e Medium

Scala -100 +100
↑ > + 5 pp ↔ < 5pp >

La qualità percepita è una responsabilità condivisa ma anche fattore di competitività

POTENZIAMENTO DEL MONITORAGGIO

Il 2025 ha segnato un punto di svolta per il modello di ascolto con l'introduzione di un approccio data-driven, che permette di gestire i processi in ottica strategica, migliorando la qualità del servizio e l'esperienza del cliente. In particolare, nel canale retail, il sistema di ascolto della Customer Experience è stato potenziato in modo significativo con l'attivazione di 26 nuove sonde, per la maggior parte negli uffici postali, e la messa in campo di circa 220 azioni correttive, nel 90% dei casi su nuovi ambiti di intervento, trasformando i feedback in azioni concrete e valore tangibile. Nel 2025 si rafforza l'ascolto anche sull'App Poste con più feedback raccolti. Durante il rilascio progressivo dell'App, i contributi dei clienti permettono di correggere rapidamente le criticità e migliorare il servizio. Un passaggio delicato, segnato dalla chiusura delle App Bancoposta e Postepay, gestito mantenendo una buona qualità dell'esperienza utente. Tra i fronti più sensibili sui quali si è intervenuti, c'è inoltre quello della mancata consegna, con un rafforzamento del controllo sui disservizi, azioni puntuali sui casi più critici e contrasto di comportamenti non corretti, con impatti concreti su miglioramento della qualità del servizio di recapito.

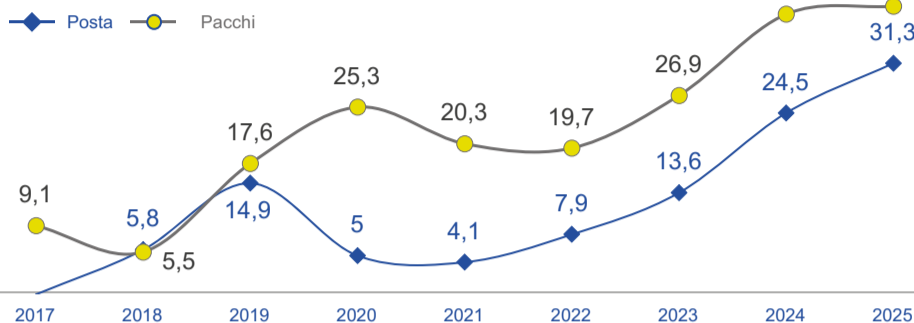
CRESCIE LA CUSTOMER EXPERIENCE PACCHI E SALA CONSULENZA

Nel 2025 la Customer Experience mostra segnali di miglioramento, trainata soprattutto dal comparto pacchi e, più in generale, dai canali di interazione con i clienti. Un andamento positivo che si contrappone a una situazione più stabile negli altri ambiti di business, dove emergono ancora margini di crescita e ottimizzazione. Tra gli elementi in maggiore evoluzione spicca la sala consulenza, che registra l'incremento più significativo in termini di soddisfazione. Un risultato che si inserisce in un quadro complessivamente stabile – o in lieve miglioramento – per quanto riguarda l'esperienza negli uffici postali. L'impatto sul business è evidente: il potenziamento della consulenza si riflette in modo particolare nei settori in cui il rapporto con il cliente è centrale, come PosteVita, Bancoposta Fondi e nei segmenti Premium di Bancoposta. In questi ambiti, la qualità della relazione con il consulente si conferma un fattore determinante. Feedback positivi nel mondo dei pagamenti, con l'alto gradimento della carta Postepay Evolution, che mantiene valori di NPS sempre più alti dei competitor. Grazie all'attività di ascolto, si è intervenuti anche sulle aree di miglioramento. Gli interventi messi in campo con le funzioni interessate hanno permesso di superare infatti nove delle ventotto criticità individuate nel 2024. Un dato che conferma

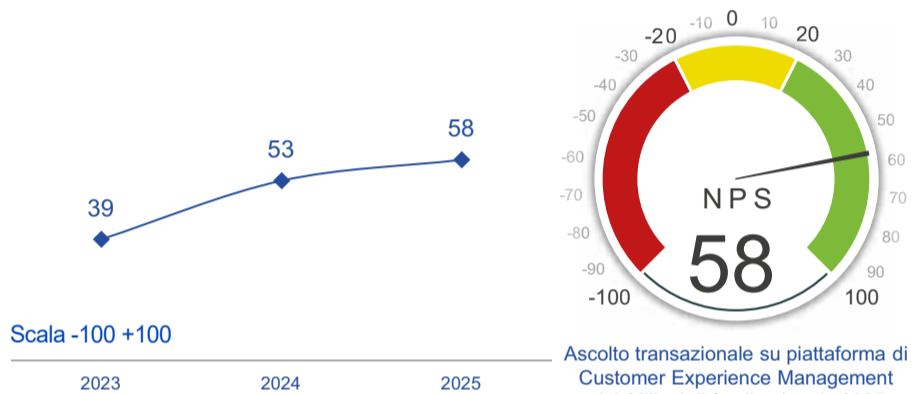
LOGISTICA

In crescita Customer Experience di posta e pacchi Dicembre 2025

CUSTOMER EXPERIENCE IMPRESE MITTENTI POSTA E PACCHI



CUSTOMER EXPERIENCE DESTINATARI PACCHI



sivamente stabile – o in lieve miglioramento – per quanto riguarda l'esperienza negli uffici postali. L'impatto sul business è evidente: il potenziamento della consulenza si riflette in modo particolare nei settori in cui il rapporto con il cliente è centrale, come PosteVita, Bancoposta Fondi e nei segmenti Premium di Bancoposta. In questi ambiti, la qualità della relazione con il consulente si conferma un fattore determinante. Feedback positivi nel mondo dei pagamenti, con l'alto gradimento della carta Postepay Evolution, che mantiene valori di NPS sempre più alti dei competitor. Grazie all'attività di ascolto, si è intervenuti anche sulle aree di miglioramento. Gli interventi messi in campo con le funzioni interessate hanno permesso di superare infatti nove delle ventotto criticità individuate nel 2024. Un dato che conferma

l'efficacia delle azioni intraprese e la capacità di tradurre l'ascolto dei clienti in risultati concreti.

DOVE POSSIAMO MIGLIORARE

Nel 2025 il modello di ascolto continuo ha confermato il suo ruolo strategico nel miglioramento della Customer Experience. Il lavoro sulle 28 aree individuate l'anno precedente ha portato a risultati concreti: nove di queste aree hanno registrato avanzamenti significativi, a conferma della qualità percepita dai clienti. L'integrazione tra dati operativi e feedback relazionali ha fornito insight preziosi, con impatti positivi su tutti i comparti di business. Guardando al 2026, l'ascolto dei clienti evidenzia le priorità per rafforzare ulteriormente l'esperienza offerta. Tra i temi principali ci

Individuate le aree di miglioramento si intraprendono le azioni per aumentare l'NPS

sono la trasparenza e la chiarezza dei servizi finanziari, insieme alla semplificazione dei processi, con particolare attenzione a pratiche e procedure più snelle. Sul fronte operativo, il miglioramento dei tempi di servizio negli uffici postali e l'ottimizzazione della logistica confermano l'impegno a rispondere in modo sempre più efficace alle esigenze dei clienti, inclusi i segmenti specifici come le PMI. L'esperienza digitale resta un elemento chiave: le piattaforme vengono costantemente arricchite per offrire interfacce più intuitive, integrate e in linea con gli standard di mercato, facilitando la navigazione e l'accesso alle informazioni. Infine, i servizi di recapito continuano a evolvere, con una crescente attenzione alla tracciabilità dei pacchi e alla gestione proattiva delle consegne, elementi che contribuiscono a consolidare la fiducia dei clienti e la qualità complessiva del servizio.

ASCOLTO IMPRESE: PIÙ SODDISFAZIONE E PIÙ VALORE

Nel 2025 Poste Italiane ha rafforzato l'ascolto dei clienti imprese, formalizzando l'Inner Close The Loop come nuovo processo aziendale e consolidando i processi sui principali touch point e registrando un miglioramento della Customer Experience rispetto al 2024. Anche grazie ai follow-up degli account MIPA verso i clienti che hanno segnalato criticità o espresso suggerimenti nelle survey NPS, il valore dell'NPS è cresciuto di 10 punti, generando inoltre il 13% di azioni di risoluzione e il 18% di nuove proposte commerciali, a conferma dell'efficacia dell'Inner Loop. L'aumento dell'NPS Posta, Pacchi e Servizi Finanziari nel target Imprese ha contribuito inoltre a ridurre il rischio di abbandono e a favorire il passaparola, mentre il rating dell'App Poste Business sugli store conferma una reputazione digitale sempre più positiva. Il perimetro di ascolto del segmento imprese è stato esteso, includendo nuovi business come Postel e touch point aggiuntivi come Pick-up pacchi,

CUSTOMER EXPERIENCE APP POSTE



App Poste Italiane



Ottobre 2025

App Competitor



Scala -100 +100



Tanti applausi per la nuova App: «Rende la vita più semplice ed è affidabile»

La nuova App Poste, che con oltre 4 milioni di utenti giornalieri, è la prima App italiana per uso quotidiano, è percepita dagli utenti come uno strumento che semplifica concretamente la vita quotidiana. I commenti dei clienti rilevati nel corso dei primi tempi di utilizzo, mettono infatti in evidenza soprattutto il risparmio di tempo, grazie alla possibilità di prenotare appuntamenti, effettuare pagamenti e gestire i propri prodotti direttamente dallo smartphone, evitando code e spostamenti inutili. Un altro elemento distintivo è la semplicità d'uso: l'App viene descritta come intuitiva, chiara e accessibile a tutte le fasce di età, anche a chi ha meno familiarità con i servizi digitali. Molto apprezzata anche la scelta di riunire in un'unica applicazione tutti i principali

servizi Poste, che consente agli utenti di avere una visione completa e centralizzata delle proprie operazioni. Infine, numerose recensioni sottolineano la velocità, l'affidabilità e il continuo miglioramento dell'App, insieme al valore del supporto umano, che resta un punto di forza riconosciuto del sistema Poste Italiane. Alla base dell'ascolto dei clienti sull'App P c'è un comitato editoriale che risponde puntualmente alle segnalazioni critiche del cliente sugli store App e mette in campo azioni per risolvere eventuali anomalie. Tra le azioni chiuse nel 2025 da segnalare la risoluzione della cancellazione dei messaggi in bacheca sulla versione 5.10 dell'App Android e la risoluzione su entrambi i sistemi del messaggio di errore visualizzato in caso di sostituzione carta.

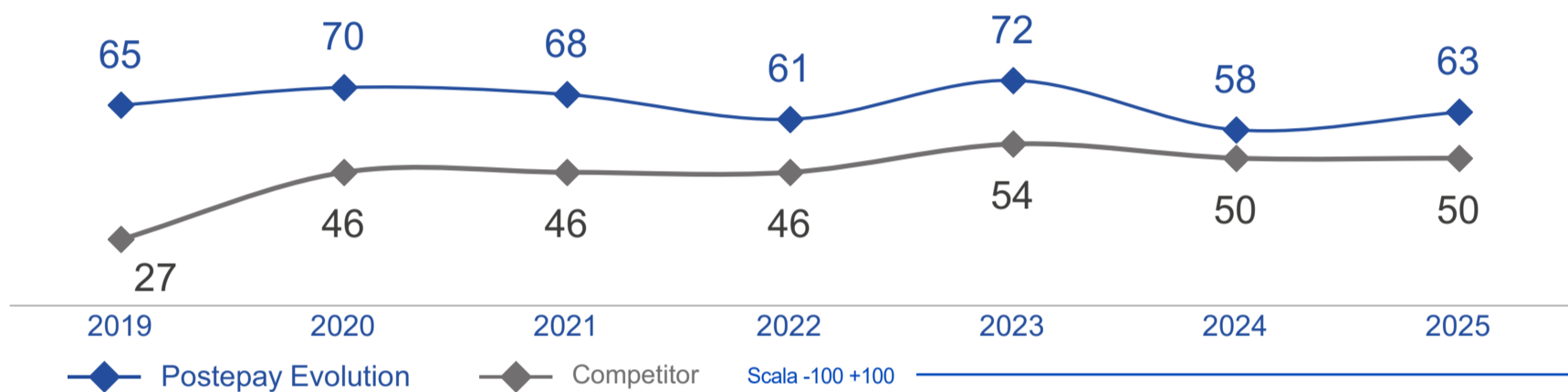
CUSTOMER EXPERIENCE PREMIUM

Indicatori in crescita - Premium



CUSTOMER EXPERIENCE PAGAMENTI DIGITALI

Il trend dell'NPS per PP Evolution e i competitor



assistenza offline e processi di fatturazione. Attraverso survey mirate, workshop qualitativi e analisi integrate, il Gruppo ha individuato priorità di miglioramento e implementato interventi concreti, dal "rush bug fix" sul portale Mypostedelivery Business a sprint di ottimizzazione della CX.

MP, LA QUALITÀ COME RESPONSABILITÀ CONDIVISA

Un particolare focus meritano gli Uffici Postali, dove si concentra la maggior parte dei nuovi canali di ascolto che hanno permesso di rilevare nel 2025 120.000 feedback raccolti su scala nazionale, grazie a un sistema più capillare e tempestivo. Un salto di qualità che ha consentito di definire KPI di Customer Experience fino al livello del singolo ufficio,

permettendo interventi mirati da parte delle strutture territoriali e una riduzione dei disservizi. Un'ulteriore innovazione è la sostituzione delle metriche di CX utilizzate per gli Uffici Postali che stanno progressivamente evolvendo dal Customer Effort Score (CES), che misura quanto è facile o difficile fruire dei servizi, all'NPS, adottando così uno standard parametrato alle metriche aziendali e di più immediata consultazione. «La qualità percepita dai clienti che ogni giorno entrano nei nostri uffici postali rappresenta un elemento fondamentale per la nostra azienda - spiega il Responsabile Gestione Operativa Luigi Migliaccio - Non si tratta solo di valutare l'efficienza dei processi o la correttezza delle operazioni, ma di comprendere come i clienti vivono l'esperienza complessiva: l'accoglienza, la chiarezza delle informazioni, la rapidità

L'integrazione tra ascolto operativo e digitale supporta decisioni guidate dai numeri

del servizio, l'attenzione ai dettagli». Proprio per il suo valore nel misurare la fiducia e la soddisfazione dei cittadini, questo indicatore è stato integrato nel sistema di monitoraggio di Mercato Privati «diventando strutturale per valutare la nostra capacità di rispondere alle aspettative del pubblico e migliorare in modo continuo. Ogni persona che lavora negli

uffici postali contribuisce in modo diretto alla qualità percepita: attraverso il proprio impegno, la professionalità e la cura nelle relazioni. Per questo la qualità non è un risultato isolato, ma una responsabilità condivisa che rafforza la nostra reputazione e sostiene la competitività dell'azienda nel tempo», conclude Migliaccio. Per quanto riguarda i dati di CX sugli Uffici Postali l'andamento è stabile rispetto al 2024 e i driver di crescita si rilevano soprattutto nell'operatività - in termini di velocità del servizio e semplicità e facilità delle operazioni, tempi di attesa - minore attesa allo sportello e velocità nelle operazioni, professionalità del personale e cortesia del personale. In forte crescita la Sala Consulenza con CX 66 (+14 punti) per la velocità di svolgimento delle operazioni, l'organizzazione/logistica e la professionalità dei consulenti.

Cosa dicono i clienti premium: «Consulenti competenti e professionali. Ci si può fidare»

Il Modello di Ascolto per i clienti Premium è un sistema continuo che mette il cliente al centro, integrando ascolto relazionale e transazionale. L'ascolto relazionale, affidato a una società esterna con cadenza semestrale, raccoglie opinioni qualitative che evidenziano i principali punti di forza: professionalità, disponibilità e competenza dei consulenti, oltre alla fiducia nei servizi. L'ascolto transazionale copre tutti i momenti chiave della relazione, raccogliendo feedback in tempo reale tramite la piattaforma Qualtrics, per una visione sempre aggiornata dell'esperienza cliente. Elemento centrale è il processo Inner Close The Loop, attivo mensilmente: i clienti soddisfatti vengono

ringraziati, mentre quelli meno soddisfatti vengono ricontattati per approfondire e risolvere eventuali criticità. Nel 2025, il ricontatto personalizzato ha generato risultati concreti: nel 44% dei casi nuove opportunità commerciali, nel 16% risoluzione di problemi e nel 13% soluzioni più personalizzate. L'ascolto si conferma così non solo uno strumento di miglioramento, ma anche una leva per rafforzare la relazione e sviluppare il business. Un servizio risulta essere sempre più apprezzato dai clienti, come conferma il valore del NPS pari a 27 (in crescita di 9 punti vs prima wave 2025 e +8 pp rispetto al target retail overall) e ancora più alto per il sottoinsieme dei clienti Premium contrattualizzati.

Ecco come ascoltiamo il giudizio dei clienti anche sulle reti terze

A fine 2023 l'attività di ascolto è stata estesa anche alle reti terze, coinvolgendo i tabaccai convenzionati con la rete Punto Poste per i servizi di consegna e spedizione pacchi. L'ascolto riguarda i servizi di invio/consegna presso la rete partner dei Tabaccai convenzionati col circuito Punto Poste (circa 14.000 punti vendita). Nel 2026 è prevista l'estensione a tutti i punti della rete terza LIS ed a tutti i servizi erogati dai diversi punti vendita (circa 43.000). Attraverso l'App Click&Collect sono stati raccolti oltre 7.000 feedback da circa 4.000 operatori. Dall'analisi delle segnalazioni sono nate azioni concrete di miglioramento, che

hanno portato a un aumento tangibile della soddisfazione rispetto all'avvio del progetto. Tra le criticità più frequenti, i tabaccai hanno evidenziato la difficoltà dei clienti nel presentare il PIN necessario per il ritiro dei pacchi, spesso non ricevuto o difficile da reperire. Per rispondere a questa esigenza, sono stati introdotti interventi mirati a rendere il PIN più visibile nelle comunicazioni e facilmente recuperabile. Inoltre, dopo le segnalazioni di malfunzionamento della tastiera in fase di accettazione, il software Click&Collect è stato aggiornato con una nuova configurazione della schermata, migliorandone l'usabilità.

GLI UFFICI POSTALI PIÙ APPREZZATI D'ITALIA

Ecco le testimonianze dei direttori degli uffici postali che hanno conquistato la top ten della qualità percepita nelle rispettive Macro Aree: «Più relazione meno transazione, è la cura dei dettagli a migliorare il giudizio degli utenti»

NORD OVEST

«Successo che nasce dall'attenzione»

«Il nostro successo nasce dall'attenzione costante al cliente: operiamo nel pieno rispetto del Codice Etico, ascoltando con attenzione le esigenze e lavorando con professionalità e spirito di squadra. I clienti riconoscono questo impegno e apprezzano la correttezza e la trasparenza delle soluzioni proposte», afferma il DUP di Moncalieri (TO) **Giuseppe Cavitolo**.



MONCALIERI



GRUGLIASCO

«Più relazione, meno transazione»

Maria Di Leone è direttrice dell'ufficio postale di Grugliasco (TO): «Ogni giorno, in sinergia con la squadra, cerchiamo di ascoltare il cliente per comprendere i suoi bisogni accogliendolo con gentilezza poiché un cliente soddisfatto riflette la sua esperienza positiva su altri ed è più disponibile ad ascoltare le nostre proposte. Più relazione, meno transazione».

«Creiamo un ambiente personalizzato»

«La nostra squadra è fatta di giovani professionisti ed entusiasti del lavoro. Abbiamo creato un'esperienza unica e accogliente, ascoltando e adattandoci alle esigenze dei clienti, migliorando la soddisfazione e creando un ambiente personalizzato», sottolinea **Antonello Maza**, Dup di Ivrea (TO).



IVREA

«Aiutiamo a superare i problemi vicini al confine svizzero»

«Domodossola Città (VB) è il primo ufficio "importante" che si incontra oltre il confine con la Svizzera, da sempre punto di riferimento per i nostri connazionali», spiega il Dup **Ennio Campana**. «Ci capita – prosegue – di gestire pratiche che i clienti non sono riusciti ad effettuare o completare nei loro comuni di origine».



DOMODOSSOLA CITTÀ

«I clienti premiano il rispetto degli standard aziendali»

«Il risultato raggiunto è frutto di un ascolto attivo dei bisogni del cliente e di un'attenzione costante alla qualità dell'esperienza offerta», secondo il Dup di Novara Centro **Gianpaolo Vitabile**. «Abbiamo cercato di garantire – continua – un'esperienza in linea con gli standard aziendali, ponendo al centro i suoi bisogni».



NOVARA CENTRO

Un luogo di incontro fisico e digitale

«Da noi il cliente viene accolto con un sorriso e ascoltando le sue esigenze, mettiamo a disposizione le nostre competenze accompagnandolo al suo obiettivo. Creiamo un luogo di incontro dove il canale digitale e la presenza fisica possano rappresentare un valore aggiunto a disposizione dell'utente», afferma **Paolo Pezzella**, Dup di Vercelli Centro.



VERCELLI CENTRO



SESTO SAN GIOVANNI

«Accoglienza, disponibilità e chiarezza»

Salvatore Coletta è il Dup di Sesto San Giovanni (MI): «Il risultato raggiunto – sottolinea – nasce dalla collaborazione di tutta la squadra, dall'ascolto del cliente e dalla cura in ogni fase del servizio. Accoglienza, disponibilità e chiarezza sono state le leve principali per migliorare l'esperienza complessiva».

«Puntiamo a migliorare l'esperienza»

«Questo risultato è stato possibile grazie al lavoro di squadra e all'impegno quotidiano di tutto il personale dell'ufficio», per **Antonino Germanò**, Dup di Desio (MB). «Puntiamo su disponibilità, ascolto dei clienti e promozione dei servizi digitali e della prenotazione, per ridurre le attese e migliorare l'esperienza allo sportello».



DESIO

«Lavoriamo su ascolto attivo e tempi di risposta rapidi»

«Il risultato raggiunto è frutto del lavoro di squadra e dell'attenzione costante al cliente attraverso l'ascolto attivo, tempi di risposta rapidi, soluzioni personalizzate, comunicazione chiara e sinergia attiva e costante tra i colleghi dell'ufficio», sottolinea **Dania Ziliani**, Dup di Gussago (BS).



GUSSAGO

«È la cura dei dettagli a elevare la qualità percepita»

«Viviamo la vita in ufficio come l'armonizzazione di diverse competenze, io Dup coordino e formo, la collaboratrice **Viviana indirizza**, i consulenti traducono i bisogni dei clienti, gli OFE fanno risparmiare, gli OSP ci mettono la voglia di aiutare: la cura dei dettagli eleva la qualità percepita». Così **Riccardo Testa** descrive l'UP di Novi Ligure (AL).



NOVI LIGURE

NORD EST

«Sappiamo di essere il biglietto da visita dell'azienda»

«L'Ufficio Postale è la prima immagine del nostro brand: ciò che i clienti vedono senza conoscere la grande macchina che sta dietro. Noi lavoriamo quotidianamente perché chi entra trovi non solo servizi, ma persone sempre sorridenti, disponibili, pazienti e competenti», afferma **Alessa Saccon**, Dup di Marghera (VE).



MARGHERA

«Abbiamo dato soluzioni rapide e risposte al territorio»

«Questo risultato nasce dall'impegno quotidiano di tutto l'ufficio e dall'attenzione verso ogni cliente. Cerchiamo di accogliere le persone con disponibilità, ascolto e offrendo loro soluzioni chiare e rapide», spiega **Antonietta Santi**, Dup di Cividale del Friuli (UD). «Essendo un ufficio Hub, ci troviamo spesso a dover risolvere anche problematiche derivanti dal territorio».



CIVIDALE DEL FRIULI

«Noi? Coesione, empatia, squadra»

«L'ufficio postale di Treviso Centro ha tradotto l'acronimo di questa attività CES personalizzandolo in modo da creare il proprio motto Coesione-Empatia-Squadra, mettendoci sempre nei panni del cliente. Crediamo in ciò che facciamo, perché in ogni gesto mettiamo un pezzo di noi», spiega la Dup **Chiara Cavaliere**.



TREVISO CENTRO



SAN VITO AL TAGLIAMENTO

«La nostra forza è la sinergia del team»

«La forza del nostro team è la sinergia», sottolinea **Margherita Marini**, Dup di San Vito al Tagliamento (PN). «Ogni giorno - prosegue - accogliamo i nostri clienti con sorrisi e professionalità e li supportiamo anche nel processo di digitalizzazione: tutto questo crea un solido rapporto di fiducia, che ci permette di ottenere la loro soddisfazione e di raggiungere gli obiettivi».

«I clienti al centro del cambiamento»

«L'entusiasmo, la passione e lo spirito di squadra sono il nostro segreto e fanno sì che clienti si sentano parte di un progetto che li posiziona al centro del cambiamento, li coinvolge con un ascolto attivo e risposte tempestive ai loro bisogni». È quanto sottolinea **Martina Carcereri**, Dup di Castel d'Azzano.



CASTEL D'AZZANO

«Ogni feedback è un'occasione per migliorare il servizio»

Massimo Mendolia, Dup di Oderzo (TV), racconta che «il successo nasce dal lavoro di squadra e dall'ascolto dei clienti. Offriamo un servizio attento e personalizzato e cerchiamo sempre di rispondere rapidamente alle richieste. Ogni feedback diventa per noi un'occasione per migliorare il servizio, la qualità del lavoro e il rapporto di fiducia con i clienti».



ODERZO

«La collaborazione è la leva per raggiungere i risultati»

«Abbiamo raggiunto questo risultato grazie a un lavoro di squadra costante, ascolto attivo dei clienti e attenzione quotidiana alla qualità del servizio. Collaborazione, confronto e impegno condiviso sono stati le leve che hanno migliorato l'esperienza della nostra clientela», spiega **Mirko Dorsaneo**, Direttore dell'ufficio postale di Camposampiero (PD).



CAMPOSAMPIERO

«Merito del ricambio generazionale»

Monica Molon, Dup di Bussolengo (VE), sottolinea: «Abbiamo vissuto un importante cambio generazionale: una squadra composta per lo più da ragazzi e ragazze tra i 22 e i 36 anni, digitalmente evoluti ma allo stesso tempo molto attenti all'ascolto. A questa competenza tecnologica si affiancano empatia, disponibilità, professionalità, dinamismo e gentilezza».



BUSSOLENGO



SAN DONÀ DI PIAVE

«L'ascolto è sempre il valore aggiunto»

«I risultati ottenuti sulla qualità percepita rappresentano un ottimo traguardo che abbiamo raggiunto attraverso comportamenti e attenzioni consolidate», secondo **Nadia Vallese**, Dup di San Donà di Piave (VE). «Ogni esperienza del cliente - prosegue - passa dall'accoglienza, dalla relazione all'assistenza, e in ogni fase l'ascolto rappresenta il valore aggiunto».

«La qualità percepita è il nostro motore»

«La qualità percepita dal cliente è sempre stato quell'elemento "magico", vero motore del nostro operato. Trattandosi, dunque, di un dato soggettivo, abbiamo fatto in modo che i clienti ci valutassero sulla base di fattori, come empatia, affidabilità, coinvolgendo tutti i colleghi SCF, OSP ed OFE», afferma **Salvatore Bellavia**, Dup di Feltre (BL).



FELTRE

CENTRO NORD

«Affidabilità e competenza sono le chiavi del successo»

«Il contatto con il pubblico può essere difficile e, a volte, estenuante, ma quando si lavora in squadra con la finalità di essere un supporto al cliente, si dimostra affidabilità e competenza e questo, associato a un sorriso come biglietto da visita, ha fatto sì che la nostra clientela ci premiasse». Sono le parole di **Alessia Cattani**, Dup di Collecchio (PR).



COLLECCHIO

«Hanno funzionato i momenti di contatto con i clienti»

«Il nostro impegno importante per le persone del quartiere in cui siamo ubicati, è stato continuo nel tempo», mette in evidenza **Antonio Bosso**, Dup di Firenze 1. «Siamo riusciti a incrementare il numero di persone fidelizzate attraverso un'attività relazionale forte a sportello, con momenti di privacy e di contatto diretto con i nostri OFE».



FIRENZE 1

«Ho fatto capire ai colleghi il valore del nostro lavoro»

«Il mio impegno è stato trasferire ai colleghi il valore del loro lavoro», sottolinea **Tamara Coppari**, Dup di Macerata Centro. «Gestiscono i clienti con professionalità, disponibilità e rapidità quotidianamente. Il feedback positivo ricevuto rappresenta uno stimolo a migliorare costantemente».



MACERATA CENTRO

«Determinante la collaborazione tra tutti i colleghi»

«Siamo lieti di far parte degli uffici la cui qualità ha portato a soddisfare il cliente. Il risultato raggiunto è frutto dell'impegno dell'intera squadra dell'ufficio, ottenuto grazie alla collaborazione di tutti i colleghi che, con sinergia costante e un ascolto attivo, ha garantito dei servizi più efficienti secondo le necessità emerse», dichiara **Rosalia Mortellaro**, Dup di Parma Centro.



PARMA CENTRO

«Impegno e intraprendenza, così il cliente è al centro»

Per **Cristina Nicolini**, Dup di Piacenza Centro, «è il risultato di un lavoro di squadra: insieme mettiamo impegno e intraprendenza, ponendo sempre il cliente al centro. Con un'attenzione costante verso i clienti, costruiamo relazioni di fiducia migliorando la loro esperienza in ufficio, grazie anche alla presenza attiva sul territorio».



PIACENZA CENTRO

«Hanno premiato la nostra capacità di creare fiducia»

Attilio Bandiera, Dup di Salsomaggiore Terme (PR), afferma: «Il segreto è l'ascolto attivo: abbiamo trasformato ogni interazione in un momento di valore. Puntando su empatia, riduzione dei tempi d'attesa e risoluzione immediata, il team ha creato un legame di fiducia che i clienti hanno premiato. La qualità per noi non è un numero, ma un sorriso».



SALSOMAGGIORE TERME

«Un risultato raggiunto grazie al gioco di squadra»

«Questo risultato è stato raggiunto grazie alla passione che ogni risorsa dell'ufficio mette nello svolgere il proprio lavoro. Grazie al gioco di squadra, l'ufficio riesce a trovare le soluzioni più idonee per i clienti», sottolinea **Paola Meotti**, Dup di Scandicci (FI).



SCANDICCI

«È l'attenzione ai dettagli a guidare le nostre azioni»

«Lavoro di squadra, ascolto costante, attenzione ai dettagli e ai bisogni del cliente sono le linee guida del nostro lavoro. Il nostro impegno quotidiano è fondato su cercare di migliorare sempre in tutti gli ambiti l'esperienza del cliente all'interno dell'ufficio postale», sottolinea **Fabrizio Valentini**, Dup di Sferracavallo di Orvieto (TR).



SFERRACAVALLO DI ORVIETO

CENTRO

«Rispondiamo sempre con il sorriso»

«L'accoglienza nel nostro ufficio postale è un elemento imprescindibile che appartiene a tutti: direttore, consulenti, OFE e Operatori di Sportello. Disponibilità, cordialità e professionalità sono elementi chiave per mettere a proprio agio i clienti, ai quali rispondiamo sempre con il sorriso», afferma **Luca Ceccarelli**, Dup di Alatri (FR).



ALATRI



CAGLIARI 10

«Risultati che nascono dalle sinergie»

«I risultati del nostro ufficio nascono dalla sinergia tra tutti: direttore, collaboratori, consulenti, operatori front end e sportello», afferma **Andrea Meloni**, Dup di Cagliari 10. «Accoglienza e sorriso sono state le leve per trasformare ogni servizio in un'esperienza di valore. La nostra forza? Mettere il cliente al centro con professionalità e disponibilità costante».

La fidelizzazione è la stella polare

«Il nostro Ufficio è concentrato sull'impegno quotidiano di accoglienza e fidelizzazione del cliente, ognuno secondo le proprie competenze», sottolinea **Giovanna Petrosino**, Dup di Castelverde di Lunghezza (RM). «La sinergia tra colleghi, che cerchiamo di applicare tutti i giorni, si traduce in costante soddisfazione dei bisogni della nostra clientela».



CASTELVERDE DI LUNGHEZZA

«Dedichiamo tempo all'ascolto e a guidare le persone»

Secondo **Fabiola Ciufici**, Dup di Lanciano (CH), occorre «accogliere con il sorriso, ascoltare con attenzione e dedicare il giusto tempo». «In un contesto di continua e veloce evoluzione – prosegue – alcuni clienti hanno bisogno di essere guidati, di sicurezza e conforto, altri hanno esigenza di velocità. E noi siamo pronti, con umanità, competenza ed innovazione».



LANCIANO

«I clienti soddisfatti sono una gratificazione e uno stimolo»

«Formazione, competenza e disponibilità sono alla base del nostro lavoro. Avere clienti soddisfatti rappresenta un motivo di gratificazione e, allo stesso tempo, una grande opportunità per il raggiungimento degli obiettivi. Un cliente soddisfatto è il miglior biglietto da visita per favorire il passaparola e generare referenze attive», dichiara **Massimo Di Ramio**, Dup L'Aquila 1.



L'AQUILA 1

«Dimostrata la forza della squadra»

Fabrizio Maccarone, Dup di Pescara Centro, afferma: «L'ufficio postale ha saputo fare la differenza con empatia, professionalità e servizi di qualità garantendo ogni giorno ai propri clienti un'accoglienza cordiale e un'esperienza sempre positiva. Un risultato che racconta la forza di una squadra che lavora nella stessa direzione, guidata da valori condivisi».



PESCARA CENTRO



CINECITTÀ EST

La qualità di saper presentare i prodotti

«Siamo impegnati a garantire il miglior servizio per la nostra clientela. Un risultato possibile grazie a un lavoro di squadra svolto in sinergia», spiega **Simone Martini**, Dup di Roma Cinecittà Est. «Stiamo facendo conoscere a tutti i clienti che aprono il conto corrente o Postepay Evolution il libretto di smart con le sue potenzialità: anche questo è qualità».

«Servizi sì, ma anche rapporti umani»

«Tutti all'interno dell'ufficio, al di là del ruolo ricoperto, cercano di conciliare professionalità e velocità per garantire un servizio efficiente. Per noi è importante rendere fruibili tutti i servizi, anche quelli digitali, tenendo sempre in considerazione il rapporto umano», sostiene la Dup di Roma EUR **Antonella Brigante**.



ROMA EUR

«Soddisfatti di aver offerto un servizio di eccellenza»

«Il risultato raggiunto riflette l'attenzione e la cura che ogni giorno riserviamo ai nostri clienti. La nostra maggiore soddisfazione, quindi, è sapere che, nonostante la numerosità dei clienti che frequentano il nostro ufficio, abbiamo offerto loro un servizio di eccellenza», afferma **Francesca Iorio**, Dup di Roma Tiburtino Sud.



ROMA TIBURTINO SUD

«La capacità di mettersi a disposizione del cliente ha vinto»

Maria Antonietta Peddio, Dup di Terralba (OR), rivela i segreti del successo del suo team: «La capacità di mettersi nei panni del cliente per comprendere e soddisfare sempre i suoi bisogni con cordialità, professionalità e un sorriso da parte di tutto lo staff».



TERRALBA


SUD
«I clienti hanno bisogno di noi, lavoriamo sull'accoglienza»

«Nel nostro ufficio, ad alta pedonabilità, incontriamo tantissimi clienti. Ognuno di loro ha un bisogno o un problema da risolvere. Il nostro motto è disponibilità e accoglienza», afferma **Antonietta Mango**, Dup di Rossano (CS). «Dal direttore al collaboratore – aggiunge – ognuno per il proprio ruolo, ci attiviamo affinché il cliente trovi la soluzione migliore».

**ROSSANO**
«La nostra vicinanza alle persone è stata premiata»

«Abbiamo interpretato positivamente il ruolo di prossimità e di vicinanza che incarna Poste Italiane competendoci con le difficoltà della popolazione, al fine di offrire umanità, sensibilità rispetto ai problemi di ogni giorno. La scelta ci ha premiato e ci spinge a fare sempre meglio»: sono le parole di **Francesco Paolo Ostuni**, Dup di Santeramo in Colle (BA).

**SANTERAMO IN COLLE**
«La fedeltà del pubblico è una spinta a migliorarsi»

«Questo traguardo è il frutto di un impegno costante e di dedizione totale dall'intera squadra. Professionalità e cortesia ci hanno permesso di creare un ambiente accogliente, di rafforzare la nostra reputazione e il rapporto di fiducia con i clienti: la loro fedeltà ci spinge a migliorarci sempre di più», dichiara **Fortunata Sessa**, Dup di Nocera Superiore (SA).

**NOCERA SUPERIORE**
«Giudizio che è lo specchio del lavoro»

Secondo **Giuseppe Paduano**, Dup di Trentola Ducenta (CE), «il giudizio positivo dei nostri clienti è lo specchio diretto di come lavoriamo prima dell'apertura al pubblico, il nostro dietro le quinte. Alla base di ogni servizio c'è un team sinergico: passione, problem solving e ascolto costante. Non un assolo, ma una sinfonia per offrire il meglio ogni giorno».

**TRENTOLA DUCENTA**
«Soddisfazione trasformata in fedeltà»

«Il punto strategico su cui si focalizza la nostra azione è la trasformazione della soddisfazione del cliente in fedeltà attraverso il gioco di squadra», dichiara **Giuseppe Capobianco**, Dup di Benevento Centro, ricordando: «La soddisfazione del cliente si può ottenere solo se nulla viene dato per scontato: la qualità percepita passa attraverso un processo continuo».

**BENEVENTO CENTRO**
«Il personale protagonista dei risultati»

«I risultati sono il frutto del lavoro di squadra che vede protagonista tutto il personale applicato nel nostro ufficio e gli specialisti di filiale», sottolinea **Giovanni Maino**, Dup di Gravina in Puglia (BA). «Interagiamo direttamente con i clienti condividendo i vantaggi del mondo digitale, fra questi l'utilizzo della super app».

**GRAVINA IN PUGLIA**
«Riconosciuto l'impegno costante»

«Il risultato è frutto dell'impegno costante e sinergico del team», sostiene **Rosa Crupi**, Dup di Vibo Valentia Razza. «Mettiamo il cliente al centro – prosegue – per soddisfare le sue esigenze tramite ascolto, accoglienza ed empatia. Lavoriamo con attenzione e professionalità per trasformare ogni incontro in un'esperienza positiva e costruire fiducia e valore».

**VIBO VALENTIA RAZZA**
Tempi, prodotti e cortesia per dare risposte precise

«Il riconoscimento dei nostri clienti è la conferma che la qualità del servizio e la cortesia sono i motori del nostro successo. Il primo passo verso l'eccellenza è stato il rispetto per il tempo del cliente», sottolinea **Carmine Paciello**, Dup di Potenza 4. Poi, «abbiamo investito nella formazione continua del team per garantire risposte precise sui nostri prodotti».

**POTENZA**
«La nostra priorità è lavorare in modo etico»

«Le dipendenti sono sempre disponibili ad ascoltare il cliente, risolvendone i problemi con competenza e velocità. Semplifichiamo la digitalizzazione, sviluppando un rapporto di fiducia solido e duraturo. Nel raggiungere gli obiettivi, la nostra priorità è lavorare in modo etico, ponendo il cliente al centro di tutto», dichiara **Grazia Potenza**, Dup di Fasano 1 (BR).

**FASANO 1**
La ricetta? Niente attese e aiutare chi è in difficoltà

«Siamo una squadra serena e ci piace accogliere tutti con il sorriso. La nostra ricetta? Zero attese, tanta empatia e voglia di aiutare subito chi è in difficoltà, risolvendo anche i casi più complicati. Per noi il cliente è uno di famiglia, non solo un numero», afferma **Tullia Scala**, Direttrice dell'ufficio postale di San Gennaro Vesuviano (NA).

**SAN GENNARO VESUVIANO**

SICILIA

«Aiutare i clienti con l'app ha avuto un effetto positivo»

«Abbiamo promosso l'App direttamente agli sportelli, spiegandone i vantaggi e aiutando i clienti a configurarla. La leva più efficace è stata la comunicazione dei benefici, con relativo risparmio di tempo e costi, evitando così attese», spiega **Emanuele Pilato**, Dup di Mussomeli (CL). «Questo approccio – aggiunge – sta rafforzando la fiducia nei confronti di Poste».



MUSSOMELI

«La nostra unione ci rende forti, i clienti lo riconoscono»

«Ci troviamo al centro della città. Il nostro punto di forza sicuramente è la relazione con il cliente, cerchiamo sempre di mettere tutti i clienti a loro agio mantenendo professionalità e cordialità. La nostra unione ci rende forti e questo è percepito anche dalla clientela», commenta **Simona D'Amico**, direttrice dell'ufficio postale di Messina 3.



MESSINA 3

«A guidarci sono i rapporti di fiducia»

«La qualità percepita nel nostro ufficio si è sempre basata su rapporto di fiducia con la clientela – afferma **Antonino Antoci**, Dup di Mistretta (ME) – Con i colleghi abbiamo sempre messo in campo trasparenza, cortesia, professionalità, elementi che ci hanno sempre permesso di rappresentare un punto di riferimento costante per il territorio».



MISTRETTA



RAFFADALI

La qualità costruita sulla vicinanza

«Dietro questo traguardo c'è l'impegno quotidiano di tutto il team dell'ufficio. Ascolto, attenzione al cliente e senso di squadra sono le leve che ci aiutano ogni giorno a offrire un servizio di qualità, rafforzando la nostra vicinanza alle persone e al territorio», afferma **Giovanni Volpe**, Dup di Raffadali (AG).

Saluto, sguardo, sorriso: «3S» vitali

«Nel corso di questi anni, abbiamo messo in campo e consolidato il tema della relazione e dell'accoglienza della clientela partendo da cose semplici, ma per noi importanti, come le «3S», ovvero Saluto, Sguardo e Sorriso, must del nostro Direttore di Filiale», afferma **Alessio Pietro Santangelo**, Dup di Siracusa Centro. «Accogliere i clienti con cordialità, ascoltarli stabilendo un contatto visivo e trasmettere positività sono elementi fondamentali per entrare in empatia con loro, per creare opportunità e fidelizzare la clientela».



SIRACUSA CENTRO

«Raccogliamo i frutti della costanza nel creare valore»

Gianluca Muriana Tribero è il Dup di Palermo 34. A lui spetta il compito di descrivere il lavoro del suo team: «Quando il cliente entra in sala lo accogliamo col sorriso ascoltandolo e indirizzandolo con l'obiettivo di trasformare ogni problema in opportunità. Questo risultato è il frutto di passione, impegno e costanza da parte di tutto l'ufficio nel creare valore».



PALERMO 34

«Il giudizio della clientela è frutto della nostra passione»

Salvatore Barbagallo, Dup di Catania 1, sottolinea: «Il valore percepito dalla nostra clientela è frutto della passione, professionalità e sinergia di una squadra di cui vado molto orgoglioso che non trascura mai l'attenzione verso il cliente, puntando sulla qualità del servizio, incrementato dalla presenza in sala pubblica mia e del collaboratore».



CATANIA 1

«C'è un clima di supporto reciproco»

«Questo traguardo nasce dalla sinergia tra colleghi: un clima positivo, di supporto reciproco, che i clienti percepiscono chiaramente. Trovare persone disponibili e affiatate, capaci di ascoltare con un sorriso, è la chiave per offrire sempre la soluzione migliore e soddisfare ogni bisogno con cura», afferma **Maria Patrizia Schillaci**, Dup di Belpasso (CT).



Poste Italiane BELPASSO



PIAZZA ARMERINA 1

Trent'anni di esperienza valgono

«Ho il piacere di dirigere un ufficio con personale che ha alle spalle oltre 30 anni di esperienza, peculiarità che caratterizza la nostra forza e la nostra attenzione verso i clienti», sottolinea **Guido Milazzo**, Dup di Piazza Armerina 1 (EN).

I clienti tornano perché soddisfatti

«Collaboratrici come Ylenia e Clara mi aiutano con la loro esperienza e gli insegnamenti della nostra Azienda e con noi partecipano operatori di sportello, OFE e consulenza». Lo afferma **Mariantonia Badalucco**, Dup di Alcamo (TP), che aggiunge: «Un cliente soddisfatto vive un'esperienza sicuramente ripetibile; con un ritorno di immagine e non solo significativamente forte».



ALCAMO

TOP DEL RECAPITO PREMIATI DAI CLIENTI

Le testimonianze dei responsabili dei Centri che hanno fatto registrare le migliori performance nell'indice NPS in tutte le zone d'Italia: «Ogni recapito è una valutazione. La principale leva è il dialogo con l'utente»

NORD OVEST

«Puntualità e qualità, i nostri mantra»

«La nostra squadra, con attenzione e dedizione, ha sempre cercato di accontentare le richieste con puntualità e qualità, adoperandosi in prima persona. Questo lavoro è scaturito da una condivisione giornaliera sull'attenzione alle persone e alla risoluzione dei problemi che possono nascere», spiega **Federica Garetto** responsabile del CD di Saluzzo (CN).



SALUZZO



DRONERO

«La chiave? Un obiettivo comune»

«L'importante è unire la squadra verso un obiettivo comune, puntando su unità e dedizione. I miei portalettere hanno fatto il resto. Con una comunicazione proattiva e affidabile, avviano in anticipo in fase di consegna, trasformando il servizio in una vera eccellenza», dichiara **Franca Manuella**, responsabile del CD di Dronero (CN).

In gita e in ufficio, collaborare conta

«Il raggiungimento dell'obiettivo NPS è stato frutto di un lavoro condiviso orientato al risultato. Ogni membro del team ha contribuito in modo concreto al suo conseguimento. In gita e in ufficio, ogni persona ha collaborato in modo proattivo per trarre questo risultato», afferma **Maria Teresa Scumace**, responsabile del CD di Como Recapito Gallio.



COMO RECAPITO GALLIO

«Favoriamo il recapito in ogni modo»

«Il risultato si deve a lavoro di squadra e attenzione al cliente: quando non è in casa lo contattiamo ed effettuiamo ulteriori passaggi per favorire il recapito». Così **Michelina Bocchino**, responsabile del CD di Luserna San Giovanni (TO).



LUSERNA SAN GIOVANNI



SAVONA RECAPITO MORO

«Da noi ascolto, flessibilità e qualità»

«Le nostre leve vincenti sono state ascolto, flessibilità e qualità del servizio, che ci hanno permesso di rendere l'esperienza più fluida e soddisfacente», dichiara **Daniele Rabozzi**, responsabile del CD di Savona Recapito Moro.

Alla base del risultato un "villaggio vivo"

«Immaginare i nostri utenti come una piccola comunità è una base da cui partire, poiché se pensiamo a loro come ad un "villaggio vivo" questa visione può essere potente», sottolinea **Davide Burbatti**, responsabile del CD di Ivrea (TO).



IVREA

«Ci mettiamo nei panni dei destinatari»

Antonio Saracino, responsabile del CD di Torino Recapito Nizza: «Puntiamo su valori fondamentali: puntualità, gentilezza e affidabilità. In ogni consegna ci mettiamo nei panni di chi riceve, come se fossimo noi i destinatari. Se il cliente è assente lo contattiamo per concordare una soluzione ed effettuiamo un secondo tentativo a fine giro».



TORINO RECAPITO NIZZA



CEVA

La puntualità si assicura insieme e nasce dalla passione

Daniela Nolaschi è la responsabile del CD di Ceva (CN): «Offriamo un servizio di consegna accurato e puntuale, frutto del lavoro di tutta la squadra ottenuto con passione per il lavoro, condivisione delle competenze, conoscenza del territorio, seguendo l'obiettivo della soddisfazione del cliente».

La coesione è fondamentale per consegnare in montagna

«Lavoriamo in modo coeso ed efficace. Così il servizio è vicino ai clienti, anche in un territorio vasto e montano, spesso difficile da raggiungere», osserva **Eleonora Rosa Musto**, responsabile del CD di Breno (BS).



BRENO

«Complicità e conoscenza del territorio verso il traguardo»

«Il traguardo nasce da complicità fra colleghi e conoscenza del territorio», per **Accursio Nicolosi**, responsabile del CD di Perosa Argentina (TO). «Abbiamo puntato sulla riorganizzazione giornaliera, forti della disponibilità dell'utenza a ritiri presso familiari».



PEROSA ARGENTINA

NORD EST

«I nostri portalettere sempre attenti alle esigenze»

«Il lavoro di squadra, solido e costante, è stato il fattore principale. E ancora l'impegno dei portalettere attenti alle esigenze del cliente, il supporto reciproco in caso di picchi di lavoro e la gestione efficace delle criticità. Fondamentale anche la conoscenza approfondita del territorio». È quanto evidenzia **Maria Franca De Luca**, responsabile del CD di Cles (TN).



CLES



MALE

Un ruolo fondamentale per il turismo e per la comunità

«La conoscenza del territorio montano, spesso isolato, è cruciale, soprattutto in località periferiche come Vermiglio, Tonale e Peio. La squadra affiatata diventa un punto di riferimento per la comunità, specialmente nel turismo, dove il valore del postino va oltre la mera consegna», spiega **Assunta Longobardi**, responsabile del CD di Malé (TN).

Quando il lavoro è una passione da coltivare ogni giorno

«Gentilezza e cortesia, ogni giorno, trasformano il nostro lavoro in una vera passione. Coltivarla, creando un clima di fiducia, è il nostro impegno quotidiano. Spesso basta davvero poco: una chiamata o un messaggio possono rendere il lavoro più efficiente e generare riscontri positivi». A dichiararlo è **Giovanni Nicosia**, responsabile del CD di Trissino (VI).



TRISSINO

«Un pacco, una promessa mantenuta»

«Non siamo solo un servizio, siamo persone presenti ogni giorno sul territorio. Dietro ogni consegna c'è ascolto, disponibilità e attenzione sincera, perché ogni pacco non è solo invio, ma una promessa mantenuta, con cura, qualità e rispetto che i clienti riconoscono e raccontano», afferma **Monica di Paolo**, responsabile del CD di Marostica (VI).



MAROSTICA

«Ci accordiamo su modalità e orario»

«Abbiamo effettuato preventivamente tutte le telefonate possibili per avvisare il cliente della spedizione e quindi effettuare tutte le consegne in modo sicuro, accurato e con attenzione verso le esigenze del cliente», afferma **Daiana Pivetta**, responsabile del CD di Spilimbergo (PN). «Ci siamo potuti accordare più volte per l'orario di consegna più consona».



SPLIMBERGO



PIOVE DI SACCO

«Le criticità si risolvono con il confronto»

Fabio Tomanin, responsabile del CD di Piove di Sacco (PD): «Passione e collaborazione sono i nostri motori. Grazie al confronto quotidiano e al supporto reciproco tra colleghi, trasformiamo ogni criticità in un'occasione di ascolto. Mettere il cliente al centro non è solo uno slogan, ma un obiettivo».

«Ogni recapito è una valutazione»

«Insieme abbiamo trasmesso ai portalettere quanto la qualità della consegna dei pacchi influenzi la percezione del cliente. I colleghi hanno risposto con impegno, migliorando tempi e cura del servizio, consapevoli che ogni consegna è una valutazione», evidenzia **Francesco Ferigolli**, responsabile del CD di Trento Recapito Dogana.



TRENTO RECAPITO DOGANA

«Il primo passo è il dialogo»

«La principale leva è il dialogo con l'utente. Far sapere sul territorio che ci siamo noi e che devono fidarsi del nostro lavoro. Il cliente si fida e si deve fidare del portalettere per semplificarne il lavoro. Abbiamo anche la fortuna di avere zone dove il postino è quello da sempre», evidenzia **Lorenzo Biasi**, responsabile del CD di Bussolengo (VR).



BUSSOLENGO



GEMONA DEL FRIULI

«Incontrare per capire l'importanza»

«Avvicinarsi al cliente e comprendere le sue esigenze. Noi cerchiamo di farlo ogni giorno. Vogliamo ascoltare e andare incontro alle aspettative di chi attende qualcosa. E incontrare i clienti ci fa comprendere la nostra importanza». Così **Vito Gancitano**, responsabile del CD di Gemona del Friuli (UD).

Tenaci e professionali per il successo

«Raggiungiamo gli obiettivi NPS grazie a tenacia e spirito di squadra. Trasmettiamo passione ai colleghi e mettiamo il cliente al centro. Professionalità, gentilezza e puntualità sono leve quotidiane», spiega **Loretta Marconi**, responsabile del CD di San Martino Buon Albergo (VR).



SAN MARTINO BUON ALBERGO

CENTRO NORD

Idee condivise per superare le sfide

Per **Jessica Canullo**, direttrice del CD di Camerino (MC): «La chiave del successo è stata la collaborazione e la condivisione di idee che hanno permesso di superare le sfide e di ottenere risultati eccezionali. Le leve più efficaci sono state formazione continua, tempestività e comunicazione costante con i clienti».



CAMERINO



CORINALDO

«Occorre partecipazione e chiarezza»

«Un risultato concreto dell'impegno condiviso del team. Partecipazione attiva, gioco di squadra, collaborazione efficace e puntuale trasmissione delle informazioni hanno consentito di comprendere e soddisfare al meglio le esigenze dei clienti». È quanto dichiara **Elisa Lancelotti**, responsabile del CD di Corinaldo (AN).

«Cercate soluzioni alternative»

«Traguardo centrato con un lavoro meticoloso in sala e con presidio continuo. Con i colleghi abbiamo cercato soluzioni alternative contattando i clienti per agevolare la comunicazione con i portalettere. Grazie a tutta la squadra, questo successo è lo specchio dell'impegno quotidiano», afferma **Vincenzo Sorrentino**, responsabile del CD di Piacenza.



PIACENZA

«Il risultato è uno stimolo a migliorare»

«Il successo ottenuto conferma l'efficacia delle azioni intraprese sulla gestione delle consegne: un risultato che è uno stimolo a migliorare il servizio, puntando sempre più sulla puntualità, professionalità e cortesia del nostro personale. Un grazie a tutta la squadra», spiega **Carlo Manganeli**, responsabile del CD di Umbertide (PG).



UMBERTIDE



FABRIANO

«Dedizione al legame con la comunità»

Barbara Costantini è responsabile del CD di Fabriano (AN): «Grazie all'impegno della squadra ci siamo distinti nella consegna pacchi e nella soddisfazione dei clienti, risultati che premiano la nostra dedizione e il legame col territorio. Proseguiremo così, fieri di lavorare con eccellenza e passione per la nostra comunità».

«La sala conosce i feedback rilasciati»

«La forza dei nostri portalettere è la conoscenza del territorio e dei clienti: li contattano per avvertirli dell'imminente consegna, tentando di rispondere alle loro esigenze. Lo staff condivide con la sala i feedback rilasciati, migliorando il servizio erogato e massimizzando la soddisfazione», dichiara **Daniela Chiodi**, responsabile del CD di Budrio (BO).



BUDRIO

«Rapidi e affidabili per la soddisfazione dei clienti»

«Nel corso del 2025 ci siamo tutti impegnati per raggiungere l'obiettivo, cercando di incrociare le esigenze del cliente ed effettuare, grazie alla conoscenza del territorio e delle abitudini delle persone, consegne rapide, affidabili e soddisfacenti», spiega **Antonio Rinaldi**, responsabile del CD di Fidenza (PR).



FIDENZA

«In sinergia con il sorriso sulle labbra»

«Una grande sinergia di squadra ci ha permesso di attenzionare il cliente con spirito collaborativo e con una rete interna di networking tra portalettere e middle management, sempre con il sorriso sulle labbra», osserva **Maurizio Beltrano**, responsabile del CD di Caorso (PC).



CAORSO

«Visione strategica e attenzione ai KPI»

«Siamo attenti a processi ed esigenze dei clienti. Abbiamo cercato di coniugare visione strategica e attenzione millimetrica ai KPI, trasformando ogni sfida in un'opportunità di ottimizzazione. Qualità e performance senza compromessi». Così **Ismaele Di Claudio**, responsabile del CD di Codigoro (FE).

«I feedback trasformati in un'esperienza d'eccellenza»

«Abbiamo da sempre puntato sulla cura dell'integrità dei pacchi e sulla cortesia costante, riducendo i tempi di attesa e monitorando il cruscotto qualità ogni giorno. Abbiamo anche trasformato i feedback in azioni per un'esperienza "cliente d'eccellenza". Lo afferma **Filippo Focardi**, responsabile del CD di Arezzo Recapito Mecenate.



CODIGORO



AREZZO RECAPITO MECENATE

CENTRO

«**Riunioni e condivisioni: così arriva l’NPS migliore**»

«Il personale dell’ufficio di Aprilia ama il proprio lavoro e punta alla soddisfazione degli utenti. Abbiamo raggiunto l’obiettivo NPS grazie a riunioni costanti, collaborazione e condivisione dei problemi, trovando soluzioni efficaci per migliorare la qualità percepita del servizio» è quanto afferma **Simona Rossi**, responsabile del CD Aprilia (LT).



APRILIA

«**La costruzione della fiducia è un elemento importante**»

«Il raggiungimento di questo traguardo è frutto del lavoro condiviso di tutto il personale del centro. Ascolto, feedback e rapidità nella gestione delle criticità hanno rafforzato una collaborazione solida. Lo staff ha inoltre costruito fiducia, affermandosi come guida del gruppo» per il CD Cisterna di Latina (LT) parla **Adriano Menegon**.



CISTERNA DI LATINA

«**Contattando i clienti abbiamo migliorato il loro gradimento**»

«Abbiamo effettuato continui briefing sull’importanza dell’indicatore con gli addetti al recapito. SP e MQ hanno contattato telefonicamente i clienti per finalizzare la consegna, ottenendo così un miglioramento del livello di servizio» sono le parole di **Emiliano Di Fiore**, responsabile del CD Roma Prati.



ROMA PRATI

«**Grazie alla condivisione si può andare lontano**»

«Una buona pratica per il conseguimento dell’obiettivo NPS è sicuramente l’adozione di un affido consapevole e la condivisione con tutta la sala portalettere delle circostanze che generano il maggior numero di reclami da parte della clientela, così da orientare il comportamento dei singoli» è la motivazione di **Ermanno Cerioli** del CD Roma Trullo.



ROMA TRULLO

«**Siamo cresciuti grazie al contatto con i clienti**»

«Il risultato è stato ottenuto grazie all’attenzione al cliente, contattato prima della consegna del pacco per assicurare un servizio puntuale. Inoltre, abbiamo reso più efficienti gli affidi delle linee business, ottimizzando processi e organizzazione del lavoro» dice **Jacopo Barlone** del CD Acilia (RM).



ACILIA



ROMA CENTRO

«**Sensibilizzazione e gestione dei feedback: ecco le chiavi**»

«Ecco i punti chiave: sensibilizzazione di tutto il personale portalettere del centro in merito alla qualità percepita del cliente, gestione del portale feedback analizzando puntualmente caso per caso e valutare se mettere in campo azioni mirate sui portalettere o confronto diretto con il cliente sensibilizzazione dei portalettere in merito al linguaggio verbale» dallo staff di Roma Centro arrivano indicazioni importanti per un NPS sempre in crescita.

SUD

Una squadra sempre ai primi posti

«Dietro questo risultato c'è la professionalità e l'impegno di tutta la squadra, sempre focalizzata sull'efficienza operativa e la cura/soddisfazione del cliente, valori che ci hanno già portato ad essere premiati nel maggio 2024 a livello nazionale (2° posto) "Best Performer NPS Pacchi 2023"» dice **Rosangela Alessandri** del CR Bovalino Marina (RC).



BOVALINO MARINA



BRINDISI CRISPI

«Determinanti i contatti telefonici»

«Abbiamo raggiunto questo risultato grazie a un lavoro di squadra costante, alla cura quotidiana dei dettagli e all'ascolto attivo dei nostri clienti, molto spesso contattandoli telefonicamente, una volta accertato che non erano presenti in casa, per concordare un eventuale consegna»: lo afferma **Giuseppe Dell'Atti** di Brindisi Crispi.

«La soddisfazione del cliente? È una missione»

«La soddisfazione del cliente non è soltanto un obiettivo, ma una vera e propria missione per i portafoglio del CR di Fasano. Nonostante le difficoltà del territorio e all'aumento dei volumi, il team garantisce con impegno e professionalità consegne puntuali, grazie all'efficacia delle chiamate preventive» spiega **Crescenza Zupo** di Fasano (BR).



FASANO



MARANO DI NAPOLI

«Il successo comincia nei briefing settimanali»

«Tutti i colleghi e le colleghe con parsimonia e devozione hanno messo in campo direttive e consigli condivisi negli incontri settimanali (briefing), sensibilizzando l'importanza dei nostri clienti, svolgendo nel modo migliore e professionale il nostro lavoro». È la ricetta di **Salvatore Malpeso**, responsabile di Marano di Napoli (NA).

«Il nostro è un presidio costante per garantire le consegne»

«Risultato raggiunto grazie al presidio costante dei processi: interveniamo tempestivamente sulle situazioni critiche per garantire il successo di ogni consegna. La leva vincente? Questa proattività, unita alla sinergia con i colleghi e alla conoscenza capillare del territorio ha migliorato l'esperienza e la soddisfazione dei nostri clienti» dice **Immacolata Pace** di Monopoli (BA).



MONOPOLI CENTRO



MARINA DI CAULONIA

«Abbiamo messo il cliente al centro con spirito di servizio»

«Questo risultato è il frutto dell'impegno e della collaborazione di tutta la squadra. Mettiamo il cliente al centro con ascolto e spirito di servizio. Il confronto quotidiano tra i colleghi e l'attenzione ai clienti ha permesso di offrire un servizio più attento alle esigenze del territorio» afferma **Silvia Suraniti** di Marina di Caulonia (RC).

«Le leve più efficaci sono coesione e proattività del team»

«Il segreto del nostro successo è la coesione, la leva più efficace la proattività: anticipare le esigenze dei clienti e garantire standard elevati sono stati gli elementi chiave per trasformare ogni recapito in un momento di fiducia e qualità percepita». Sono le parole di **Mariangela Zappatore** di Galatina (LE).



GALATINA



LOCRI

«Disponibili e attenti ai dettagli: così l'NPS vola alto»

«Questo risultato scaturisce dall'impegno quotidiano di tutti: anche i dettagli, la disponibilità e la collaborazione tra i portafoglio rappresentano un'arma vincente per raggiungere il maggior numero di consegne di pacchi e soddisfare le aspettative dei clienti» dice **Maria Sollazzo** di Locri (RC).

SICILIA

Una comunicazione trasparente alla base dei risultati

«Il risultato nasce da un forte lavoro di squadra, basato su ascolto, presenza sul territorio e attenzione quotidiana alla qualità del servizio. Puntualità, comunicazione trasparente e cura proattiva dei bisogni dei clienti sono state le leve decisive per migliorare l'esperienza complessiva» spiega **Cinzia Lindiner** di Bagheria Recapito (PA).



BAGHERIA

Concordando la consegna sale la soddisfazione dei clienti

«NPS pacchi è un traguardo che abbiamo raggiunto rendendo anche ricalcolando la gita di recapito e recandosi dagli utenti in orari di apertura, poi telefonando prima al cliente per concordarne la consegna»: ecco alcuni dei "segreti" di **Rossella Greco** di Mazara del Vallo (TP).



MAZARA DEL VALLO

«La fiducia è imprescindibile»

«Il CD Ribera ricopre un vasto territorio che serve però 10 piccoli comuni, dove resiste ancora un certo rapporto di conoscenza e di fiducia tra utente e portalettere che facilitano le consegne. In tutti gli altri casi, i nostri portalettere contattano telefonicamente i clienti per concordare le modalità di consegna» spiega **Rosario Tulone** di Ribera (AG).



RIBERA



CARINI

«Ormai i clienti ci aspettano col sorriso»

«Nel territorio rappresentiamo un punto di riferimento per la nostra clientela: veniamo percepiti non solo come professionisti, ma anche come figure di fiducia. Osservare ogni giorno il sorriso sui loro volti, all'arrivo del portalettere, è per noi motivo di grande soddisfazione e conferma del valore del nostro operato» spiega **Andrea Maria Parisi** di Carini (PA).

«Conosciamo le abitudini dei clienti»

«Il risultato che abbiamo avuto nel 2025 in merito alla soddisfazione del cliente è stato un lavoro di gruppo, dove abbiamo individuato la fascia quando consegnare, tutto questo è possibile con il supporto dei portalettere che conoscono le abitudini del cliente» afferma **Luciano Di Luciano**, responsabile a Ragusa Recapito Ercolano.



RAGUSA ERCOLANO

«Dietro a ogni consegna ci sono responsabilità e attenzione»

«Il merito dei risultati raggiunti è prima di tutto dei miei portalettere, che svolgono il loro lavoro con responsabilità e attenzione. Ogni consegna viene effettuata assicurandosi che arrivi a destinazione in orario e in perfette condizioni» afferma **Samanta Palma Bonsignore** da Marsala (TP).



MARSALA RECAPITO

«Telefonata, sms e recall: così si "cura" il destinatario»

«Ho orientato i portalettere al massimo presidio della consegna dei pacchi, valorizzando ogni strumento disponibile: contatto telefonico, sms e secondo tentativo nella stessa giornata. Il supporto dell'ufficio completa il processo, contribuendo a migliorare la qualità percepita dei clienti» afferma **Giuseppe Barrale** da Monreale (PA).



MONREALE

«Il nostro modello operativo è centrato sul cliente»

«Il risultato conseguito è espressione di un modello operativo centrato sul cliente, con focus su ascolto, ottimizzazione dei processi e qualità del servizio. Fondamentali il coordinamento del team e la pronta gestione dei feedback» dice **Antonino D'Angelo** di Caltanissetta.



CALTANISSETTA

«L'ascolto attivo delle persone è la nostra mossa vincente»

«Il risultato NPS del Centro di Taormina è frutto del lavoro di squadra e dell'attenzione costante al cliente. Puntiamo su ascolto attivo, sulla puntualità nella consegna e comunicazione chiara. L'impegno quotidiano e la collaborazione tra colleghi sono le leve che fanno la differenza» dice **Gianpiero Smiroldo** di Taormina (CT).



TAORMINA

ECCO LE 10 FILIALI SDA CON IL "VOTO" PIÙ ALTO

Il raggiungimento degli obiettivi del Net Promoter Score è stato possibile grazie all'impegno condiviso e alla collaborazione: da Asti alla Sardegna, i team hanno dimostrato responsabilità e capacità di miglioramento continuo nel fornire il servizio

«Attenzioni semplici, ma determinanti»

«Tra le pratiche positive, lo svincolo proattivo per le riconsegne e le telefonate preventive per confermare indirizzi e orari. Attenzioni semplici, ma determinanti. Inoltre, vengono analizzate le segnalazioni e per le valutazioni negative viene avviata una verifica». A dirlo è **Daniele Pierotti**, responsabile Unità Produttiva, SDA di Asti.



ASTI

«Il team ha dimostrato responsabilità»

«Il raggiungimento degli obiettivi NPS è stato possibile grazie all'impegno condiviso, alla collaborazione costante e all'attenzione verso il cliente. Il team ha dimostrato responsabilità, ascolto attivo e capacità di miglioramento continuo, contribuendo a risultati concreti e sostenibili», afferma **Marco Zanini**, dell'SDA di Pordenone.



PORDENONE

«Noi, tutti nella stessa direzione per un NPS da dieci e lode»

«Da quando l'NPS rappresenta uno degli indici principali, su Sassari vi è stata un'immersione totale nella mentalità di ognuno di noi al fine di poter garantire al destinatario principale un servizio di prim'ordine come se il pacco fosse destinato ad ognuno di noi». Così **Luca Mereu**, dell'SDA di Sassari.



SASSARI



TRIESTE

«Determinati verso l'approccio corretto»

«Nel 2025 la filiale ha superato gli obiettivi NPS, distinguendosi per ottimi risultati su consegne e ritiri. Questo traguardo è frutto di un team unito e della solida applicazione delle logiche NPS da parte di tutti. La filiale ha individuato l'approccio corretto e lo ha seguito con determinazione». Così **Paolo Corva**, dell'SDA di Trieste.

«Serve formazione, impegno e capacità»

«Senza il contributo di ciascuno, non sarebbe stato possibile raggiungere gli obiettivi del 2025 relativi al target NPS», per **Edmondo Cavalieri**, Coordinatore Operativo Area Nord Ovest di SDA. «I risultati ottenuti sono il prodotto di formazione, impegno e capacità di interpretare e trasmettere correttamente le aspettative dei clienti».



IMPERIA

«Tre pilastri per offrire sempre il massimo»

«Passione quotidiana, flessibilità operativa e un forte legame con il territorio: sono questi i pilastri per offrire soluzioni di alta qualità. Lavoriamo in squadra con l'obiettivo chiaro di soddisfare chi ci sceglie», dichiara **Leonardo De Giglio**, coordinatore operativo Area Centro Nord di SDA.



PISA

«Raggiunta una cultura di team basata sulla qualità»



NAPOLI

«Coesione e orientamento agli obiettivi hanno dimostrato l'importanza di fare squadra e valorizzare ogni risorsa. Grazie a questa combinazione di coesione e orientamento al cliente, il team ha raggiunto una cultura condivisa basata su fiducia, responsabilità e qualità»: dice **Nicola Napoli**, Coordinatore Operativo Area Sud di SDA.

«Il merito va a tutto il team e alla sua operosità»

«I traguardi rappresentano il frutto di un percorso costruito nel tempo, fatto di impegno costante, responsabilità e presenza assidua sul campo. Il merito va a tutto il team. La loro operosità quotidiana è ciò che ha permesso di garantire qualità, affidabilità e continuità». Lo dice **Giuseppe Macri**, Coordinatore Operativo Area Lombardia di SDA.



PIACENZA

«Il nostro impegno collettivo strutturato e consapevole»

«Il traguardo NPS 2025 è il frutto di un impegno collettivo strutturato e consapevole. È stata effettuata formazione, assicurando la successiva diffusione delle competenze operative. Briefing settimanali garantiscono monitoraggio continuo e orientamento costante verso l'eccellenza» spiega **Vincenzo Prestana**, Responsabile Filiale di Salerno SDA.



SALERNO

«Il traguardo è frutto d'impegno quotidiano»

«Siamo orgogliosi dei risultati NPS raggiunti anche quest'anno: un traguardo che nasce dal lavoro di squadra, dall'attenzione verso i clienti e dall'impegno quotidiano nel migliorare ogni servizio. Continueremo su questa strada, insieme», sottolinea **Dario Pasquale Pignataro**, dell'SDA di Ancona.



ANCONA

Il radicamento sul territorio si realizza anche grazie al lavoro quotidiano delle nostre persone

I GIUDIZI DEI CLIENTI

«Grazie! Avevo sbagliato indirizzo ma il pacco è arrivato lo stesso»

Nei commenti i portalettere si distinguono per la loro capacità di consegnare sempre la posta, anche nelle situazioni più difficili mentre allo sportello competenza e disponibilità sono le chiavi per fornire un buon servizio. Un plauso anche alla svolta digitale



di **Pierangelo Sapegno**

Nella pioggia di lodi e commenti sulle Poste che siamo andati a sfogliare, c'è qualcosa che colpisce più di tutto. Il rapporto con la gente. Ne abbiamo cercato uno, fra i tanti messaggi, che ci raccontasse questa idea di vicinanza e protezione che trasmette l'azienda a molti suoi clienti, soprattutto quelli più anziani, a volte così smarriti e confusi nel mare inarrestabile della rivoluzione digitale. Ne abbiamo trovati a decine. E poi a centinaia. Allora, la prima cosa che appare evidente è questa, che le Poste non sono solo state capaci di evolversi da ente tradizionale a un ecosistema integrato di servizi finanziari, assicurativi e logistici aggrappato al cuore della modernità. Hanno fatto qualcosa di più. Non hanno realizzato tutto questo cambiamento da soli e per sé stessi. Perché l'hanno fatto per gli altri, cercando di non lasciare indietro nessuno. L'hanno fatto insieme agli altri, alla gente, a tutti noi. Così anche lo storico radicamento nel territorio con oltre 12mila uffici disseminati lungo lo Stivale e nelle isole ha davvero il senso di un presidio sociale che garantisce l'accesso ai servizi a tutta la popolazione. Ma perché questo si realizzi non basta una grande azienda. Ci vogliono a lavorarci persone che abbiano cuore e passione. Ecco il senso di molti messaggi. «Poste Italiane per me sono al top. Nel mio comune il direttore è bravissimo», scrivono da Montemaggiore al Metauro, provincia di Pesaro e Urbino. «Ho appena aperto un conto corrente. Personale preparato, gentile ed efficiente. Molto bene». Da Nulvi, Sassari. «Prenotazione via app facile, impiegati gentili, disponibili, informati». Da Riano, Roma, per una spedizione ordinaria.

Qualità del servizio

Certo, questo diluvio di lodi rappresenta un credito che richiede grande responsabilità. La professionalità, l'empatia e la fiducia generate dovranno essere confermate nel tempo e diventare una costante imprescindibile. Perciò, un'occhiata agli elogi della gente forse vale la pena darla davvero, per capire che cosa funziona e dove schiacciare l'acceleratore per andare ancora più lontano. Cominciamo dalle recensioni su Google Maps. «Sono estremamente soddisfatto dei servizi offerti dall'Ufficio Postale 1 di Busto Arsizio, che rappresenta senza dubbio un punto di riferimento di eccellenza nella zona. Ciò che rende davvero speciale questo ufficio è la professionalità e la competenza del personale e in particolare della direttrice Daniela B.». Un altro: «Frequento regolarmente l'uf-

ficio postale di Busto Arsizio e ogni volta rimango positivamente colpito dalla qualità del servizio offerto. Vengono incontro a tutte le esigenze, anche in situazioni complesse. Un elogio particolare alla direttrice, D. B.». Da Gardolo, Trento: «È per me doveroso riconoscere la professionalità riscontrata alle Poste Italiane. Ottimi prodotti consigliati da personale esperto, disponibile, gentilissimo. Ormai non si va in questi uffici solo per una raccomandata o un pacco. C'è di tutto e di più. Avanti tutta siete grandi!!!». Da Prato: «Competenti e gentili. La signora Angela ha preso a cuore il mio problema con una carta Postepay e l'ha risolto con infinita pazienza. Vorrei ringraziarla e fare i complimenti a lei e a tutto l'ufficio di Prato 8». Da Roma: «Alcuni giorni fa, presso l'ufficio postale di via Taranto, ho avuto la fortuna di imbartermi nella signora Miriam, una operatrice che ha davvero fatto la differenza. Persone come lei rendono un servizio pubblico un vero servizio alla persona».

Professionalità e preparazione

Da molte di queste mail si capisce quanto il rapporto con la gente abbia basi solide. Non a caso i complimenti al personale sono i messaggi più numerosi. Hanno motivazioni diverse. La gentilezza: «Devo dire che la signora che mi ha seguita è preparatissima e di una tale gentilezza, veramente squisita» (Vercelli 6); «Personale molto cortese e gentile. Se hai bisogno ti aiuta e ti supporta anche nella compilazione dei moduli» (Pescara 5); «Personale gentilissimo che consiglia il tipo di spedizione più adatto in base alle esigenze e trova il prezzo migliore» (Mattarello, Trento); «Cordiale e sorridente la gentile impiegata allo sportello. Molto bene» (Grottammare, Ascoli Piceno). La velocità: «Ho prenotato l'appuntamento e non ho avuto attese. Operatrice stragentile e rapida» (San Martino, Verona); «Turno prenotato via app per le ore 16,00. Operazione già conclusa alle 16,03. Un plauso alle iniziative

digitali» (Bagheria, Palermo); «Poter prenotare è cosa che semplifica tutte le operazioni successive. Grazie anche alla professionalità, competenza, gentilezza del personale allo sportello e non» (Palermo 1). Professionalità e preparazione: «Consulente preparato ed esauritivo nelle risposte alle domande richieste, estrema fiducia del brand Poste italiane, dalle quali non sono mai rimasto deluso. Consigliatissimo ad amici e parenti» (Cagliari 9); «Professionalità, cortesia e disponibilità dell'operatrice. Tornerò sicuramente» (Aci Castello, Catania); «Il direttore mi ha spiegato tutto in maniera esauriente e chiara con molta professionalità. Complimenti» (Ancona 9); «Sono estremamente soddisfatto delle preparazione professionale del direttore delle poste di Nulvi» (Nulvi, Sassari). E la fiducia: «Mi trovo molto bene in Poste, e poi il consulente che cura ormai da anni le mie finanze è bravissimo» (Rogliano, Cosenza).

L'accelerazione con l'App

Tutto questo è frutto anche sicuramente del riconoscimento al merito (le stelle assegnate per premiare l'impegno e la passione) e l'investimento sui giovani, che caratterizzano la politica dell'azienda. Ma questo non basta se non c'è la capacità di restare al passo con i tempi. Perciò acquistano un valore particolare i complimenti per la nuova App. «Uso l'App Poste italiane da diverso tempo e la trovo estremamente utile e ben fatta», scrive uno. «Molto comodo anche il sistema di prenotazione ticket per l'ufficio postale». Un altro: «La nuova app è davvero un salto di qualità. Grafica moderna, navigazione intuitiva e veloce». E un altro ancora: «Un'app fatta davvero bene! Mi piace tantissimo, semplice, intuitiva, con la possibilità di sottoscrivere prodotti importanti con pochi clic. Grande Poste italiane!». Alla fine, il senso è che i dipendenti che ci mettono il cuore non saranno mai soli se l'azienda funziona davvero.

«Ero critico con Poste, ora ho cambiato idea»

«Premetto che io stesso sono sempre stato piuttosto critico nei confronti delle Poste. Mi sono totalmente ricreduto qualche settimana fa quando ho avuto modo di relazionarmi col vicedirettore Daniele, ragazzo giovane, estremamente cortese, disponibile e soprattutto molto competente. È riuscito a sbloccare una situazione di stallo creatasi in seguito all'apertura di un libretto minore e ha preso a cuore in prima persona tutta la situazione, risolvendola

in maniera ottimale». Quando si hanno 35 milioni di clienti è inevitabile ricevere anche qualche critica, ma in questi anni Poste Italiane ha saputo migliorare ogni aspetto guadagnando la fiducia anche dei più scettici, come questo cliente di Muggiò, nella provincia di Monza Brianza. Il personale oggi viene promosso a pieni voti, come evidenzia un commento proveniente da Venegono Superiore, in provincia di Varese: «Competente, paziente e gentile».

I commenti dei clienti

Il miglior postino!!! Sempre gentile e disponibile. Sempre con il sorriso. Le persone tornano in ufficio volentieri. Grande persona, grande postino.

Io vorrei fare i complimenti alla mia postina, so solo il nome, Paola, sempre gentile professionale disponibile. Grazie mille Paola perché metti il cuore in quello che fai.

Devo complimentarmi con la postina che mi ha recapitato un pacchetto, nonostante avessi sbagliato l'indirizzo. Ormai lo avevo dato per reso al mittente, invece nel primo pomeriggio ecco che mi viene consegnato. Grazie per la cortesia e la buona volontà.

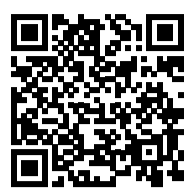
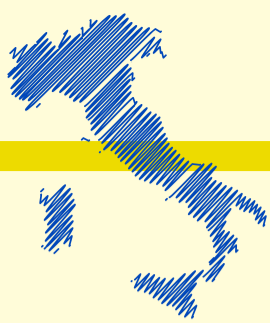
Lavoratori eccellenti, consegnano sempre i pacchi in tempo.

Poter prenotare semplifica tutte le operazioni successive. Grazie anche alla professionalità, competenza e gentilezza del personale.

Professionalità, cortesia e disponibilità dell'operatrice. Tornerò sicuramente in questo ufficio postale.

Sono soddisfatto della preparazione professionale del direttore delle Poste, che mi ha saputo consigliare e fare tutte le pratiche. Un direttore che sa trattare nel modo giusto i suoi clienti.

L'Italia di Poste



In viaggio per incontrare tutta l'Italia di Poste

Siamo andati alla scoperta di un territorio ricco di risorse, eccellenze e grandi patrimoni

Modena, una Filiale da Formula Uno e un Centro logistico in pole position

La Motor Valley e il distretto della ceramica stimolano la consulenza. Un milione i pacchi lavorati nel 2025

Nell'ufficio postale di Maranello, verso l'orario di chiusura, non è inusuale scorgere clienti in divisa Ferrari. L'ufficio postale è un luogo di riferimento anche per chi lavora nella factory del Cavallino, uno dei simboli della provincia di Modena: un territorio pieno di risorse, di eccellenze e grandi patrimoni, dove Poste Italiane riveste un ruolo da protagonista. «Sono a Modena da due anni – afferma **Lucio Enrico Fiammengo**, Direttore di Filiale - prima ero a Pistoia. Parliamo di una provincia con 711 mila abitanti, 131 uffici postali e 47 comuni, di cui 33 coinvolti nel progetto Polis, dove è presente un numero ancora significativo di sportelli bancari: un territorio molto ricco, con un'elevata competizione nella gestione dei patrimoni e dei redditi». Per affrontare questa sfida, nella ricca Modena che rientra nella Motor Valley, con marchi come Ferrari e Maserati ed è anche parte del distretto della ceramica, diventa essenziale la rete di consulenti, che ha goduto ultimamente di nuovi giovani innesti. Il patrimonio totale è pari a 4,8 miliardi di euro, in crescita rispetto al passato: «Ci tengo a sottolineare che la Filiale proviene da un periodo caratterizzato da numerosi pensionamenti e attendeva un riequilibrio in termini di nuovi ingressi, avvenuto in modo significativo a partire da ottobre dello scorso anno – conferma Fiammengo - Sono arrivati 41 nuovi colleghi su un totale di 466 persone: questo ci ha permesso di rafforzarci e di coprire posizioni vacanti, soprattutto sul front end».

I risultati commerciali

Molti gli esempi, citati dalla RCF **Laura Tampieri**: «Sul Front End, i dati di Filiale evidenziano +8,5% su Energy (con oltre 1.700 attivazioni), +0,7% sui conti correnti e la forte crescita sulle SIM (+17,3%)». Poi si passa alle best practice: «L'ufficio di Finale Emilia si distingue per performance particolarmente elevate in tutti i principali ambiti di offerta, grazie anche alla capacità di presidio locale. Mirandola consolida risultati positivi nel front end, mentre Maranello, pur essendo una realtà più contenuta, dimostra grande efficacia nella consulenza, con ottimi risultati sia sugli investimenti sia sulla cessione del quinto e sulla protezione. Nonantola rappresenta invece un caso emblematico del valore della consulenza, con una crescita molto significativa della raccolta netta e degli investimenti. Fonda-

mentale – prosegue Tampieri – è il ruolo della RCZ **Silvana Laglia**, che riesce a bilanciare vita privata e lavoro, coordinando la nutrita squadra di consulenti mobili. Sul fronte operativo, l'attenzione alla qualità del servizio si traduce in un miglioramento concreto degli indicatori. «I tempi medi di attesa si riducono e aumenta la percentuale di clienti serviti entro 15 minuti – afferma il RGOF **Luigi Mei** – a dimostrazione di una gestione efficiente anche in un contesto complesso caratterizzato da numerosi uffici di piccole dimensioni. Parallelamente, cresce l'attenzione alla customer experience e al digitale». Alcuni uffici rappresentano veri e propri esempi di eccellenza. Castelfranco Emilia si distingue per i risultati nella customer e digital experience, mentre Pavullo nel Frignano evidenzia performance molto elevate nella gestione dei tempi di attesa anche nelle giornate più critiche.



La Filiale di Modena



UP Mirandola



UP Maranello



UP Pavullo nel Frignano



Gli uffici postali con Poste Casa&Famiglia



La squadra di Gestione Operativa



UP Finale Emilia



UP Nonantola



UP Castelfranco Emilia

La Rete Corriere



Leggi gli articoli su Modena sul sito tgposte.poste.it

A Carpi c'è solo il "piazzele delle Poste"

Marco Pedone, responsabile del CD di Carpi, ha un ricordo preciso del suo primo giorno. Arrivato dalla Puglia, chiese ai passanti di indicargli il Piazzale della Meridiana (sede del CD), ma solo dopo aver detto che doveva fare il postino gli dissero dove andare, ossia al "piazzele delle Poste". «Il piazzale è ufficialmente denominato Piazzale della Meridiana – spiega – ma pochi cittadini conoscono il nome vero, poiché in città è universalmente chiamato "piazzele delle Poste", per via del palazzo storico dove campeggia ancora la targa Poste e Telegrafi e dove oggi hanno sede recapito, ufficio postale e coworking. Il piazzale è famoso anche per i murales dedicati a Giovanni Falcone, Paolo Borsellino e a tutte le vittime della mafia».



CD San Felice sul Panaro



CD Pavullo



La rete del recapito

A recapitare la posta ci pensano 336 colleghi di PCL organizzati in un Centro logistico, 8 centri di recapito e 5 presidi di distribuzione, come spiega la responsabile RAM **Anna Ciotta**. Il responsabile Qualità della RAM **Mirco Pollazzi** sottolinea come il punteggio dell'NPS pacchi sia oltre il target del 2025. Il CL di Modena è il più grande del Centro Nord: nel 2025 presso la struttura sono state lavorate circa due milioni di raccomandate, un milione di pacchi e circa un milione di kg di lettere e stampa per i sei centri del modenese e i tre della provincia di Reggio Emilia, afferma la responsabile di produzione **Alessandra Aricò**. «Ogni giorno dalle 4:30 del mattino sulla banchina attraccano 9 mezzi di cui i primi 3 sono dei bilici», racconta **Francesca Micich**, specialista produzione del CL. «Il prodotto viene scaricato e stoccato nelle postazioni di lavoro dedicate. Terminata la lavorazione, il prodotto viene caricato sui mezzi in partenza per i centri a valle, dalla nostra banchina ripartono altri 12 collegamenti». «Ulteriori mezzi convergono durante la mattinata, in quanto sul CL arrivano tutti i pacchi della raccolta degli uffici postali

di Modena Città» aggiunge **Antonio Lionetti**, specialista produzione. «Il centro – prosegue – dispone anche di un servizio di front office in quanto è dotato di un'accettazione Grandi Clienti e del servizio UNEP per il Tribunale di Modena, assumendo ulteriore valore per la società». Sempre nel 2025 il CL ha recapitato circa 369.334 raccomandate e 711.858 pacchi. Il responsabile **Vincenzo Alba**, coadiuvato dal proprio staff, coordina l'attività di 209 persone, inclusa la Rete Corriere implementata il 16 marzo di quest'anno.

Il mito di Vasco, orgoglio dei postini di Zocca

«Tra i fan di Vasco che presidiano il murale e gli appassionati che affollano le strade della "montagna rock", siamo un punto di riferimento non solo per la posta, ma per l'intera comunità», racconta **Paola Preci**, portalettere del presidio di distribuzione di Zocca, roccaforte di Vasco e dei suoi fedelissimi. «Spesso – aggiunge – ci trasformiamo in veri "informatori turistici" locali, dando indicazioni sui luoghi del Blasco mentre consegniamo tra i castagneti secolari. È un orgoglio portare il servizio postale in un borgo che è diventato un mito, mantenendo sempre quel legame di fiducia che solo chi conosce ogni citofono e ogni curva può avere».



CD Castelfranco Emilia



CD Mirandola



CD Sestola



CL Modena



CD Sassuolo



I portalettere della Ferrari: «A Maranello con il rispetto che si deve alla storia»

Il portalettere **Paolo Siclari** serve il comune di Maranello. Tra le sue consegne "veloci" ci sono quelle al quartier generale del Cavallino: «Consegnare presso la Ferrari – sottolinea – è davvero particolare: ci prestiamo alle misure di sicurezza previste dal cliente e, accedendo allo stabile, copriamo la fotocamera del palmare, salvo nel momento in cui tracciamo le raccomandate. Un piccolo sforzo che facciamo davvero volentieri considerata la storicità del marchio».



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Viaggio in un territorio presidiato da 141 uffici postali e quattro centri di distribuzione

Vasto, Lanciano, Chieti sportelli Top Alle consegne ci pensa Superman

Gran parte degli oltre 6 miliardi del patrimonio della Filiale di Chieti è gestito nelle tre città "baricentro" della provincia abruzzese.

Nella simpatia e nell'impegno quotidiano di Giustino si ritrovano l'affiatamento dei portalettere e la fiducia della popolazione

I quattro centri di distribuzione della provincia di Chieti hanno consegnato nel 2025 un totale di 659.232 pacchi. Molti di questi se li è "addossati" **Giustino Carchesio**, portalettere di Lanciano, soprannominato Superman tra colleghi e clienti sia per le sue eroiche capacità di trasportare i pesi sia per una divertente partecipazione a Italia's got Talent nei panni dell'alter ego di Clark Kent. La simpatia di Giustino travolge tutti: anche chi riceve da lui le multe lo accoglie con il sorriso, come racconta il portalettere durante l'incontro organizzato da Postenews a Chieti, alla presenza del Direttore del giornale Giuseppe Caporale.

I volti e i numeri di PCL

A presentare i numeri del recapito della provincia di Chieti è **Erika Pesaresi**, responsabile della RAM 3 della Macro Area Centro: quattro CD (Chieti, Vasto, Lanciano e Casoli) e 179 risorse servono circa 180mila abitazioni e 25mila tra negozi e uffici, con 171 veicoli e appoggiandosi a 168 Punto Poste tra tabaccherie e locker. **Manuel Notarini**, responsabile Qualità della Ram, spiega i flussi che alimentano la provincia, servita dal CO di Pescara che, a sua volta, riceve il prodotto dal CS di Roma Fiumicino, dal CO di Ancona, dagli HUB SDA di Roma e Bologna e dai magazzini Amazon di Castel San Giovanni (Piacenza) e di San Salvo, proprio in provincia di Chieti. A capo dei quattro centri di distribuzione ci sono quattro donne: **Miriam Di Meo** a Chieti, **Simona Merolli** a Vasto, **Maria Concetta Ciccarone** a Lanciano, e **Sabrina Di Medio** a Casoli, tutti centri a forte trazione femminile. Nel 2025 la "classifica" dei pacchi consegnati vede al primo posto Chieti con 210mila davanti a Vasto con 180mila e Lanciano, a cui fa riferimento anche il PDD di Atessa, con 172mila.

Tre baricentri per MP

La "competizione" tra le aree di Chieti, Vasto e Lanciano si ritrova anche nell'ambito di Mercato Privati, come ci spiegano i colleghi della Filiale diretta da **Domenico Conte** che, con 141 uffici postali, di cui sette centrali, e un organico di 515 persone (per il 71% donne) sfida la concorrenza di 109 filiali bancarie. I numeri di questa partita quotidiana ce li danno il responsabile Risorse umane **Nicola Petaccia** e il responsabile Gestione operativa **Fabio Ferri**. A febbraio 2026, come sottolinea la responsabile commerciale **Iaria Mosesso**, il patrimonio della Filiale è pari a 6,250 miliardi con oltre 145mila clienti in portafoglio. Vasto, che è considerata una piccola filiale, vanta un patrimonio di 409 milioni e Lanciano di 330 milioni. La



Filiale di Chieti

Il portalettere "Superman" Giustino



distribuzione geografica delle tre principali città della provincia di Chieti rende i tre uffici baricentrici rispetto alla popolazione e la presenza di Poste capillare su tutto il territorio, compreso l'entroterra di montagna, dove c'è una sensibile propensione al risparmio postale. Così come è importante la presenza di Polis: **Donatella Cirulli**, Dup di Atessa, riferisce dei quasi mille passaporti erogati dal suo ufficio postale nel giro di un anno e mezzo, che hanno rappresentato un gancio per approfondire la relazione con i clienti in una zona gradualmente abbandonata dalle banche. Nella Filiale di Chieti spicca il numero dei giovani, grazie anche alle 49 assunzioni effettuate negli ultimi quattro anni, con un'età media di 34 anni. Tra le nuove leve c'è **Perla Bosica**, che lavora con il Dup **Marco Di Cesare** agli sportelli di Sambuceto e che si distingue per la conoscenza della lingua cinese, spesso e volentieri utile con la clientela asiatica. **Francesco Marchesani** è consulente premium dal 2022 e gestisce 198 dei 578 clienti con un patrimonio superiore a 500mila euro: «Il nostro mondo si basa molto sull'acquisizione di masse dall'esterno - spiega - Molti clienti amano vedere concretamente gli interessi che maturano sul conto, ma la nostra sfida è anche lavorare su una popolazione tradizionalmente più votata al risparmio che all'investimento». **Alessandra Patrizio**, Dup di Chieti 6, conferma: «La complessità del nostro lavoro sta anche nel trattenere le persone più anziane con un patrimonio elevato a restare con noi, quando hanno figli e nipoti bancarizzati».

UP Lanciano



UP Vasto



Guarda il video del Forum di Postenews con i colleghi di Chieti

Da Milano Lambrate a Chieti per amore: «Grazie a Poste anticipo le nozze»



CD Lanciano

Emanuele Cavaliere, molisano di Castel del Giudice e oggi portalettere di Lanciano, si è potuto avvicinare a casa grazie a Poste Italiane. «Ho cominciato a Isernia e poi, quando sono stato stabilizzato, mi sono trasferito a Milano Lambrate, dove sono rimasto un anno e mezzo. Recentemente, ho avuto l'opportunità di riavvicinarmi a casa e questo mi ha permesso di anticipare la data del matrimonio a settembre».

La veterana Antonella: «Mio padre fattorino mi diceva "beati voi che avete i mezzi"»



CD Casoli

Sotto, Antonella bambina con il papà fattorino in un'immagine d'epoca



Antonella Martinelli, portalettere in servizio nel CD di Casoli, ha fatto il percorso inverso a quello che solitamente si fa in Poste Italiane: «Ho cominciato nel 1992 come sportellista e dal 2008 sono portalettere. Oggi servo i comuni di Fara San Martino e Lama dei Peligni, bellissimi posti ma poco popolati». Antonella in questo ha seguito le orme di famiglia: «Mio padre è partito come fattorino fino a diventare direttore di Civitella Raimondo. Quando mi vedeva lavorare mi diceva "beati voi che avete i mezzi". Mi piace così tanto fare questo lavoro perché si sta a contatto con la popolazione, mi è capitato anche di soccorrere delle persone e ricevo tanto affetto dagli anziani e dai bambini».

Anna, ingegnere delle costruzioni: «Come postina "costruisco" ogni giorno»

Una laurea in Ingegneria delle costruzioni, specializzazione in Urbanistica, **Anna Morelli**, portalettere di Chieti, si definisce una pugliese adottata dall'Abruzzo. Dopo gli studi a Pescara, è arrivata Poste: «E da lì ho cominciato a "costruire" il territorio, i rapporti con i clienti e un'organizzazione quotidiana sempre più evoluta». A chi le chiede come mai, con i suoi titoli, abbia scelto di fare la postina risponde: «Amo questo lavoro, mi dà la possibilità di confrontarmi ogni giorno con nuove sfide».



CD Chieti

Miriana "sposa" grazie al cane di un cliente: «Lavoro felice, ora spero di fare carriera»

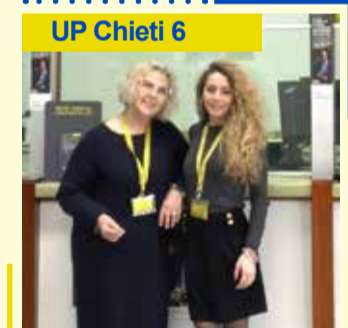
Laureata in economia aziendale nel 2020, **Miriana Candita**, postina di Chieti, ha cominciato come portalettere a Sulmona per poi trasferirsi a Bergamo nel 2023. Il lavoro di portalettere le ha permesso di conoscere il marito (apicoltore), mentre svolgeva l'attività di recapito in un paesino di montagna: «Mi stava per mordere un cane e lui è uscito ad aiutarmi». Un aneddoto dal lieto fine che nasconde altro: «Quello che apprezzo del mio lavoro è la funzione sociale. Spero di fare carriera ma sono molto contenta di essere partita da dove sono partita».



CD Vasto



Le responsabili dei 4 CD



UP Chieti 6



UP Sambuceto



La squadra di Gestione Operativa di Chieti



UP Chieti Stazione



UP Atesa



UP Francavilla al Mare

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Nella città di Stradivari Poste Italiane si distingue per il sensibile ricambio generazionale

Benvenuti alla Filiale di **Cremona** qui c'è il direttore più giovane dell'area

Ad appena 36 anni Christian Santonocito ha la responsabilità di un patrimonio di circa 2 miliardi, legato in parte alle attività del distretto della musica e delle imprese agricole. Anche in PCL l'età media cala, mentre i pacchi aumentano: 260mila l'anno

Christian Santonocito, direttore della Filiale di Cremona, ha cominciato a lavorare per Poste nel 2011 come operatore di sportello, un paio di anni dopo è entrato a far parte della squadra commerciale di Milano 1 prima di consolidare le sue competenze in diversi uffici postali, prima come collaboratore doppio turno e poi come direttore. È diventato poi responsabile della gestione operativa a Lecco, Busto Arsizio e Como, fino ad assumere il ruolo di direttore di Filiale prima a Lodi e poi a Cremona. Oggi, ad appena 36 anni, è il direttore di Filiale più giovane della Macro Area Nord Ovest: 120 uffici postali, di cui 86 coinvolti nel progetto Polis, 68 ATM. È lui presentare a Postenews i numeri di una provincia che conta 353mila abitanti, di cui circa 47.800 sono clienti di Poste, e che si distingue per la presenza del distretto della musica e della liuteria, legato alla figura di Stradivari e portato avanti nei secoli da imprese artigiane e scuole specializzate. Una tradizione che attira i turisti tutto l'anno, specie dai Paesi asiatici, e che per Mercato Privati si traduce nell'apertura di molti rapporti, a partire dalle carte Postepay. L'industria cremonese è caratterizzata poi da una forte presenza nei settori alimentare, energetico e metalmeccanico. Sul terri-



La squadra commerciale

torio operano importanti gruppi come Arvedi nel settore siderurgico, Oleificio Zucchi, Auricchio Sperlari e Soresina nell'agroalimentare, che contribuiscono in modo significativo allo sviluppo del territorio e che, in molti casi, hanno uno stretto legame con Poste. Anche filatelico: è di fine 2025 la serata dedicata all'Oleificio Zucchi, nel corso della quale la filiale e l'azienda hanno posto l'annullo sul francobollo dedicato alle eccellenze del Made in Italy.

Mix di esperti e nuove risorse

Il primato del Direttore di Filiale più giovane della Macro Area è anche un manifesto per questa filiale che ha visto negli



UP Bagnolo



Gruppo di Dup e OFE



UP Soresina

L'ufficio di Cremona 7 ottiene il massimo dei "voti" per la gestione operativa

L'ufficio postale di Cremona 7, diretto da **Domenico Barcellona**, detto "Mimmo", si distingue per le performance positive a 360 gradi sia dal punto di vista commerciale sia operativo. Si tratta di un ufficio piccolo, con due sportelliste, che si trova nella cerchia intorno a Cremona e che nel 2025 ha centrato i seguenti risultati rispetto al target: +50% nell'Energy; +83% nel Conto; +40% nella PPEvo; +60% nella Sim; +30 Postemobile Casa. Sul piano operativo Cremona 7 vanta valutazione 1 su tutti gli item e rappresenta una delle eccellenze del territorio.



UP Casalmaggiore

Neoconsulente premium con 252 nuclei familiari

Da circa un anno la filiale di Cremona ha attivato la figura del consulente premium, affidata a **Rangeles Polanco**, che oggi gestisce 252 nuclei familiari con patrimoni superiori ai 500mila euro distribuiti su 61 uffici postali, quindi oltre il 50%, che fanno capo alla filiale. Questo è stato reso possibile dalla forte sinergia di tutte le componenti della filiale e da un lavoro orientato alla fidelizzazione della clientela.



La squadra di Gestione Operativa



Tra cascine, stalle, campi e trattori ci vuole l'esperienza di Isabella

Da 36 anni, **Isabella Micheli** percorre le strade del suo territorio con la stessa missione di sempre: consegnare la posta. Per decenni il suo mondo è stato quello di Pizzighetone e delle campagne circostanti, un mosaico di cascine, strade sterrate e volti conosciuti. Chi la incontra sul suo giro lo dice senza esitazioni: Isabella non ha bisogno di mappe né di numeri civici. Li ha già memorizzati. Conosce ogni porta, ogni cortile, ogni nome scritto sul citofono. Perché nelle campagne, lo sanno bene i portalettere, la posta non si consegna sempre alla porta: a volte bisogna andare a cercare le persone. Succedeva, ad esempio, con il "Bergamino". Se lui non fosse stato in casa, Isabella avrebbe saputo già dove trovarlo: in stalla, tra il bestiame e il lavoro quotidiano. E a Castelvicosi, dove il Municipio contava un solo impiegato, se l'ufficio fosse stato momentaneamente vuoto lei non avrebbe perso tempo. Per la posta ufficiale si andava dal sindaco... che però non era in Comune, ma nei campi. Così capitava di vedere Isabella attraversare la strada sterrata, per raggiungerlo sul trattore, fermo tra i filari.



Da portalettere a direttore Pasquale è cresciuto in fretta

Una carriera costruita mattone dopo mattone, iniziata tra i palazzi di Milano e arrivata oggi nel cuore della provincia cremonese. È la storia di **Pasquale**, direttore del centro di recapito di Pandino, che in Poste Italiane ha percorso tutte le tappe, iniziando proprio come portalettere. Milano, con le sue vie trafficate e i grandi condomini, è stata la sua prima scuola: chilometri macinati ogni giorno e centinaia di citofoni ricordati a memoria. Da lì, grazie all'impegno e alla capacità di gestione, Pasquale diventa caposquadra: un ruolo che richiede organizzazione, attenzione alle persone. Il passo successivo lo porta a diventare specialista di produzione: un ruolo che gli permette di conoscere da vicino i processi, i flussi, la qualità del servizio. Dopo anni trascorsi in una delle realtà più complesse d'Italia, arriva una nuova sfida: la direzione di un centro di provincia. E così Pasquale approda a Pandino, nel Cremonese. Una realtà più piccola, ma non per questo meno importante: qui la presenza del direttore è vicinanza, ascolto, guida quotidiana.



UP Castelleone



UP Cremona 4



UP Cremona Centro

ultimi anni un ricambio generazionale molto importante, con l'età media dei referenti commerciali di zona e dei consulenti mobili scesa a 37 anni, come spiega il responsabile di Risorse Umane **Michele Paduano**: «La composizione della squadra ci permette di avere un mix di risorse che collaborano in modo molto attivo e sono ben presenti sul territorio». Dalle mani degli RCZ a gennaio 2026 passava il 38,7% del patrimonio totale della filiale, come spiega la responsabile commerciale **Mariavittoria Giacomelli**, da sei anni in questo ruolo a Cremona. Il patrimonio totale, vicino ai 2 miliardi, è in crescita del 2% negli ultimi 12 mesi. Il risparmio postale resta il prodotto principe con un incremento annuo del 4%.

Presenza capillare

Il responsabile Gestione operativa **Ugo Varletta** descrive i risultati della qualità: i clienti vengono serviti con un tempo di attesa inferiore agli 8 minuti e mezzo. Dei 592.008 clienti che si sono recati agli sportelli degli uffici postali, l'88,6% ha dovuto attendere meno di 15 minuti. L'impegno "fisico" sul territorio vuol dire per Poste parlare ai clienti più anziani di digitalizzazione, far capire l'importanza della ricevuta digitale, lavorare tutti i giorni per diffondere la cultura finanziaria nonché,

dal lato dei servizi, per installare gli ATM. Una missione portata avanti con successo anche nel 2025 dalla collega di Movimento Fondi **Loredana Bova**, in un panorama sempre più abbandonato dalle banche.

I numeri della logistica

Rocco Catalano è il responsabile della RAM 1 Lombardia, che comprende i 113 comuni della provincia di Cremona, gestiti da cinque centri di recapito: Cremona, Casalmaggiore, Crema, Pandino e Soresina. Presso il capoluogo di Cremona si trova il Centro Logistico, adiacente alla stazione, che serve i cinque Centri di recapito, tra cui quello cittadino di via San Bernardo. Separati da pochi km, i due team saranno riuniti in unico stabilimento all'inizio del 2027 quando su Cremona sarà attivata la Rete Corriere. Ad oggi, sono 239 le risorse impiegate nelle strutture cremonesi di PCL, con un'età media di 41 anni e una prevalenza maschile (56% contro 44% femminile). Per quanto riguarda la città, i portalettere di Cremona percorrono circa 2.800 km al giorno per consegnare 262mila pacchi e quasi mezzo milione di raccomandate l'anno, su una flotta in via di rinnovamento e attualmente green per il 37% dei mezzi. Il dato sulla produttività ha chiuso l'anno con un risultato oltre il 150%.



CD Crema



CD Casalmaggiore



CD Soresina



CD Pandino



CL Cremona

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Il CD di Milazzo, alimentato dal CL di Messina Pistunina, è un avamposto del Mediterraneo

Dai farmaci ai vestiti di carnevale i postini di **Messina** portano la vita sulle Eolie

Nella provincia il recapito può contare su due centri logistici, otto centri di distribuzione, 334 portalettere e la Rete Corriere. Consegnare sulle isole minori significa affrontare ogni giorno gli imprevisti del meteo: «Ma dobbiamo farlo a tutti i costi»

Tra il mare e la montagna, fra il cielo e la terra: il lavoro dei portalettere della provincia di Messina ha delle caratteristiche uniche dal punto di vista geografico e logistico. Avere l'hub di Poste Air Cargo a Catania e gestire le consegne sulle Isole Eolie significano per i colleghi affrontare ogni giorno un delicato gioco di equilibri in cui anche le condizioni meteorologiche e i ritardi dei traghetti possono fare la differenza, come sottolinea **Alfonso Morreale**, responsabile della RAM 1 siciliana, affiancato dai responsabili Qualità **Angela Casella** e Produzione **Gianluca Scifo**. «Siamo molto legati – spiega Morreale – anche a trasferimenti che non avvengono con mezzi nostri. Questo richiede una attenzione maggiore affinché tutto si incanali nel migliore dei modi per la riuscita della nostra attività quotidiana».

Le forze in campo

La provincia di Messina può contare su due centri logistici (Messina Pistunina, dove è stata avviata anche la Rete Corriere, e Capo d'Orlando) e otto centri di distribuzione: Barcellona Pozzo di Gotto, Messina Olimpia, Milazzo, Patti, Santa Teresa, Sant'Agata di Militello, Spadafora e Taormina. La responsabile Risorse umane della RAM, **Giovanna Zaira Arena**, fornisce a Postenews i numeri del personale: 334 portalettere, 43 addetti alla produzione, 35 corrieri, 19 addetti ai trasporti. L'età media, in tre anni, si è ridotta da 52 a 44 anni, gli uomini sono il 63% contro il 37% delle donne. La Rete Corriere, partita nel 2025 per raggiungere in breve tempo una media di 2.000 pacchi al giorno, ha riempito d'orgoglio i colleghi di Messina, che hanno fatto da "pilota" in un centro particolarmente complesso. «È stata un'esperienza nuova per tutti – afferma la responsabile Risorse

La Rete Corriere di Messina



CL Messina Pistunina



Nei mesi estivi i volumi quadruplicano: gli isolani attendono al porto l'arrivo degli acquisti fatti online

umane – siamo stati colpiti dall'emozione dei nostri addetti e della riconoscenza nei confronti dell'azienda che ha affidato a loro un cambiamento così importante». Volano logistico della provincia, con il compito di lavorare il prodotto per gli otto CD, è il CL di Messina Pistunina, collegato al CS di Catania e diretto da **Vincenzo Zappia Zappia** con 140 persone applicate, mentre a Messina Olimpia, il centro che si

occupa della parte nord della città, la direttrice è **Caterina Calì**.

Il recapito sulle isole

Un mondo a parte è quello delle Eolie, servite dal CD di Milazzo. I pacchi arrivano nelle isole in dispacci dedicati, mentre la posta indescripta e descritta arriva su Lipari, dove si provvede alla ripartizione e allo smistamento per Panarea, Strombo-

CD Messina Olimpia



CD Barcellona Pozzo di Gotto





Il ciclone Harry non piega il lavoro dei portalettere di Santa Teresa di Riva

Il ciclone Harry, a gennaio scorso, ha messo a dura prova il CD di Santa Teresa di Riva diretto da **Giuseppe Crimi**. I portalettere, sotto la guida della caposquadra Rosita, hanno affrontato i disagi con grandissima professionalità e senso del dovere. Il lungomare della cittadina nelle vicinanze di Taormina ha subito danni ingenti, con un impatto sulla vita quotidiana delle persone e sull'attività del recapito, con zone interdette e percorsi deviati. Inoltre, pur essendo sul mare, il CD di Santa Teresa di Riva serve tantissimi paesi di montagna interessati da numerose frane. «Abbiamo avuto delle difficoltà che siamo riusciti a gestire grazie all'impegno dei nostri portalettere», sottolinea il responsabile della RAM **Alfonso Morreale**.



Andata e ritorno al CD di Capo d'Orlando il sogno inseguito da Francesco è realtà

Francesco Tagliarini, 46enne padre di famiglia, ha lasciato il posto fisso per fare il portalettere nella sua Capo d'Orlando. La sua storia ha emozionato tutti i colleghi: nel 2021, innamorato dall'idea di fare il postino, Francesco inizia a lavorare nel CD di Capo d'Orlando e si distingue da subito per le sue capacità e la sua determinazione.



A marzo 2022, la direttrice Debora lo saluta con queste parole: «Sei veramente in gamba, sono convinta che ci rivedremo». Grazie alle politiche attive messe in campo quell'anno stesso da Poste Italiane, Francesco, sostenuto dalla famiglia, viene assunto a Firenze, dove si trasferisce nel mese di novembre. Con tanti sacrifici e distante dalla famiglia, Francesco continua a credere nell'azienda e nel 2025 arriva l'opportunità di rientrare a Capo d'Orlando.



I portalettere delle Isole Eolie



I portalettere di Lipari, Alicudi (Anna Maria Zangari) e Ginostra (Pasquale Materia)

li, Vulcano, Salina, Filicudi e Alicudi. La scansione dei viaggi dei portalettere deve necessariamente coincidere con gli orari di traghetti e aliscafi. Fin qui l'aspetto tecnico, che si riempie di umanità quando ci si confronta con quello che accade ogni giorno. «Se perdi l'aliscafo resti sull'isola», sottolinea **Stefano Cartillone**, responsabile del CD di Milazzo, raccontando di quando è successo davvero e la portalettere di Alicudi (l'isola più lontana da Milazzo) **Anna Maria Zangari** ha trovato - con alberghi e B&B chiusi - ospitalità in un alloggio messo a disposizione da una delle poche famiglie che abitano l'isola d'inverno. Nel periodo estivo, la popolazione quadruplica e isolani e turisti ordinano online "tutto", nel vero senso della

parola. Persino i negozianti aspettano al porto l'arrivo della nave con i postini. Se d'estate la sfida è sulle quantità, si può dire che d'inverno sia sulla qualità. Come accaduto in occasione dell'ultimo Carnevale, quando il maltempo aveva provocato forti ritardi sui pacchi, molti dei quali contenenti maschere e costumi per i bambini. I portalettere di Lipari (**Domenico Foti**, **Felice De Pasquale**, **Davide Guarino** e **Ugo Berté**) si sono guardati negli occhi e si sono detti «dobbiamo consegnarli a tutti i costi». E così è stato. Lo stesso ha fatto **Pasquale Materia**, un portalettere che «vive più in mare che sulla terra ferma», a Stromboli, nella frazione di Ginostra, tornando indietro con l'aliscafo per consegnare un farmaco salva-vita a un utente.

CD Milazzo



CD Taormina



CD Spadafora



CD Sant'Agata di Militello



CD Patti



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Dai risultati alle performance operative, fino al progetto Polis e al modello Hub & Spoke

Messina 2, Poste fa en-plein: nove cittadini su 10 sono clienti

Una rete capillare tra costa, monti e isole che coinvolge il 90% della popolazione e gestisce 4,5 miliardi di patrimonio: un presidio strategico per l'Azienda in questo territorio. Il DF Bianco: «Siamo un riferimento, soprattutto sulle isole Eolie»

Nove persone su dieci, nel territorio della Filiale di Messina 2, hanno un rapporto con Poste Italiane: basta questo dato per testimoniare il forte radicamento della nostra azienda nell'area isolana. Un radicamento che trova conforto nelle esperienze e nei numeri che sono stati oggetto dell'incontro di Postenews con i responsabili di Messina 2, guidati dal direttore di Filiale **Leonardo Bianco**. Quella di Messina 2 – sorridono i partecipanti al forum – viene definita una filiale “mare e monti”: si estende su un territorio estremamente variegato, che va dalla costa (da Milazzo a Tusa), all'area interna dei Monti Nebrodi, caratterizzata da borghi ricchi di tradizione. Le isole Eolie – ovviamente – sono un caso a parte: sono presenti 12 uffici postali distribuiti su 7 isole e il Gruppo vive una sfida quotidiana che richiede frequenti spostamenti di personale, «resi possibili – afferma con orgoglio il DF – grazie al forte spirito di collaborazione tra colleghi: basti pensare che per raggiungere Alicudi sono necessarie circa due ore e mezza di navigazione». La filiale conta 105 uffici postali, tutti situati in aree a bassa densità abitativa, ad eccezione di Milazzo e Barcellona: con 64 uffici Polis pianificati e 55 già realizzati, la filiale rappresenta il 20% del totale regionale siciliano legato agli interventi del Progetto. La filiale è stata precursore del modello Hub & Spoke, con 12 hub e 173 risorse coinvolte (circa metà della filiale, nel 2025 sono stati effettuati 4.700 distacchi, di cui il 45% proprio dagli uffici organizzati secondo questo schema, raggiungendo il 90% dei distacchi possibili).

Patrimonio e clientela

Il patrimonio complessivo è pari a 4,5 miliardi di euro per 263.000 clienti con rapporto continuativo con Poste: «Ciò significa – afferma ancora il DF Bianco – che circa il 90% degli abitanti ha una relazione stabile con l'azienda. Gli 88.000 clienti portafogliati rappresentano un patrimonio di 3,6 miliardi, gestito attraverso una rete composta da 69 portafogli retail». Ottimi sono i risultati dal punto di vista commerciale, con alcune evidenze, che vengono raccontate dall'RCF **Pietro Caliò** e vanno dall'UP di Mistretta («quando era chiuso per lavori Polis, i colleghi hanno operato in un container riuscendo comunque a raggiungere risultati importanti con performance positive su investimenti, prestiti e protezione: crescita della raccolta netta investimenti di 1,232 milioni e un incremento dell'89% sulla raccolta lorda, con prestiti in linea con il target (+3%) e protezione



La squadra di Messina 2



La squadra commerciale

in aumento (+1%)» a quello di Brolo con «11 milioni di risparmio in un comune di 5.000 abitanti». E ancora Milazzo, best practice per la collaborazione tra sportello e Operatori Front End, «soprattutto sul comparto Luce e Gas e Fibra: +4% rispetto al target e 308 attivazioni nel comparto energia, di cui 198 luce e 110 gas, oltre a una crescita del 21% su

Una filiale “mare e monti” che affronta ogni giorno sfide logistiche e territori complessi

PM Casa e 94 attivazioni complessive, di cui 64 sulla fibra», Santo Stefano di Camastra, Barcellona Pozzo di Gotto e Reitano, un «piccolo comune con forte crescita nei servizi energia e connettività e risultati ancora migliori nella raccolta netta del risparmio». Da segnalare anche le performance dell'SCM **Giuseppe Sindoni**, in una zona Silver 1: «Cura la gestione di cinque piccoli uffici in contesti complessi, anche da raggiungere, con risultati superiori agli obiettivi assegnati» conclude Caliò. La dedizione e l'attaccamento al lavoro è una costante anche qui, come in tutta la “galassia” di Poste Italiane. E anche a Messina 2, non mancano gli esempi, come quello di una ragazza – giovanissima e appena assunta – che lavora in un ufficio monoperatore, a Floresta, il comune più alto della Sicilia: «Nonostante le condizioni difficili con nevicate frequenti, ha sempre raggiunto la sede di lavoro, arrivando anche a rientrare a casa grazie al passaggio di un camionista esperto diretto verso la costa» racconta Bianco.

Gestione Operativa a gonfie vele

L'attività quotidiana restituisce numeri importanti: ogni giorno – spiega il responsabile Gestione Operativa **Emanuele Rosario Ponzio** – vengono «serviti in media 5.800 clienti, con 180 sportelli aperti e una media di 32 clienti per operatore di sportello». L'82% dei clienti viene servito entro 15 minuti, con un tempo medio di attesa di 8,7 minuti, mentre il 94% delle prenotazioni digitali raggiunge l'obiettivo. Sul fronte della qualità percepita, 155 clienti su 200 esprimono un giudizio positivo. Brillano – come risultati – gli uffici di Santa Lucia del Mela, Olivarella e Lipari (in-



UP Mistretta



UP Brolo



UP Milazzo



UP Santa Lucia del Mela



UP Olivarella



teressato anche dal Progetto Polis: una serie di servizi particolarmente sentiti nell'isola). «Il cliente delle isole vede Poste come un'istituzione fondamentale, spesso l'unica presente – conclude il DF Bianco – Questo rende il servizio essenziale, anche per il recapito, soprattutto quando le condizioni meteo impediscono l'apertura degli uffici. Il cliente isolano è esigente, ma allo stesso tempo dimostra grande fiducia, in particolare nella gestione dei patrimoni e nei servizi per le piccole imprese».

La squadra di Gestione Operativa



Leggi gli articoli
su Messina
sul sito
tgposte.poste.it

L'SCM Giuseppe Sindoni



UP Santo Stefano di Camastra



UP Reitano



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Dallo sportello al recapito, un'area che cresce con il turismo e non si ferma davanti alle emergenze

121 uffici, 249 portalettere, 4,6 miliardi: tutti i numeri del "sistema" **Catanzaro**

La spinta dei servizi del progetto Polis rilancia la pedonabilità e porta nuovi clienti, mentre la Rete Corriere e il polo di Lamezia Terme garantiscono copertura capillare su tutta la provincia. Il DF Bertucci: «Un territorio dinamico per l'Azienda»

Quella di Poste a Catanzaro è una presenza importante, non solo nei numeri e nei servizi indispensabili che offre ai cittadini. Stretta tra Ionio e Tirreno, con l'istmo più corto d'Italia e una morfologia che alterna coste, colline e aree montane, la città calabrese rappresenta un laboratorio naturale per Poste, dove sportello e recapito si intrecciano. È da qui che parte il racconto del forum che ha visto Postenews incontrare i responsabili della filiale, che serve oltre 340 mila abitanti distribuiti in 80 comuni, con 121 uffici postali e un patrimonio che sfiora i 4,6 miliardi di euro. Una realtà giovane dal punto di vista commerciale, come sottolinea il direttore di filiale **Sergio Bertucci**, in carica da pochi mesi: «Siamo un territorio vasto e vario dal punto di vista geografico», ricorda, evidenziando come la presenza «di siti della Magna Grecia e poli

Filiale di Catanzaro



UP Botricello



turistici come Soverato contribuisce a rendere la provincia dinamica».

In continua evoluzione

Negli uffici postali, la trasformazione è evidente. La riduzione degli sportelli bancari tradizionali e il crescente utilizzo dei canali digitali stanno cambiando il rapporto con la clientela. «La richiesta e rilascio di passaporti ci ha portato molti clienti che non avevano nessun prodotto con noi, e che ora cominciano a conoscerci», spiega **Caterina Federica Papaleo**, responsabile della Gestione Operativa, sottolineando

come la pedonabilità sia oggi uno degli indicatori chiave. L'avvio del progetto Polis ha segnato una svolta: «Il primo ufficio inaugurato è stato Tiriolo, io ho fatto il primo passaporto», aggiunge. Il cambiamento si misura anche nei numeri commerciali. Nell'ufficio di Lamezia Terme, ad esempio, la raccolta netta totale cresce del +8% e gli investimenti registrano un incremento significativo, mentre a Catanzaro Lido si segnalano performance particolarmente brillanti su prestiti e investimento. A sostenere questa evoluzione c'è una macchina organizzativa articolata, con una rete com-

UP Badolato Marina



UP San Vito sullo Ionio



UP Catanzaro Lido 1



UP Cropani Marina



UP Catanzaro 7



UP Lamezia Terme



UP Curinga





UP Staletti



UP Gimigliano



CD Girifalco



La squadra commerciale



Catanzaro Lido



merciale – sotto il controllo dell'RCF **Luigi Serio** – composta da referenti di zona, gestori premium e specialisti, e una forte attenzione alla customer experience e alla digitalizzazione, dalle prenotazioni online alle ricevute digitali. Anche il rapporto con il territorio continua a rafforzarsi attraverso nuove collaborazioni istituzionali: «Con l'accordo con la Regione Calabria per le prenotazioni sanitarie contiamo di recuperare pedonabilità», aggiunge Bertucci.

La macchina di PCL

Se negli uffici si costruisce la relazione, è nel recapito che la presenza di Poste si misura ogni giorno sul campo. La provincia di Catanzaro rientra nella RAM 3 Sud (guidata da **Luigi Mucciolo**). A Catanzaro il recapito si articola in 189 unità operative tra articolazioni di base, linee business e Rete Corriere, con 249 risorse e un'età media di appena 38 anni. «Catanzaro non ha un centro di lavorazione di riferimento, quindi il fulcro è Lamezia Terme», spiega **Salvatore Leone**, responsabile della Produzione RAM 3 Sud, insieme alla Responsabile Qualità **Daniela Gurgone** e a quella di RUO **Antonia Mallamaci**. Una struttura che deve adattarsi a forti variazioni stagionali: «In estate i volumi dei pacchi aumentano per le aree a forte attrazione turistica e questo ci espone a sfide particolari di recapito». Le storie degli operatori raccontano meglio di qualsiasi dato cosa significhi lavorare in queste condizioni. Durante il passaggio del ciclone Harry, che ha provocato allagamenti, frane e strade chiuse, il servizio non si è fermato. **Martina Valente**, impegnata nel recapito a Catan-

Martina Valente



zaro Lido, ha scelto di proseguire anche a piedi pur di consegnare un pacco speciale: «Un regalo di compleanno per un bambino» racconta. Un gesto semplice, ma capace di restituire il senso della presenza sul territorio. Sulla costa ionica, a Soverato, la sfida è diversa ma altrettanto complessa. «Quando il sole di luglio comincia a farsi sentire, Soverato cambia», racconta **Vanessa Lanza**. L'arrivo dei turisti moltiplica i volumi e rende più difficile muoversi tra le vie affollate, ma è proprio in questo contesto che emerge il valore della conoscenza del territorio e della relazione con i clienti. «Il rapporto di fiducia fa la differenza», spiegano ancora. Nelle aree interne, invece, sono le condizioni geografiche a mettere alla prova il servizio. **Kevin Fregola**, operativo nella Rete Corriere di Lamezia Terme, descrive così il suo lavoro, ancora durante il ciclone Harry: «Molte zone sono state interessate da frane che hanno reso difficili le consegne. Tuttavia, questo non mi ha impedito di cercare strade alternative o di accordarmi con i clienti per garantire il servizio».



Leggi gli articoli su Catanzaro sul sito tgposte.poste.it

Catanzaro Recapito Stazione



Dentro il cuore logistico di Lamezia Terme

Il Centro di Smistamento di Lamezia Terme rappresenta il nodo logistico che tiene insieme l'intero sistema regionale. Con una superficie di circa 5.700 metri quadrati e 134 risorse, il sito serve cinque province e garantisce continuità operativa grazie a un'integrazione di flussi su gomma e aerei, con collegamenti diretti verso i principali hub nazionali. Qui ogni notte prende forma una macchina organizzativa complessa. A rendere possibile tutto questo è soprattutto il lavoro delle persone. «In questo ruolo mi impegno quotidianamente a valorizzare il lavoro del team, promuovere un ambiente collaborativo e garantire efficienza operativa e qualità del servizio», spiega la direttrice del CS **Maria Giovanna Lucente**.



CS Lamezia Terme



CD Sellia Marina



CD Soverato



CD Lamezia Terme



Kevin Fregola



RAM 3 Sud



Il team di Gestione Operativa



Rete Corriere Wave1



Rete Corriere Wave2



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Quasi 90mila imprese e migliaia di turisti: tutti i numeri della provincia scaligera

Verona, sotto il balcone di Giulietta c'è un patrimonio di oltre 5 miliardi

La concorrenza delle banche è forte anche nell'accaparrarsi i migliori talenti nel campo della consulenza, ma Poste riesce a capitalizzare le opportunità legate ai suoi prodotti di risparmio e investimento e alla consegna di oltre mille pacchi al giorno

Filiale di Verona



La squadra commerciale



Sotto il balcone di Giulietta, nella terra del Vinalty e di Gardaland, sventolano i colori giallo oro, che simboleggia la ricchezza, e blu, che rappresenta la fedeltà e il fiume Adige. I colori di Verona sono gli stessi di Poste Italiane, che nella sola città dell'Arena sfida la presenza di 100 filiali bancarie. Verona e la sua provincia vantano un tessuto imprenditoriale vivace e diversificato, con quasi 90mila imprese e colossi nei settori agroalimentare (Aia, Rana, Paluani), metalmeccanico (Fedrigoni e Clivet), logistico e della moda (Calzedonia su tutti). Per non parlare dell'eccellenza del vino.

La squadra di Gestione Operativa



UP Verona Centro



Il gruppo OFE di Verona



L'opportunità del multibanca

Tra il 2025 e l'inizio del 2026, i cittadini veronesi hanno mostrato una forte propensione al credito, con richieste che si attestano su un importo medio di 11.000-13.000 euro. E una quota crescente di famiglie (circa il 59%) ha mutui e prestiti in corso. **Elena Cipro**, Direttrice della Filiale a cui fanno capo 118 uffici postali, di cui 27 in città e 79 Polis, gestisce un patrimonio di 5,2 miliardi. All'attivo c'è anche la vittoria di 4 Champions. «Il nostro territorio conta 255mila residenti e una clientela che spesso ha rapporti con le banche. Il multibanca – sottolinea la Direttrice della Filiale di Verona – rappresenta un rischio ma anche un'opportunità: siamo sotto assedio quando abbiamo dei ragazzi bravi e formati allettati da proposte migliorative, ma allo stesso tempo avere nei nostri portafogli clienti multibanca ci dà la possibilità di apportare nuova liquidità. Questo è possibile – conclude – grazie ai prodotti di investimenti ma anche al mondo del risparmio».

I pilastri della Filiale

I clienti in portafoglio sono oltre 270mila, di cui 635 premium, seguiti da quattro consulenti, come spiega il responsabile commerciale **Sascha Filippo Carelli**. La consulente **Leida Fattori** è stata tra i primissimi ad avere assunto il ruolo di "premium" in Italia,

UP Monteforte D'Alpone



UP Pescantina



UP Castel d'Azzano

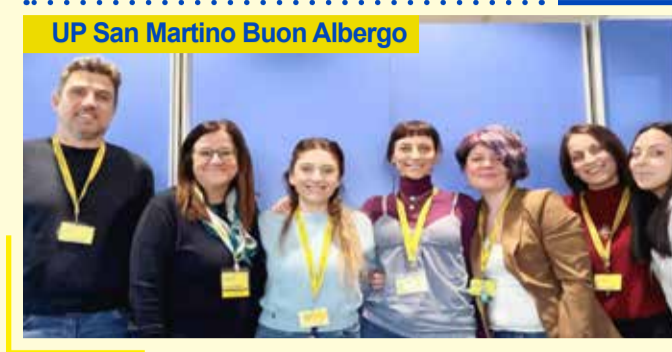
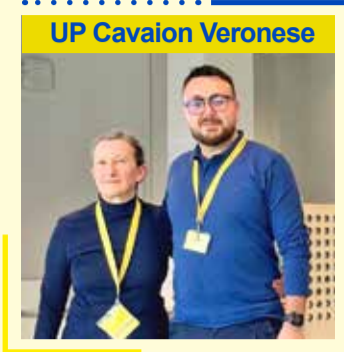


UP Verona 33



UP Verona 15





ma sono tante le punte di diamante: da **Carlotta Framarin**, consulente di Monteforte d'Alpone, considerata uno dei pilastri della Filiale che affianca i nuovi assunti nella formazione, a **Pietro Angelo Palermo**, consulente di Verona Centro, che si è distinto per i risultati ottenuti nella Protezione; da **Luisa Fabula**, storica consulente dell'ufficio postale di Castel d'Azzano, secondo in Italia per i risultati sull'Energy, al giovane Dup di Cavaion Veronese **Andrea Benvenuto**. Ottimi risultati sono stati ottenuti anche nella Gestione operativa, di cui è responsabile **Paolo Trevisani**, in particolare sulla parte digital e sui tempi di attesa, ridotti fino a una media

di 6,26 minuti, con una percentuale di clienti serviti entro i 15 minuti pari al 77,5%. Vette di eccellenza si sono toccate nell'ufficio postale di San Martino Buon Albero, diretto da **Sabrina Occhipinti**: nelle 60 giornate del 2025 individuate dall'azienda come critiche nessun cliente ha aspettato più di 12 minuti per essere servito allo sportello.

La forza del recapito

Alla casa di Giulietta, visitata ogni anno da migliaia di turisti da tutto il mondo, i portalettere del CD di Verona Viviani arrivano in bicicletta tra la folla, come racconta **Pietro Martucci**, responsabile della RAM, affian-

cato dalla responsabile Qualità **Antonietta Ferroni** e dal responsabile Produzione **Domenico Cuccarese**. La provincia di Verona, per larga parte turistica tra il Lago di Garda e le colline, è strutturata su 7 centri di distribuzione (Verona Viviani, Legnago, Villafranca, San Martino Buon Albero, Bussolengo, San Bonifacio e Bardolino) e ha visto poco più di un anno fa l'apertura della nuova Rete Corriere. L'anno scorso si è chiuso, nella sola Verona, con una media giornaliera di 6.000 pacchi al giorno, tra i 127 portalettere e i 74 addetti della neonata Rete Corriere. A Verona ha sede anche il Centro di Smistamento che serve cinque province. Il responsabile

Cristian Gualtieri racconta come è stata applicata la sperimentazione della pesatrice dinamica. «Il CS di Verona è stato, con Bologna e Ancona, uno dei primi a ottimizzare la fase di uscita dei pacchi che un tempo venivano affidati a SDA. Questo ha contribuito a raggiungere elevate performance qualitative centrando 12 obiettivi su 13».



Leggi gli articoli su Verona sul sito tgposte.poste.it



«Consegnavo la posta in bici, oggi la logistica ha nuove sfide»



Nel 2023 **Vincenza Giotta**, assunta in Poste negli anni '90 ed ex responsabile del CD di Bussolengo, ha accettato la proposta di passare al CS di Verona, in qualità di capo reparto. «L'ho fatto con entusiasmo, per conoscere più a fondo un altro comparto fondamentale di Poste Italiane. Al CS di Verona mi sento ogni giorno molto stimolata, gli input sono continui e le sfide non mancano», mentre quando ha iniziato «il lavoro si faceva in bicicletta».

Vincenza Giotta

Anastasia: «La Rete Corriere un riferimento per il Nord Est»



Anastasia Del Prete, 28 anni, è Lean Specialist presso il Centro di smistamento di Verona, individuato come centro pilota della Rete Corriere per il Nord Est: «Grazie a questa opportunità, ho avuto modo di diventare una figura di riferimento per gli altri centri logistici del territorio. Sono profondamente grata all'azienda e mi auguro di poter continuare ad ampliare le mie competenze e conoscenze».

Anastasia Del Prete

«Ricominciare da dove tutto era iniziato è un grande traguardo»



Roberto Sabetti, responsabile di turno al CS di Verona, è tornato dove tutto era cominciato nel 2018, quando lavorava nella ripartizione notturna dei pacchi. Dopo alcune esperienze da portalettere, «spinto dalla volontà di mettermi in gioco e dal desiderio di tornare alle origini, ho sostenuto diversi colloqui con Risorse Umane, al termine dei quali sono stato selezionato per il ruolo di capo turno presso il CS di Verona».

Roberto Sabetti

REPORTAGE

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Parziale Francesco Resp. Produzione RAM 5 LO - Macro Area Logistica
Cretella Sara Resp. Processi e Qualità CS GE AEREOP - Macro Area Logistica

Insieme ai pacchi crescono anche le lettere tradizionali

Alba in controtendenza: nella capitale delle Langhe la corrispondenza corre

La responsabile del CD Silvia Vitali: «La nostra zona è caratterizzata dalla presenza di aziende vitivinicole che usano comunicazioni commerciali e di molti anziani abbonati a riviste e quotidiani»

di **Carla Falconi**

La posta diminuisce, i pacchi aumentano. Ed è così ormai da diversi anni.

Ad Alba, capitale delle Langhe piemontesi, terra di tartufi, vigneti e cantine, i numeri raccontano una storia diversa. Nel mese di gennaio, il Centro di Distribuzione di Poste Italiane di via dell'industria 3 e la sua succursale, situata un po' più a nord del territorio albeso, hanno consegnato 14mila pacchi e 120mila pezzi di corrispondenza. Il numero dei pacchi è sempre in crescita, è vero, ma la corrispondenza, tra bollette, abbonamenti, brochure e pubblicità, resiste molto bene e ad Alba è in aumento.

Come un nuovo giorno

Le ragioni le spiega **Silvia Vitali**, giovane direttrice delle due sedi che, con 59 dipendenti, garantiscono il servizio a 94mila abitanti, 49mila abitazioni, 2.500 attività commerciali e 1.700 uffici. «Questa zona, frammentata in tanti paesi e piccoli centri di campagna, è caratterizzata dalla presenza di aziende vitivinicole, che per ragioni commerciali usano ancora la corrispondenza cartacea, e di



Il team del Centro di Distribuzione di Alba

molti anziani abbonati a riviste e quotidiani. Per non parlare delle bollette che, diventate mensili, hanno fatto raddoppiare la mole della posta». L'organizza-

zione delle attività è affidata a **Luisa Bove**, arrivata dal sud con una laurea in lingue. «Ho scelto Alba perché il nome mi ispirava: l'alba di un nuovo giorno mi

sembrava l'alba di una nuova vita. Sono arrivata come portalettere ma attualmente sono specialista di produzione e mi occupo della pianificazione del lavoro con l'obiettivo di raggiungere livelli di giacenza sempre più bassi. E se ci riusciamo, il merito è anche del prezioso e insostituibile contributo dei portalettere».

Memoria e relazione

Piera Tarditi è una di loro e racconta le sue giornate da addetta alla linea base, quasi con entusiasmo. «Percorrere le colline è molto bello, spesso, quando mi inoltro nelle stradine tra i boschi, incontro animali selvatici, quando devo consegnare la posta alle cantine, invece, mi spingo fino ai filari per evitare di tornare il giorno dopo. Svolgo il mio ruolo nel modo più scrupoloso possibile e le persone sono sempre molto gentili. Anche questo aiuta a sentirsi bene». **Denise Chiesa**, prima portalettere nella linea base e ora nella linea business, recapita tutti i giorni pacchi e raccomandate soprattutto a famiglie e aziende. «Mi sono adattata alle nuove tecnologie anche se un fattore chiave resta la conoscenza personale del territorio». Del resto, senza questo know how profondamente umano, fatto di memoria e relazione con i luoghi, nessuna strategia industriale e nessun servizio di consegna funzionerebbe con questa efficienza e questa capillarità. ●

MERCATO PRIVATI

Agli sportelli di **Ventimiglia** servizi senza frontiere

L'ufficio postale è un crocevia tra i pendolari che lavorano in Costa Azzurra e i francesi che trascorrono il fine settimana in Italia

Nel centro di Ventimiglia, l'ufficio postale di Corso della Repubblica 6, a soli 3 chilometri dal confine francese, è un luogo cosmopolita, punto di riferimento sia della comunità locale, formata da ventimigliesi e stranieri di origine asiatica, africana, peruviana, russa e ucraina, sia degli italo-francesi, residenti nella vicina Costa Azzurra. Lo staff, che parla anche francese ed è formato da dieci sportellisti, due operatori front end e tre consulenti finanziari, gestisce più di mille conti correnti, oltre 1.500 Postepay e un patrimonio di oltre 60 milioni di euro. **Sabrina Recchia**, da 36 anni in Poste, dopo il classico percorso da sportellista a direttore, da un anno è alla guida di questo ufficio in cui la presenza del confine si sente molto forte ma è stata trasformata in un'opportunità. «Moltissimi nostri clienti, italiani e stranieri - racconta - varcano quotidianamente il confine per andare a lavorare in Francia. Il venerdì e il sabato, il flusso si inverte e sono i francesi di origine italiana a migrare verso Ventimiglia: per il mercato, per lo shopping ma anche per l'ufficio postale in cui ancora hanno libretti e conti correnti». **Massimiliano Romano**, consulente finanziario con una laurea in economia e un master in Banking and Fintech, conferma che le



Il personale dell'ufficio postale di Ventimiglia

rimesse di questi italo-francesi costituiscono una voce positiva anche nell'area degli investimenti: «Lavoriamo - prosegue - con il ritmo di un cliente ogni ora e si tratta perlopiù di persone che gestiscono il loro patrimonio con prudenza, puntando su polizze base e buoni fruttiferi. Solo una parte di loro diversifica, indirizzandosi verso polizze multiramo e fondi di investimento».

Verso l'economia digitale

Cecilia Curcio, una ragazza trentenne, da sei anni allo sportello, sottolinea che «tra i servizi più richiesti ci sono le Postepay degli immigrati frontalieri e la spedizione dei pacchi. Si tratta di un settore in forte espansione che vede tra i clienti più assidui peruviani e cingalesi». **Angelo Demaria**, 47 anni, in Poste da 15, è uno dei due OFE, invece, e ha a che fare con una «clientela vasta ed esigente che spesso chiede aiuto nella gestione delle app. Si tratta di anziani - commenta - o di extracomunitari con un basso livello di istruzione». La transizione tecnologica, del resto, ha bisogno anche di figure professionali come gli operatori e gli sportellisti di Poste che in maniera educata e paziente stanno accompagnando gli italiani, vecchi e nuovi, verso l'economia digitale. (Carla Falconi)



REPORTAGE

La città è tra i principali centri della cantieristica navale italiana

Monfalcone, ufficio di confine con 133 milioni di patrimonio



di **Alessandra Venzo**

Sedici risorse complessive, nove operatori di sportello, due operatori front-end e due consulenti finanziari lavorano nell'ufficio postale centrale di Monfalcone, il più grande nel territorio per clientela e grandezza: con 133,7 milioni di patrimonio complessivo, ha fatto registrare nell'anno appena trascorso over performance su credito e risparmio, vantando, tra l'altro, una digitalizzazione che genera 50 prenotazioni al giorno da remoto.

Le rimesse

Come città di frontiera, Monfalcone è un importante polo per la cantieristica navale e il suo indotto, caratteristica che ha generato insediamenti stabili di nuclei familiari provenienti da diverse parti del mondo. Su oltre 30mila abitanti più del 30% è di nazionalità straniera e di questi il 55% proviene dal Bangladesh. La proporzione si inverte però nell'UP centrale della cittadina dove degli 11.316 clienti circa il 70% è di nazionalità straniera: «Sono per



Il team dell'ufficio postale di Monfalcone

lo più bangladesi che lavorano in Fincantieri – racconta la Dup **Ombretta Scaramuzza** – ma anche cittadini provenienti dai Paesi dell'Est Europa, del Nord Africa e da Cina e Filippine, che hanno aperto qui attività oppure sono impiegati temporaneamente nei cantieri. Noi siamo il loro punto di riferimento». Un'affluenza che

genera una pedonabilità mensile di oltre 8mila persone e la gestione quotidiana di oltre 20 permessi di soggiorno: «Oltre a ciò – aggiunge il collaboratore **Denis Pico** – proprio per le caratteristiche della clientela, gestiamo anche un importante flusso di money transfer, dovuto alle rimesse verso i paesi d'origine».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Soppelsa Barbara	Resp. Comm. Privati Filiale Bolzano - Macro Area Mercato Privati
Mirandola Riccardo	Resp. Comm. Privati Filiale Legnago - Macro Area Mercato Privati
Scotti Francesco	Resp. Comm. Privati Filiale Rovigo - Macro Area Mercato Privati
Cornaci Maurizio	Resp. Gest. Operativa di Filiale Padova - Macro Area Mercato Privati
Menghini Tiziano	Resp. Gest. Operativa di Filiale Trento - Macro Area Mercato Privati
Pozza Massimo	Resp. Gest. Operativa di Filiale Vicenza - Macro Area Mercato Privati
Rocco Roberta	Resp. Processi e Qualità CS Padova - Macro Area Logistica
Qoshja Anda	Resp. Coord. Territ. GO Verona - Macro Area Mercato Privati

Chiarezza e trasparenza

E se da un lato i lavoratori stranieri inviano risorse economiche all'estero dall'altro contribuiscono in maniera importante al raggiungimento delle eccellenti performance dell'up: «Per il 2025 – racconta la consulente finanziaria **Maria Lasco** – abbiamo over performato nella raccolta di Buoni Fruttiferi Postali, con 10.268.050 euro, ma anche nei prestiti, che hanno raggiunto quota 1.094.711 euro e nei Mutui, con 65mila euro erogati, segnando +150% rispetto all'obiettivo. Io gestisco circa 6mila clienti nel portafoglio Personal – aggiunge – la difficoltà più grande è linguistica. Noi dobbiamo essere chiari e trasparenti e laddove la lingua non è ben compresa, può diventare un problema. Per questo chiediamo sempre un accompagnatore che parli e capisca bene l'italiano». Allo sportello Punto Poste Casa&Famiglia invece è la Postepay Evolution la più gettonata dopo la richiesta di apertura di Conti Correnti: «Ad oggi – sottolinea l'OFE **Arianna Paladino** – abbiamo 2.758 correntisti di cui 1.573 con accredito e 2.775 Postepay Evolution, richiesta principalmente dai lavoratori stranieri per l'accredito dello stipendio».

Segui con noi

il viaggio

di Postenews



INQUADRA
IL QR CODE
PER GUARDARE
IL VIDEO
DEL VIAGGIO
DEL NOSTRO
GIORNALE

Ogni mese incontriamo
migliaia di colleghi



REPORTAGE

Uno snodo al confine con Umbria, Romagna e Toscana

Da **Fermignano** a Urbino per consegnare i pacchi agli studenti fuori sede

Tra i centri storici e le aree rurali si svolge il lavoro quotidiano dei 60 portalettere del CD con i maggiori volumi delle Marche

di **Barbara Perversi**

Nella medievale Fermignano, città natale di Bramante, ha sede il CD che serve più della metà del territorio della provincia di Pesaro Urbino. **Sebastiano Delfosse**, responsabile del centro, racconta che «il confine dell'area di competenza è con l'Emilia Romagna, l'Umbria e la Toscana, certi punti di consegna sfiorano i 100 km di distanza dal centro. A questo si aggiunge il PDD di Macerata Feltria». Sebastiano gestisce 59 risorse in un centro che registra performance in target con gli obiettivi aziendali. Il lavoro quotidiano si adegua alla ricchezza orografica del territorio: «Ad Urbino, nel periodo universitario, ci sono molti pacchi, gli studenti si fanno inviare il cibo da casa, il recapito è più concentrato, dobbiamo stare sui tempi. Tutto il resto è area rurale e montana con strade difficili da percorrere». Non a caso il suo motto è «un cuore per due mondi diversi» che nel 2025 si è tradotto in circa 935.248 pezzi di corrispondenza indescritta, 220.593 pezzi di descritta e 273.442 pacchi.

La squadra dei portalettere

Marco Ghermini, portalettere di Sant'Angelo in Vado, Piandimeleto e una parte di Urbina, non nasconde l'entusiasmo con cui ogni giorno lavora: «Ho un rapporto fantastico con superiori e colleghi». Anche **Elisa Marcantognini** è portalettere a Canavaccio di Urbino



I colleghi del Centro di Distribuzione di Fermignano

L'UFFICIO POSTALE

Tra clienti storici e persone di passaggio, Poste dimostra la sua vicinanza

Le porte aperte del centro di **Parma**: «Il nostro compito è esserci per tutti»

Il Palazzo delle Poste centrali di Parma è un gioiello in stile Liberty con una facciata ricca di dettagli ornamentali floreali e classicheggianti, mentre l'interno è caratterizzato da un ampio salone con copertura in vetro che illumina naturalmente gli ambienti. Qui, **Rosalia Mortellaro**, nata in Piemonte ma cresciuta in Sicilia, coordina l'impegno di 20 colleghi verso una clientela variegata che richiede servizi sempre diversi: «Il passaggio nei vari ruoli mi ha insegnato il rispetto per il lavoro di ognuno. Poste è famiglia: siamo ovunque e ci siamo sia per la zia Peppina che ha 50 euro sia per il dirigente, per il neonato e i nonni». Rosalia racconta le peculiarità di un ufficio centrale come questo: «Abbiamo sia clienti storici, sia persone di passaggio». **Giuseppina Farina** è una OFE entusiasta: «Mi pongo come se fossi io il clien-



Il team dell'ufficio postale di Parma Centro

te. Vengono molti stranieri. Con tutti ci vuole dialettica e pazienza». **Livia Campanella** è sportellista, arrivata da Napoli per studiare canto lirico, e sottolinea l'eterogeneità dei clienti: «Qui dobbiamo

saper offrire tutti i prodotti anche ai tantissimi stranieri. Grazie ai numerosi permessi di soggiorno, abbiamo il polso della situazione sociale. Siamo un grande supporto per loro». **Stefania Varvaro**,

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Lopez Elena	Resp. Produzione RAM 2 CN - Macro Area Logistica
Simoni Gianluca	Resp. Produzione RAM 4 CN - Macro Area Logistica
Solidoro Federico	Resp. Produzione RAM 3 CN - Macro Area Logistica
Balducci Sara	Resp. Produzione RAM 3 C1 - Macro Area Logistica
Costagliola Vincenzo	Resp. Produzione RAM 1 C1 - Macro Area Logistica
Tancetti Paolo	Resp. Qualità RAM 3 C1 - Macro Area Logistica

e Trasanni e le Cesane di Urbino: «Diversi clienti mi aspettano, ormai conoscono gli orari del giro e si preoccupano se non mi vedono», racconta. Lei incontra molte persone anziane, stranieri, soprattutto tedeschi e famiglie. «D'inverno, il picco della posta è tra novembre e dicembre, ci sono ancora le cartoline di auguri». **Matteo Ubaldi** è caposquadra insieme a **Gianluca Berleghini** e delinea le caratteristiche del territorio: «È pieno di vocaboli, cioè case singole. Non c'è il nome della via, ma soltanto Ca' Mariotti, Ca' Ugolini. Non abbiamo competitor qui. Siamo il CD di tutte le Marche che gestisce il maggior volume di pacchi». I mezzi aziendali sono 55. A **Paolo Cristino** è affidato il monitoraggio qualità. A chiedergli della sua evoluzione personale risponde: «Come persona ho imparato maggiore capacità analitica di problemi e processi. Sono migliorato nella precisione, nella puntualità».



SCF dopo la laurea in Economia, ritiene che «ognuno sia il medico del proprio patrimonio, del nostro portafogli. Ed è per questo che ci tengo a renderli contenti, così che sappiano che i loro soldi sono al sicuro nel posto giusto». Anche **Gaia Di Giovanni** è SCF dopo la laurea in marketing: «Il nostro è un ruolo sartoriale, dobbiamo prevedere anche le esigenze future. L'empatia è la chiave per essere visti come un punto di riferimento. Perché Poste è un'azienda vicina alla famiglia». (Barbara Perversi)



REPORTAGE

Nel centro reatino vincono lo spirito di squadra e la competenza

Rieti, l'esperienza nel recapito al servizio di 150mila cittadini



Il team del Centro di distribuzione Rieti Garibaldi



di **Ernesto Taccone**

Il CD superiore di Rieti Garibaldi è operativo su un vasto territorio di 2.749 km quadrati, prevalentemente montuoso, confinante a nord con l'Umbria, a est con le Marche e a sud con l'Abruzzo, con una popolazione servita di circa 150mila abitanti. Dal 2024 la responsabile è **Raffaella Imperatori**, anni 52, entrata in Poste Italiane dal 2011 come portalettere (qui a Rieti), poi responsabile del CD di Palombara in Sabina, poi nove anni a Mentana. «Nel 2025 abbiamo chiuso con 13 indicatori raggiunti su 15 - spiega Raffaella - insieme allo staff ho migliorato le consegne della corrispondenza veloce in cassetta (Postal, Raccomandata). Abbiamo ultimato la fase dell'accentramento delle lavorazioni interne e di arretramento, passando di fatto a Centro Logistico. A fine giugno saremo impegnati con il progetto efficientamento volumi e soprattutto con l'attivazione di 37 addetti alla Rete Corriere, per un totale di oltre 160 colleghi».

Un organico esperto e appassionato

Stretta collaboratrice del direttore è **Arianna Di Mattia**, di anni 46, entrata nel 2002, come apprendista portalettere a Poggio Moiano, nel 2008 diventa caposquadra

e poi responsabile del CD a Rocca Sinibalda. «Nel 2019 sono diventata specialista Produzione, un ruolo che mi piace molto, insieme alla collega **Maria Climinti** facciamo da collante tra il direttore e i tre capisquadra» sottolinea Arianna. Specialista Monitoraggio Qualità e Audit Processi è **Rita Cipolloni**, anni 46, entrata in Azienda nel 2002 come portalettere a Borgorose, poi caposquadra e responsabile al CD di Petrella Salto. Dal 2010 come SMQP qui a Rieti: «È un centro che ha tutte le certificazioni, nel 2023 si è concluso positivamente il Sistema di gestione integrato e l'ISO 37001». I capisquadra portalettere sono tre: **Doriana Antonacci**, **Paolo Fasciolo** e **Maurizio Roselli**. «Siamo come la frizione del motore, perché il caposquadra è il tramite tra lo staff e oltre 120 portalettere», spiega con esperienza Maurizio (63 anni, entrato nel 1985). «Per questo ruolo - aggiunge - ci vuole parecchia energia, è un lavoro molto dinamico e andrebbe rigenerato per stare al passo, perché adesso le trasformazioni sono quotidiane, sia per l'evoluzione delle tecnologie a supporto della rete portalettere, sia come servizi e prodotti aziendali». **Erika Orteni**, di anni 51, entrata nel 2010 come postina qui a Rieti: «Non cambierei questo lavoro per niente al mondo. Mi occupo del recapito nei paesi di Casaprota, Frasso e Poggio Corese, dove conosco tutti i clienti, spesso mi offrono la colazione e trovo sempre sul palmare messaggi di ringraziamento per la disponibilità».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Appoloni Simone.....	Resp. Comm. Privati Filiale Rieti - Macro Area Mercato Privati
Ferri Fabio.....	Resp. Gest. Operativa di Filiale Chieti - Macro Area Mercato Privati
Marrone Lisa.....	Resp. Gest. Operativa di Filiale Pescara - Macro Area Mercato Privati
Perendellini Ilenia.....	Resp. Gest. Operativa di Filiale Roma 4E - Macro Area Mercato Privati
Di Giustino Luca.....	Resp. Gest. Operativa di Filiale Teramo - Macro Area Mercato Privati
Ottaviani Armando.....	Resp. Gest. Operativa di Filiale Frosinone - Macro Area Mercato Privati
Vazzana Sabina.....	Resp. Produzione 1 CS Roma FCO - Macro Area Logistica
Cecere Claudia.....	Resp. Processi e Qualità CS Roma FCO - Macro Area Logistica
Petaccia Nicola.....	Resp. Risorse Umane Filiale Chieti - Macro Area Risorse Umane
Russo Federica.....	Resp. Risorse Umane Filiale Pescara - Macro Area Risorse Umane

SARDEGNA

Carbonia, l'ufficio postale centra gli obiettivi 2025



I colleghi dell'ufficio postale di Carbonia

Siamo a Carbonia, in provincia Sud Sardegna, dove l'ufficio postale centrale ha chiuso il 2025 con un patrimonio totale di circa 152 milioni di euro e 13mila clienti differenziati in quattro portafogli. Il responsabile dell'ufficio è **Pier Luigi Di Pasquale** (Ghigo), 57 anni, entrato in Poste nel 1992. «Senso di appartenenza, valore della squadra e spirito di servizio sono, da sempre, i capisaldi delle mie attività quotidiane» spiega. Nell'ufficio di Carbonia la squadra è composta in tutto da 15 colleghi. Oltre al direttore, una delle due figure chiave è **Rachele Cera**: «Il mio percorso professionale in azienda è un'evoluzione guidata dalla curiosità, una storia fatta di persone e obiettivi condivisi». L'altra collaboratrice è **Lidia Murru**, in Poste dal 2002: «Dal mio inizio come portalettere sono sempre stata orgogliosa di far parte di questa Azienda. Ogni giorno porto entusiasmo e la mia esperienza, per aiutare i colleghi a dare il meglio». Alla consulenza finanziaria e assicurativa ci sono **Elisabetta Pittaluga**, **Debora Farci** e **Angelo Rosas**. Ad accogliere e indirizzare la clientela ci sono le OFE **Sara Dessì** e **Martina Mattana**, mentre allo sportello è forte l'esperienza di **Fernando Piras**. (E.T.)

IN PRIMAVERA
SBOCCIANO LE PROMO.
PER TE, PEC POSTECERTIFICA
SCONTATA AL 50%

Inquadra il QR code ed inserisci il CODICE PROMO **PECXTE26**



Per maggiori info www.poste.it/pec-postecertifica



REPORTAGE

I clienti giornalieri sono 355 e 600 nei periodi di scadenza e pagamento delle pensioni

Acilia, ottimi risultati commerciali con 288 milioni di patrimonio

Il Dup Emiliano Di Vilio: «Seguiamo tutti lo stesso approccio e la stessa propensione all'aiuto del cliente». Volano le Postepay Evolution, un prodotto «trasversale per età ed estrazione sociale». Il 44% delle operazioni richieste allo sportello riguarda i servizi finanziari

Ci sono luoghi che emanano un'energia particolare, anche quando si tratta di uffici postali. Ed è proprio il caso dell'ufficio centrale di Acilia, frazione alla periferia sud della Capitale, sulla via del Mare che porta a Ostia. Qui 20 operatori, 5 consulenti, 3 collaboratori e 1 OFE hanno costruito insieme al Dup un ingranaggio perfetto che, con 288 milioni di patrimonio, 31 clienti Premium e 600 affluenti, racconta il passaggio dalla modalità transazionale a quella relazionale nei confronti della clientela. Passaggio che ha portato l'UP tra i migliori per la proattività commerciale.

Dalle transazioni alle relazioni

L'UP centrale di via di Saponara serve circa 85mila persone tra Acilia e zone limitrofe, ha una pedonabilità di 355 clienti al giorno e 600 nei periodi di scadenza e pagamento pensioni: «Le operazioni più richieste – racconta il Dup **Emiliano Di Vilio** – riguardano i servizi finanziari, con il 44%, a seguire il servizio postale, i bollettini, le aperture di Postepay e le inesitate». Tra i motivi del successo commerciale un ruolo importante lo gioca il direttore, ad Acilia da due anni: «Credo sia importante dare l'esempio, io per primo sono spesso a sportello e in sala. L'obiettivo è far percepire al mio gruppo vicinanza e sostegno. Qui seguiamo tutti lo stesso approccio e la



I colleghi dell'ufficio postale di Acilia

stessa propensione all'aiuto del cliente». A confermarlo è **Francesca Tassinari**, OFE da tre anni ad Acilia: «Nel 2025 abbiamo chiuso 310 contratti Energy – racconta – e ad oggi siamo oltre le 100 sottoscrizioni. Il prodotto che traina – aggiunge – è la Postepay Evolution, trasversale per età ed estrazione sociale; è da queste richieste che riesco a conoscere meglio le persone ed entrare in connessione con loro. La trasparenza di Poste sulle fatture è apprezzata ma anche l'entusiasmo dell'operatore verso i prodotti è importante. Se non c'è

non viene trasmessa al cliente e viceversa, così come la stima tra colleghi, in grado di creare un incastro perfetto con la sala consulenza».

Il servizio passaporti

Con due portafogli Dinamici da 982 clienti e due Personal con 9mila clienti i consulenti gestiscono oltre 84 milioni di investimenti, 82 milioni di BFP e circa 12mila librettisti: «Gestiamo finanziariamente la vita familiare dei nostri clienti – racconta **Alessandro Fantini**, consulente dinami-

co – il patrimonio è una questione molto personale ed è necessario sviluppare rapporti di fiducia; questo porta i clienti a fidarsi dell'UP nel suo complesso». L'ufficio di Acilia ha attivato da due anni anche il servizio passaporti, al quale dedica quattro slot al giorno: «Dal 2024 a oggi – dice il collaboratore **Andrea Maffei** – ne abbiamo consegnati 510. A fornire questo servizio nell'ambito della Filiale siamo noi e l'UP di via Beethoven». (Alessandra Venzo)

Sul sito [tgposte.poste.it](https://www.tgposte.poste.it)

Dalle scarpe dei portalettere i tappeti dell'asilo PosteBimbi



Inquadra il QR Code per vedere il servizio del TG Poste

SEDE STORICA

Prati, la logistica innovativa in un palazzo storico

A Roma, all'angolo tra viale Mazzini e via Andreoli, nel quartiere Prati, c'è lo storico Palazzo di Poste risalente agli anni '30, da sempre sede del Centro distribuzione, che serve oltre 100mila abitanti e decine di istituzioni. Partito con l'avvio del decentramento degli UP della Capitale, all'interno di oltre 6mila mq, 116 risorse tra cui un direttore, due SP, un MQ e quattro capisquadra, assicurano il funzionamento di una macchina importante in una zona complessa, che comprende sei CAP tra cui la Città Giudiziaria e l'area esterna del Vaticano, oltre 13mila avvocati e 250 studi associati.

I numeri e i clienti

È una struttura antica il Palazzo delle Poste in via Andreoli, che ha attraversato e assorbito due secoli e, come Roma, si è trasformato senza perdere le sue radici. Oggi,

Il Centro di Distribuzione nel cuore di Roma serve oltre 100mila abitanti e decine di istituzioni

all'interno del CD, l'innesto di collaboratori preparati alle nuove tecnologie garantisce l'efficienza dei servizi ma l'attenzione alle risorse e l'esempio di chi dirige sono uguali a ieri, consentendo di lavorare ogni giorno oltre 6mila pezzi di posta descritta, di cui 1.900 pacchi e oltre 1.000 kg di posta indescripta. **Emiliano Di Fiore**, direttore del Centro da tre anni, con una lunga esperienza in ruoli di responsabilità, racconta come sia necessario essere "sul pezzo" e spesso anticipare. La precisione delle tempistiche



Il team del Centro di distribuzione di Roma Prati

per alcuni destinatari – come tribunali e studi legali – o il rispetto della privacy dei tanti personaggi pubblici residenti in zona, impongono procedure specifiche: «Per noi è fondamentale il rapporto con i portierati – sottolinea – dobbiamo raggiungerli quando sono aperti, questo si traduce in rigore nelle preparazioni e velocità di consegna». Per alcuni grandi clienti come la ASL Roma 1, la Rai, i Licei e alcuni studi legali il CD fornisce anche il servizio "Accettazione", ossia la presa in carico della corrispondenza da affrancare e portare a Fiumicino: «Siamo gli unici a Roma e per questi clienti un importante punto di riferimento – racconta **Giovanni Porru**, SP in servizio in

Prati dal 1990, quando il Centro era unificato e aveva 400 addetti e 230 zone di recapito – ho vissuto tanti cambiamenti e la semplificazione di molte procedure ma non abbiamo mai modificato l'attenzione a tutti i processi. In questo il supporto di **Daniela Dimengo**, MQ, e dei quattro capisquadra è fondamentale». **Marco Errico**, uno dei quattro, si occupa del parco mezzi: «Il mio compito, oltre alla manutenzione degli 81 mezzi, è la gestione del personale, dalle ferie ai permessi. Ci siamo divisi i CAP ma "insieme" è la parola giusta per descrivere il nostro lavoro». «Ho una squadra che sa lavorare e di cui sono orgoglioso», conclude il direttore. (A.V.)



REPORTAGE

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

De Santo Fabio Resp. Produzione CS Lamezia T. - Macro Area Logistica
Gurgone Daniela Resp. Qualità RAM 3 S - Macro Area Logistica

I nostri colleghi nella terra dell'Aglianico e di Stellantis

Così l'ufficio postale di Melfi si è scoperto multiculturale

Gli sportelli sono frequentati da numerosi lavoratori stranieri, impiegati nelle imprese locali: «Per comunicare usavamo Google Translate, ma ormai ci conosciamo così bene che riusciamo a superare insieme le difficoltà legate alla lingua», racconta Michela, veterana degli OSP



di **Francesca Turco**

Dominata dall'imponente Castello Normanno, Melfi, in provincia di Potenza, coniuga una storia millenaria con un tessuto economico dinamico. Negli ultimi decenni lo sviluppo produttivo della zona è stato trainato dal polo industriale Stellantis, insieme al settore agricolo e soprattutto vitivinicolo, legato alla produzione dell'Aglianico del Vulture, eccellenza del territorio lucano. Nella parte più antica e medievale della città opera l'ufficio postale principale che, «con un patrimonio complessivo di circa 189 milioni di euro e 9.428 clienti, nel 2025 ha ottenuto risultati molto positivi nei comparti del risparmio e della protezione», spiega la neodirettrice **Teresa Straface**. Nonostante la presenza di numerosi istituti bancari e finanziari nelle vicinanze, la sede riesce anche «a raggiungere costantemente gli obiettivi dei finanziamenti, in particolare delle cessioni del quinto».

Le difficoltà della lingua

Sono undici i colleghi, organizzati su doppio



La squadra dell'ufficio postale di Melfi

turno, che operano in questa sede ad alta pedonabilità, frequentata non solo dai residenti ma anche da numerosi lavoratori stranieri impiegati nelle imprese locali. Una presenza che trasforma l'ufficio postale anche in un punto di incontro tra culture diverse. «All'inizio per comunicare usavamo Google

Translate - racconta divertita **Michela Accella**, OSP veterana con 14 anni di servizio in questo ufficio - ma ormai ci conosciamo così bene che, tra una risata e l'altra, riusciamo a capirci e a superare insieme le difficoltà legate alla lingua». Rispetto all'ufficio Melfi 1, operativo su monoturno nella zona più nuo-

va e residenziale della città, la sede di Largo Abele Mancini accoglie fisiologicamente una clientela di età media più alta: «Un target dal profilo molto prudente, orientato soprattutto al risparmio e agli investimenti sicuri - spiega la SCF **Martina Pugliese** - i buoni fruttiferi restano il prodotto più richiesto dai nonni che vogliono pensare anche al futuro dei nipoti».

Supporto completo

Per l'attivazione di contratti Poste Energia, SIM o Fibra, nell'ufficio è disponibile anche un Punto Poste Casa&Famiglia che offre un supporto trasversale e completo ai clienti. «Aiutiamo soprattutto i meno giovani a prendere confidenza con i servizi digitali: spieghiamo loro come prenotare il proprio turno allo sportello direttamente dall'app per ridurre i tempi di attesa», racconta l'OFE **Angela Lanza**. Grande attenzione è dedicata alla qualità del servizio: nel mese di gennaio tutti gli indicatori di qualità erogata erano già stati portati in verde, a testimonianza dell'impegno quotidiano del team nel garantire efficienza e soddisfazione alla clientela.

IN PUGLIA

Dal CD di Fasano escono 350 pacchi al giorno

Il centro gestisce i volumi che arrivano da Bari e Ostuni per distribuirli tra masserie e località turistiche

Organizzazione, esperienza e spirito di squadra guidano ogni giorno il lavoro del Centro di Distribuzione di Fasano, che serve i circa 40.000 abitanti della città in provincia di Brindisi e delle sue frazioni di Pezze di Greco, Montalbano, Pozzo Faceto, Savellettri e Selva di Fasano, oltre agli 11.000 residenti del vicino comune di Cisternino. Il territorio è suddiviso in 12 zone di recapito distribuite su un'area vasta e articolata che, dai centri urbani e residenziali, si estende tra campagne e masserie fino alle località turistiche della costa.

Conoscere le persone

Dal 2023 la responsabilità del Centro è affidata a **Enza Zupo**, che coordina le attività di 21 colleghi, organizzati su quattro turni di lavoro. «Ogni mattina riceviamo la corrispondenza lavorata dal CS di Bari e ripartita dal CL di Ostuni già per zona di recapito e procediamo all'accertamento e all'accettazione presso il nostro centro. Gestiamo quotidianamente volumi consistenti: fino a 100 kg di posta indescritta, circa 350 pezzi di posta registrata e fino a 350 pacchi, numeri che aumentano nei periodi festivi e durante la stagione estiva», spiega Enza.



I colleghi del Centro di distribuzione di Fasano

Se le dotazioni tecnologiche più moderne velocizzano l'operatività in ogni fase del servizio, il parco di 21 mezzi, tra motocicli, Fiat Doblò e Fiat Panda, consente di raggiungere con puntualità anche le aree più articolate del territorio. È così per **Franческа Ruggero**, applicata a Cisternino: «Da circa sette anni sono titolare della mia zona, che comprende anche diverse strade di campagna sterrate ma con il tempo ho imparato a conoscere bene le persone e la loro quotidianità. Se serve non è un problema trovare il modo di venirci incontro».

La collaborazione con le reti terze

Giovanni Vannella ha scelto invece la linea business: «Non avere una zona circoscritta mi porta a muovermi su tutto il territorio. Nelle frazioni, tra toponomastica carente e citofoni senza nome, orientarsi non è sempre semplice, ma proprio nei piccoli centri si crea un rapporto diretto con le persone. È la parte che mi piace di più di questo lavoro». Altro tassello importante del servizio riguarda anche la sinergia con gli UP e con i grandi clienti,

Battipaglia



Luigi Messano, portalelettere del CD di Battipaglia, è diventato donatore nel 1999 all'ospedale Ruggi di Salerno e da allora non ha più smesso. Iscritto all'associazione VOSS (Volontari Ospedalieri Sangue Salerno), ha ricevuto la medaglia d'oro per le 50 donazioni.

come spiega **Leonardo Zizzi**, linea mercato da due anni nel CD di Fasano: «Una parte importante del lavoro riguarda i collegamenti con uffici postali e grandi utenti: consegniamo i dispacci, ritiriamo posta e pacchi accettati allo sportello e svuotiamo le cassette di impostazione. Fondamentale anche la collaborazione con la rete dei tabaccai, sempre più utilizzata per consegne e ritiri, soprattutto con la crescita dell'e-commerce trainata da piattaforme come Vinted, molto diffusa in questa zona». (F.T.)

REPORTAGE

I risultati dell'ufficio postale dell'hub delle Eolie, guidato dal Dup Massimiliano Pancaldo

Lipari è l'isola "top" del risparmio con 6 milioni di euro di raccolta



di **Mariangela Bruno**

L'ufficio postale di Lipari rappresenta l'hub strategico del bacino delle Isole Eolie, svolgendo una funzione centrale di coordinamento e gestione operativa di altri 10 uffici distribuiti sulle 7 isole dell'arcipelago. La sua missione principale non è solo organizzativa, ma fortemente territoriale e sociale: garantire quotidianamente l'apertura e il funzionamento dei presidi periferici, armonizzando la programmazione delle attività con le condizioni meteo-marine, che rappresentano il principale fattore critico per la mobilità interinsulare.

Un capitano al timone

Coordinare personale e comunicazioni in un contesto geografico frammentato significa assicurare continuità del servizio anche a chi risiede nelle isole minori, spesso più esposte a limitazioni nei collegamenti. Il Dup **Massimiliano Pancaldo** gestisce quotidianamente questo scenario complesso: «Per comprendere davvero la difficoltà e il sacrificio quotidiano di ogni persona che lavora nel nostro Ufficio, basta considerare che da Lipari, per raggiungere le isole minori delle Eolie, si possono impiegare anche quasi due ore di navigazione, in condizioni meteo favorevoli». Le sue parole sono quelle di un capitano con ben salde le mani sul timone. «Quando le condizioni meteo-marine peggiorano, i tempi si allungano, le corse possono subire ritardi o cancellazioni e l'organizzazione deve essere riprogrammata in tempo reale. Ogni giorno, oltre alla quotidiana gestione dell'ufficio postale comune a tanti uffici noi dobbiamo fare i conti con il nostro mare».



Il team dell'ufficio postale di Lipari

I risultati commerciali

Nonostante la complessità organizzativa che caratterizza il coordinamento del bacino delle Isole Eolie, l'ufficio di Lipari ha conseguito nel 2025 risultati commerciali particolarmente incoraggianti, seppur non ancora certificati e quindi potenzialmente soggetti a variazione: entrambi gli obiettivi del Credito sono stati pienamente raggiunti, sia per la cessione del quinto sia per i prestiti personali, superando complessivamente il milione di euro di erogato; overperformance del 20% per la raccolta netta a risparmio. Le 100 sim e i 37 contratti PM Casa hanno fatto raggiungere l'obiettivo, come pure i 6 milioni della raccolta netta e lorda investimenti che fanno superare le attese

degli obiettivi. I dati assumono un valore ancora più significativo se letti nel contesto territoriale: dietro l'apertura quotidiana di ogni ufficio sulle isole minori non c'è solo un'attività amministrativa, ma un impegno logistico e personale significativo. In un contesto insulare articolato come quello eoliano, la performance dell'ufficio di Lipari rappresenta un esempio concreto di come impegno, coordinamento e presenza costante possano tradursi in crescita e sviluppo sostenibile. **Massimiliano Zino**, operatore di sportello, racconta: «Le difficili condizioni meteo mettono a dura prova l'operatività degli uffici periferici nelle isole minori. Il tempo può cambiare in modo imprevedibile e la navigazione ne risente.

I 100mila pacchi del CD di Milazzo e dei suoi due PDD



Il lavoro di **Stefano Cartillone** profuma di mare nel CD di cui è responsabile. Siano a Milazzo, ponte con le isole Eolie e con le loro coste incantevoli. Stefano racconta il suo lavoro e guarda la baia del Tono e tutti i tramonti indimenticabili di questo paradiso naturale: «Milazzo, compresi i PDD di Lipari e Malfa, ha 23 portalettere che vanno a coprire tutto il territorio di Milazzo e tutte le Eolie. Il lavoro è tanto e i numeri raccontano bene la mole di volumi che in un anno viene gestita complessivamente: nel 2025 i volumi della posta descritta nei PDD di Lipari e Malfa sono stati 18.638 e 5.150, mentre il CD di Milazzo ha lavorato 53.725 pezzi. Per quel che riguarda i pacchi siamo orgogliosi delle quantità lavorate nei nostri uffici: a Lipari 44.713, 15.850 a Malfa e ben 47.988 nel CD di Milazzo».

SEDE STORICA

La consulenza immersa nell'arte: il patrimonio di Palermo Centro

Quando si arriva davanti all'ufficio postale di Palermo Centro l'imponente colonnato con l'antica scritta Poste e Telegrafi racconta già tutta la peculiarità e la bellezza del luogo. Siamo nel cuore della città, in uno dei più importanti palazzi storici, costruito nel 1934, sede di un piccolo museo di ispirazione futurista grazie all'esposizione delle tele di Benedetta Cappa Marinetti. Il Dup **Salvatore Conciauro** spiega: «Lavorare in Poste è già un privilegio ma avere la possibilità di abitare gli spazi dell'edificio storico di Via Roma costituisce per la squadra un motivo di vanto. Siamo eredi dei tanti colleghi e colleghe che da quasi cento anni hanno lavorato qui e siamo consapevoli che la popolazione cittadina trova in noi un punto di riferimento». Il Dup ha iniziato la sua carriera proprio in questo ufficio come operatore di sportello e oggi in qualità di Responsabile gestisce un patrimonio - secondo i dati estrapolati dai cruscotti aziendali, ancora



La squadra dell'ufficio postale di Palermo Centro

non certificati e dunque potenzialmente soggetti a variazione - pari a 183 milioni, che vede l'ufficio fra i primi tre della Filiale di Palermo 1. Con lui una squadra di 20 persone tra back office e front end, quattro consulenti, due OFE, un multilingue e un OSP filatelico. «Dietro ogni numero positivo c'è un attento lavoro di pianificazione e di cura dei bisogni della clientela - afferma **Daniele Piazza**, operatore front end - tra i nostri risultati più soddisfacenti abbiamo fino ad oggi realizzato 45 SIM, 25 PM Casa, 60 conti aperti e più di 210 Postepay Evolution». Lo sportello amico è un punto di riferimento per le tante persone straniere che trovano a Palermo centro un aiuto concreto grazie anche all'operatore multilingue e alla cortesia e professionalità di tutta la squadra. «Anche la Filatelia è una nostra eccellenza», spiega **Antonio Alfano**, operatore allo Sportello filatelico che ogni giorno segue e indirizza i "suoi" clienti. (M.B.)

WELFARE

Riparte Poste Mondo Welfare: nuove opportunità per valorizzare il nostro benessere

Il programma per la conversione del Premio di Risultato in beni e servizi di welfare è attivo anche quest'anno, tramite l'accesso alla piattaforma aziendale dedicata, per il personale dipendente di Poste Italiane e delle Società del Gruppo aderenti



di **Angelo Lombardi**

Dare più valore al proprio impegno, aumentando concretamente il proprio Premio di Risultato per trasformarlo in opportunità per sé e la propria famiglia. Sono questi gli obiettivi del programma Poste Mondo Welfare, che di anno in anno registra livelli di soddisfazione in crescita tra i dipendenti. Il programma per la conversione del Premio di Risultato in beni e servizi di welfare è attivo anche quest'anno tramite l'accesso alla piattaforma aziendale dedicata, per il personale dipendente di Poste e delle Società del Gruppo aderenti. Una scelta consapevole che genera benessere personale e familiare nel tempo.



Accedi tramite la intranet o l'App NoidiPoste e partecipa a Poste Mondo Welfare per scoprire i vantaggi dedicati a te e alla tua famiglia

Tutte le opportunità

Il programma Poste Mondo Welfare, a cui nell'ultima edizione hanno partecipato circa 50.000 colleghi (+22%), offre un'ampia gamma di beni e servizi compresi nel catalogo welfare, suddivisi anche in base alle modalità di fruizione: fruizione diretta di servizi e prestazioni sanitarie e socio-assistenziali, di attività sportive, nonché di attività culturali e relative al tempo libero, tra cui viaggi e va-

canze; numerose opportunità connesse alle esigenze di vita quotidiana o ricorrenti, quale spesa alimentare, e-commerce, benzina, abbigliamento e altro; rimborsi di spese scolastiche per i familiari, socio-assistenziali per familiari anziani o non autosufficienti, trasporto pubblico, nonché rimborsi delle bollette per utenze domestiche, degli interessi passivi di mutuo e delle spese per locazione; versamenti aggiuntivi

alla previdenza complementare e al fondo sanitario integrativo aziendale per la fruizione dei pacchetti previsti.

I vantaggi

Confermato l'impianto dei crediti welfare aggiuntivi previsti per il programma di welfare, oltre ai vantaggi connessi alla detassazione e decontribuzione del Premio di Risultato convertito in welfare rispetto alla sua liquidazione cash in busta paga, con importi pari allo scorso anno, che variano in base alla percentuale di conversione e fruizione del Premio, sulla base di tre soglie di accesso così suddivise: 10-40% credito welfare aggiuntivo, pari a 100 euro; 50-80% credito welfare aggiuntivo, pari a 300 euro; 90-100% credito welfare aggiuntivo, pari a 600 euro. Per l'edizione 2026 è confermato, anche, l'innalzamento del limite annuo fringe benefit da 258,23 euro a 1.000 euro per tutti, e fino a 2.000 euro per i dipendenti con figli a carico, limite da considerare per le tipologie di beni e servizi welfare che, in

base alla normativa vigente, rientrano in questa area, ben identificata in piattaforma.

Il regolamento

Anche quest'anno, la conversione in welfare del Premio di Risultato potrà essere ulteriormente valorizzata grazie all'integrazione delle principali convenzioni PosteXTe nella piattaforma, facilmente individuabili, e alla possibilità di suggerire nuovi fornitori da sottoporre a valutazione secondo le regole e le procedure aziendali. La fase di adesione al programma si concluderà il 7 giugno prossimo e si potrà procedere con la fruizione del conto welfare dal 26 giugno fino al 20 novembre. L'eventuale Premio di Risultato non fruito presente al termine dell'iniziativa, e dopo il 20 novembre 2026, sarà liquidato (al netto del credito welfare aggiuntivo residuo) con le competenze retributive del mese di dicembre 2026 e sottoposto alla tassazione agevolata vigente del Premio di Risultato. Per richieste di assistenza è sempre attivo il contact center per il programma Poste Mondo Welfare al numero 06.4526.2645 dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 18.00, e il sabato dalle 9.00 alle 13.00, esclusi i festivi. È inoltre possibile utilizzare per le richieste di chiarimento anche l'indirizzo mail assistenza.welfare@posteitaliane.it.

QUARTA EDIZIONE

INSIEME cambia "volto" nel segno delle 3P: Purpose, People e Platform

È partita la quarta edizione di INSIEME, l'iniziativa aperta a tutte le persone del Gruppo, per raccogliere idee innovative a supporto della strategia aziendale. Ciascuno può partecipare proponendo un'idea oppure mettendo a disposizione le proprie competenze per contribuire alla crescita e al futuro dell'azienda. Ad oggi sono più di 2.400 le idee raccolte e circa 10.000 le partecipazioni al programma. Quest'anno alcune novità puntano a rendere INSIEME ancora più efficace e inclusivo per generare sempre più valore. Gli ambiti su cui poter proporre idee trovano una sintesi nelle 3 P di Purpose, People, Platform, tre dimensioni chiave che guidano l'evoluzione dell'azienda. Inoltre, le proposte potranno entrare nel percorso rispondendo a specifiche challenge che riflettono le priorità strategiche su cui focalizzare l'innovazione, con l'obiettivo di sviluppare soluzioni concrete e immediatamente rilevanti per il business e la



Inquadra il QR Code per visitare la pagina dell'iniziativa

strategia. Come per le scorse edizioni, il programma prevede l'utilizzo di una piattaforma interna, accessibile dalla intranet NoidiPoste e un funnel di processo in vari step che vanno dalla raccolta di idee e contributi, alla progressiva selezione. I team finalisti entreranno in una fase di incubazione delle idee tipica delle start up, per realizzare un prototipo da presentare al top management nel corso di un evento. In veste di Ambassador dell'iniziativa, sono attivi su tutto il territorio circa 1.600 colleghi: il loro compito è quello di coinvolgere, orientare e supportare i partecipanti all'iniziativa. In questa edizione verranno rafforzati i momenti di supporto per lo sviluppo delle soluzioni e quelli di valutazione delle idee, introdotti strumenti per facilitare la composizione dei team. Anche quest'anno saranno presenti sponsor, referenti e portatori di competenze che accompagneranno i team in modo continuo e mirato.

Postenews
il giornale del Gruppo Poste Italiane

DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO

DIRETTORE COMUNICAZIONE
PAOLO IAMMATTEO

DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPORALE

REDAZIONE
RICCARDO PAOLO BABBI
MARIANGELA BRUNO

MANUELA DEMARCO
CARLA FALCONI
ANGELO LOMBARDI
BARBARA PERVERSI
ERNESTO TACCONE
FRANCESCA TURCO
ALESSANDRA VENZO

GRAFICA ED EDITING
AGENZIA
GIORNALISTICA
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI
ARCHIVIO STORICO
DI POSTE ITALIANE
9COLONNE
ANSA
IStock

HANNO COLLABORATO
FILIPPO CAVALLARO
MARCELLO LARDO
ISABELLA LIBERATORI
PAOLO PAGLIARO

PIERANGELO SAPEGNO

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

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



CHIUSO IN REDAZIONE IL 28 APRILE 2026



COME NASCE
POSTENEWS



CONSULTA
L'ARCHIVIO
DIGITALE DI
POSTENEWS

PER I DIPENDENTI: SE NON DESIDERI PIÙ RICEVERE IL MAGAZINE POSTENEWS, PUOI EFFETTUARE UNA RICHIESTA INVIANDO UNA EMAIL ALL'INDIRIZZO REDAZIONEPOSTENEWS@POSTEITALIANE.IT È NECESSARIO ALLEGARE LA COPIA DI UN DOCUMENTO D'IDENTITÀ INDICANDO L'INDIRIZZO AL QUALE ARRIVA IL MAGAZINE E IL NOME DELLA SOCIETÀ DOVE SI PRESTA SERVIZIO.

PER I PENSIONATI: SE NON DESIDERI PIÙ RICEVERE IL MAGAZINE POSTENEWS, PUOI EFFETTUARE UNA RICHIESTA INVIANDO UNA EMAIL ALL'INDIRIZZO PENSIONATI@POSTEITALIANE.IT INDICANDO NOME, COGNOME E CODICE FISCALE

tutto per noi



POSTE MONDO WELFARE. 50.000 VOLTE VICINO, CONCRETO, CONVENIENTE.

In 50.000 abbiamo scelto Poste Mondo Welfare. Il nostro welfare cresce con noi e per noi.
E anche quest'anno cresce nei vantaggi e nell'offerta.
Una risposta concreta e reale alle nostre esigenze di ogni giorno. **È un Welfare fatto di NOI.**

postemondowelfare
La scelta che ti premia.

NoidiPoste



Scopri di più sulla intranet
e sull'app NoidiPoste.

