

**Poste entra nel mercato dell'Energia
per gli italiani luce e gas 100% green**

Il nostro brand vale

**6,8
MILIARDI**

**Il marchio Poste ai vertici delle classifiche mondiali:
l'impegno di ogni dipendente può contribuire alla crescita
e allo sviluppo del brand. Ecco la nostra Agenda del Futuro**



BRUNO VESPA

«Senza Poste
non si vive»

Intervista al giornalista
per i nostri 160 anni



I NOSTRI PENSIONATI

«I pacchi li portavo con l'asino»
la vita del centenario postale

Agostino, a 103 anni, racconta
delle consegne di un tempo



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

LA NOSTRA AGENDA DEL FUTURO

Il mercato richiede di adeguarsi a determinati trend di cambiamento. L'Ad indica la rotta

Del Fante: «Digitale, presenza, energia: ecco qual è il nostro piano di sviluppo»

L'Amministratore Delegato di Poste Italiane, nell'incontro di Roma con i dipendenti per celebrare i 160 anni dell'Azienda, ha parlato delle sfide che ci attendono, rimarcando i successi ottenuti negli ultimi anni grazie alla diversificazione del business

Cosa c'è nell'agenda del futuro di Poste Italiane? È la domanda che si pone il vertice, che si pongono i dipendenti e, in buona parte, il Paese. I difficili anni che abbiamo affrontato hanno cambiato la percezione di Poste nei cittadini e questo è avvenuto perché il Gruppo – oltre a mettersi al servizio del Paese – ha saputo ascoltare la clientela. E ha saputo innovare, forte dei suoi 160 anni di storia. Concetti importanti e significativi, ribaditi durante la celebrazione dell'anniversario dell'azienda, all'Auditorium della Conciliazione di Roma, nello scorso mese di maggio. L'evento è divenuto anche l'occasione per cementare l'unione tra Poste e i suoi dipendenti. Il tutto attraverso la totale condivisione delle linee strategiche e di sviluppo del gruppo: «Siamo un'azienda che opera sul mercato e che ne osserva, ne vive e ne influenza i trend – ha sottolineato nel corso del suo intervento Matteo Del Fante, Amministratore Delegato di Poste Italiane – e la prima cosa che facciamo è quella di comprendere in che direzione si muovono le esigenze dei nostri clienti. Negli ultimi cinque anni, hanno ordinato, consumato e ricevuto a casa il 17% di pacchi dell'e-commerce. I ricavi aggregati della nostra azienda sono cresciuti dell'1,2% ogni anno, e vi è stata una crescita importante anche nel mondo dei pagamenti, così come in quello assicurativo. I servizi finanziari sono rimasti sostanzialmente stabili, mentre posta e bollettini sono diminuiti considerevolmente». Commentando questi dati, l'Amministratore Delegato ha sottolineato come l'azienda, dal 2016, abbia considerevolmente modificato la propria strategia: «Fino a qualche tempo fa – ha dichiarato Del Fante – i principali servizi che erogavamo erano quelli di posta, bollettini e risparmio postale. Questi tre prodotti, oggi, occupano l'ultimo posto nella classifica di quelli che eroghiamo. Dunque, l'indicazione che arriva dai nostri clienti è che, se noi rimaniamo esclusivamente sui nostri prodotti storici, purtroppo subiamo una riduzione». Il messaggio che l'AD Del Fante ha inteso lanciare è stato dunque molto chiaro: quando Poste decide di rea-



Matteo Del Fante, Amministratore Delegato di Poste Italiane

lizzare un prodotto, lo fa perché le esigenze dei clienti vanno esattamente in quella direzione.

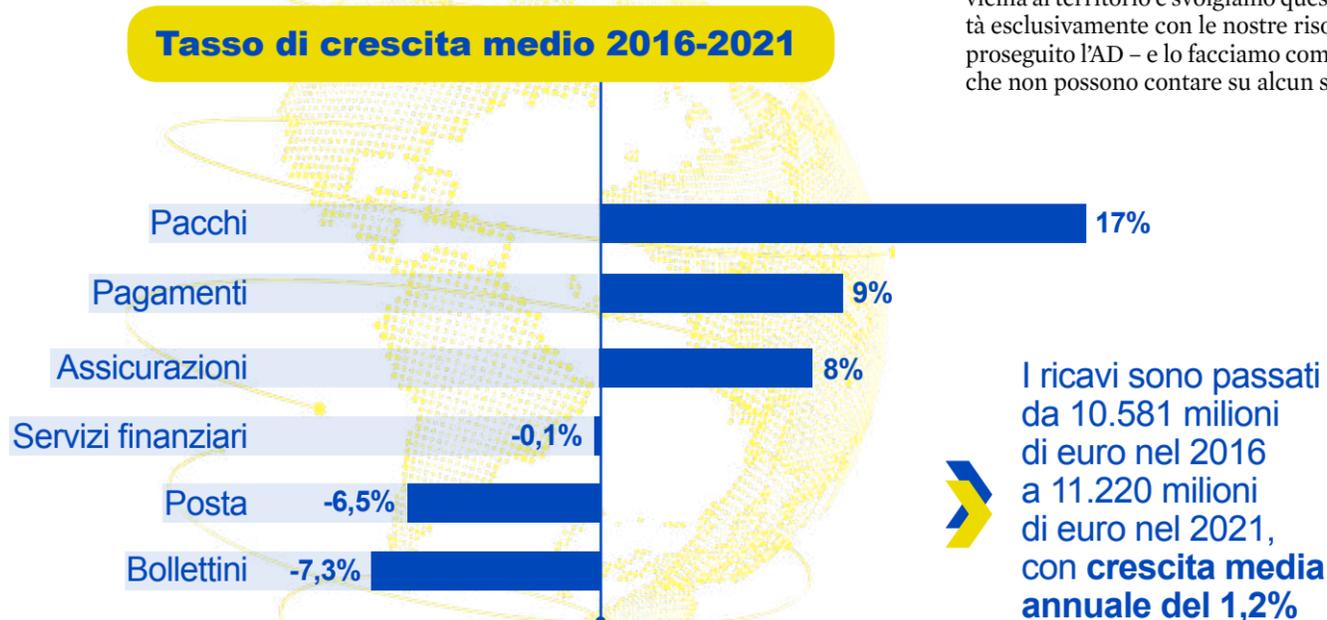
L'importanza di diversificare

Da qui l'esigenza, per Poste, di diversificare il più possibile la propria offerta: «Abbiamo bisogno di rendere più ricca e dinamica la nostra offerta – ha spiegato Del Fante – a differenza di altre aziende, che possono anche non avere questa impellenza. Noi, infatti, dobbiamo considerarci una realtà che agisce sempre più sul mercato. Anzi, se volessimo fare proprio i puristi analitici, siamo al 102% sul mercato. Noi dobbiamo compensare con le altre attività il parziale mancato storno del servizio universale. Quindi, non solo ci sono dei trend di cambiamento di cui la nostra azienda deve tener conto, ma lo deve fare anche perché è il mercato a richiederlo».

Un'azienda che si sostiene da sola

L'Amministratore Delegato ha rivendicato poi con orgoglio la vera peculiarità di Poste, che la rende unica nel panorama delle aziende italiane ed europee: «Siamo un'azienda vicina al territorio e svolgiamo questa attività esclusivamente con le nostre risorse – ha proseguito l'AD – e lo facciamo come privati che non possono contare su alcun sostegno».

COME SONO CAMBIATI I RICAVI DAL 2016



DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO
DIRETTORE COMUNICAZIONE
PAOLO IAMMATTEO
DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPORALE
REDAZIONE
ENRICO CELANI
RICCARDO PAOLO BABBI
MARIANGELA BRUNO
MANUELA DEMARCO
ANGELO LOMBARDI
BARBARA PERVERSI

ERNESTO TACCONE
FRANCESCA TURCO

GRAFICA ED EDITING
AGENZIA
GIORNALISTICA
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI
ARCHIVIO STORICO
DI POSTE ITALIANE
MARCO MASTROIANNI
9COLONNE

ANSA
iSTOCK

HANNO COLLABORATO
A QUESTO NUMERO
FILIPPO CAVALLARO
CONCETTA GELARDI
MARCELLO LARDO
PAOLO PAGLIARO
SILVIA PARADISI
SIMONE SANTI
LUISA SAGRIPANTI
PIERANGELO SAPEGNO

LUCA TELESE

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

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



Crescere sostenibili.
Per un 2030 carbon neutral

CHIUSO IN REDAZIONE IL 21 GIUGNO 2022

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

POSTE ITALIANE OGGI: UNA PIATTAFORMA DISTRIBUTIVA E DI INTERAZIONE OMNICANALE IMPAREGGIABILE

CANALI DIGITALI POSTE



Interazioni giornaliere¹

c.20M Di cui più del **60%** da canali remoti



1. Dati a febbraio 2022 2. Inclusi 10k recapitisti terzi. 3. Di cui 40K con almeno un servizio di Poste Italiane attivo; include il network LIS

Credo che anche per il Governo, il fatto che esista un'azienda come la nostra che opera facendo leva sulle proprie risorse, rappresenti un fattore positivo». «Durante la pandemia - ha aggiunto nel suo discorso il manager di Poste Italiane - abbiamo avuto un crollo dei volumi postali ma non ci siamo comportati come, ad esempio, hanno fatto le poste francesi, che hanno richiesto un assegno di 550 milioni di euro al governo nazionale per far fronte al crollo dei volumi. Poste Italiane non ha scelto questa strategia: noi non abbiamo chiesto nulla e abbiamo gestito tutto da soli. Tutto ciò rappresenta senza dubbio un messaggio importante, che è anche fonte di grande orgoglio».

Il punto di contatto per i cittadini

Le sfide sono tante per il futuro, ma Poste ha la consapevolezza di essere uno dei fondamenti del Sistema Paese: «Noi oggi vogliamo essere una piattaforma, un punto di contatto con i cittadini che hanno delle esi-

genze: pagare una bolletta, fare un bonifico, ricevere un pacco, fare una piccola operazione di investimento - ha chiarito Del Fante - e vogliamo che la nostra azienda sia pronta a rispondere a tutte queste esigenze. E possiamo riuscire nell'intento perché abbiamo una struttura fisica che oggi non è confrontabile con nessun'altra articolazione del Paese». Come si diceva, al centro dell'universo di Poste vi sono sempre le persone: «Poste è un'azienda che va avanti anche grazie all'impagabile contributo dei portalettere, degli sportellisti e di tutti coloro che vi lavorano - ha sottolineato l'Amministratore Delegato - i quali, in questi difficili anni segnati dalla pandemia, hanno fatto uno sforzo incredibile. Oggi, in Italia, ci sono 13.000 uffici postali. Le prime due banche italiane hanno previsto, come piano per il 2024, una presenza di 2.800 filiali bancarie. Già questo dato serve a spiegare l'eccezionalità di Poste».

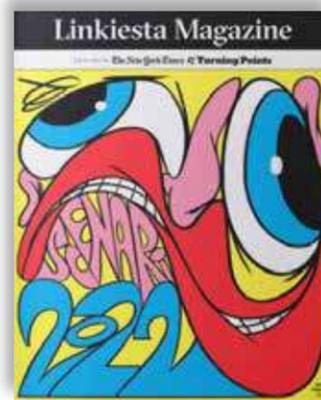
SEGUE A PAGINA 4

IL COMMENTO

«La nostra identità personale, quando diventa collettiva, può cambiare il mondo»

L'intervento dell'AD Del Fante su un paper edito in collaborazione con il New York Times

«Quando Mario Draghi, nel suo famoso discorso a Londra, nel luglio del 2012, pronunciò la famosa frase "Whatever it takes", chiosò con un "And, believe me. It will be enough". Credetemi, disse, sarà abbastanza. Quella seconda parte, probabilmente, ha acquistato per me molto più valore della prima, soprattutto risentendola in questi giorni, mentre ancora, con pazienza, attraversiamo un'altra fase della pandemia». Inizia così un articolo dedicato al valore dell'identità e firmato dall'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, per i lettori de Linkiesta Magazine e di Turning Points del New York Times.



La copertina del numero di Linkiesta Magazine

Identità come presenza digitale

La pandemia ha accelerato anche altri aspetti della nostra identità: la crescita più che esponenziale dello Spid, fino a oltre 25 milioni di italiani, il lancio di strumenti come il Green pass e il Passenger Locator Form per i viaggiatori, il lancio di piattaforme per il controllo dei casi e delle vaccinazioni. «Di fatto, il futuro della nostra identità, come riferimento amministrativo e relazionale con il sistema dei pagamenti e commerciale, passa dalla creazione di un profilo digitale, sempre più connesso ad altri servizi», sottolinea Del

Fante. «E, se crediamo che lo sviluppo tecnologico ci farà sempre di più gestire ogni cosa attraverso software e robot, non è altro che un bene - aggiunge Del Fante - La standardizzazione delle informazioni ne permettono una gestione migliore e, con l'avvento delle blockchain, la creazione di una identità digitale è il primo mattone per la tokenizzazione o la creazione di codici unici che riguardano non solo i bitcoin ma ogni asset e soggetto che può essere codificato. E l'identità digitale diventa il token, la chiave di accesso alle piattaforme sempre più complesse e omnicomprehensive».

Un nuovo senso di identità

Secondo Del Fante, il "Believe me, it will be enough" pronunciato da Draghi «è l'affermazione di un senso di identità, il ribadire che quello che siamo e facciamo è abbastanza, se la matrice valoriale è eticamente corretta, per risolvere i problemi. E per cambiare le cose». L'Ad di Poste ricorda a questo proposito i periodi più duri della pandemia, in cui «l'isolamento del lockdown ci ha messi di fronte a una vita di ripetizione e di quarantene, un mondo sospeso ma, in fondo, un momento in cui abbiamo dovuto rivedere quello che siamo e che vogliamo». Un periodo in cui negli Stati Uniti è emerso il fenomeno della Great Resignation o Big Quit, «dimissioni in massa di dimensioni talmente ingenti da essere registrate nelle statistiche del lavoro statunitensi», ricorda Del Fante. «Il fermo biologico delle quarantene ha creato un senso nuovo di identità. E un nuovo insieme di desideri e di priorità. Ed è questo tema - dell'identità, da un lato come appartenenza a una avventura collettiva, dall'altro come valore riconquistato di fare le proprie scelte - il "sarà abbastanza": troveremo assieme come sbrogliare la matassa. Sono temi fondamentali per il prossimo anno, se non per tutto questo decennio».

Identità come mattone della sostenibilità

Del Fante conclude ricordando l'eredità lasciata dalla pandemia: in questi mesi, abbiamo imparato che «quello che facciamo conta». «I nostri comportamenti personali hanno un notevole impatto sull'ambiente circostante. Se riusciremo, in questo spazio della nostra nuova identità fisico-digitale, a sapere qualcosa di più di noi stessi, o delle organizzazioni per cui lavoriamo, probabilmente potremo essere noi stessi un mattone chiave anche della transizione ecologica e climatica». Secondo l'Amministratore Delegato di Poste Italiane, «la nostra identità personale, quando diventa collettiva, può cambiare il mondo. Il fatto che le nuove generazioni ci diano sempre più feedback sui nostri comportamenti (e chi ha figli in età adolescenziale sa di cosa parlo...) ci permette di aggiustare il nostro senso di identità e di presenza nel mondo, adattandoci a una specie di identità universale che tende al meglio. E questo, spero, sarà, se non abbastanza, molto. Anche - conclude - per ricostruire quel senso di fiducia e di empatia di cui abbiamo tutti bisogno mentre entriamo in un periodo di grandi trasformazioni».



la nostra agenda del futuro

Il portalettere è stato pubblicamente applaudito dall'AD

«Ho consegnato anche il pane per aiutare la gente»

Domenico Polverino, salernitano, lavora nel Bergamasco e nel periodo più difficile della pandemia non ha esitato, supportato dai suoi responsabili, a rendersi utile

Durante tutto il periodo di emergenza sanitaria da Covid-19, in uno dei territori maggiormente colpiti dalla pandemia, si è fatto carico di portare a casa dei suoi compaesani anche il pane e un sorriso, oltre alla corrispondenza da recapitare. È Domenico Polverino, il nostro collega portalettere che l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante ha voluto pubblicamente ringraziare nel corso della celebrazione dei 160 anni con i dipendenti all'Auditorium Conciliazione di Roma. Nato nel 1968 a Salerno, Polverino dopo alcuni mesi con contratto a tempo determinato è stato assunto stabilmente in Poste Italiane nel 1998 e si è poi trasferito a Bergamo, precisamente a Calcinate nel Centro Distribuzione di Romano di Lombardia della RAM che si occupa del recapito nelle provincie di Bergamo e Mantova.

«Il mio postino»

«Quotidianamente svolgo la mansione di portalettere che per me significa molto - spiega Polverino - significa soprattutto incontrare le persone, starci a contatto e condividere gioie e dolori. Mi chiamano "ol me pusti" in bergamasco (il mio postino, ndr). Se posso, offro volentieri una parola di conforto, oppure semplicemente faccio una breve chiacchierata con due risate, per capire le loro esigenze e anche perché devo recapitare la corrispondenza. Al rientro in ufficio a fine "gita", ci scambiamo idee e confidenze con i colleghi, poi con il responsabile del Centro Distribuzione, Edmondo Albanese, ci confrontiamo sul lavoro fatto e programiamo quello da fare l'indomani».

Un modo per tornare uniti

Ma come e quando è nata l'idea di portare anche il pane? «Durante la pandemia la giornata scorreva in modo del tutto nuovo e inaspettato - ricorda ancora Domenico - non potendo più incontrare le persone ci si doveva limitare a recapitare la poca corrispondenza e salutare con un cenno a distanza. Il contatto era la cosa che mancava di più, quindi portare il pane è stato un modo per tornare ad avvicinare le persone con il cuore. Facendo un gesto semplice,



Edmondo Albanese, Domenico Polverino e Maria Luisa Roggeri

ma in quel momento molto utile, sia al panettiere che alle persone e soprattutto a me, a cui iniziare presto non è mai pesato. Mi alzavo molto presto e uscivo due ore prima di casa, potendolo fare grazie a Poste Italiane, e mi rendevo utile anche così alla mia comunità».

Il supporto dell'Azienda

Durante quel periodo non è mai mancato il supporto dei responsabili. «Li ho sempre sentiti vicini e disponibili, l'Azienda non mi ha fatto mancare niente - sottolinea Polverino - anzi, quando per la gente era difficile trovare i dispositivi di sicurezza, noi in Poste avevamo già tutto: gel, mascherine, guanti, per continuare a recapitare senza rischi. Uno dei momenti che ha significato molto per me è stato quando la responsabile RAM, Maria Luisa Roggeri, mi ha proposto di fare il caposquadra portalettere; proposta che mi ha gratificato ma che ho declinato per continuare a fare recapito. La cosa che mi rende felice ogni giorno sono i sorrisi della gente e le loro pacche sulle spalle, vedono la divisa e ti aprono la casa e il cuore. Questo lo devo alla mia Azienda, Poste Italiane».

L'EDITORIALE

Ascoltare e raccontare. In viaggio per costruire insieme il nuovo Postenews

di GIUSEPPE CAPORALE

Ascoltare e raccontare. Un buon giornale, un buon prodotto editoriale si fonda principalmente su queste due capacità, imprescindibili per comunicare nuovi orizzonti e obiettivi da raggiungere.

Ed è per questo che il vostro Postenews - che corre verso il suo sesto anno di vita - ha deciso di lanciare l'iniziativa "Il giornale che vorrei": in 15 giorni toccheremo sei tappe sul territorio nazionale per raccogliere idee e proposte per lo sviluppo e la crescita del giornale.

Dopo il periodo più buio della pandemia, appare sempre più importante riannodare i fili della relazione fisica con voi, i nostri colleghi. Una relazione che è cresciuta di anno in anno, come testimoniano le vostre mail e lettere, le storie che ci inviate, i documenti storici aziendali, il racconto del vostro lavoro e delle vostre passioni.

Così, nel nostro cantiere continuo, abbiamo scelto di aprire un periodo di ascolto sul campo, di andare sui territori e incontrare le funzioni aziendali per raccogliere proposte, idee e testimonianze per continuare a rinnovare il racconto aziendale.

Il magazine è stato pensato da questo vertice aziendale con lo scopo di raggiungere per davvero tutta la popolazione aziendale, di dialogare con ogni dipendente: di rendere ogni persona di Poste Italiane partecipe del racconto e della cultura aziendale. Per questo, Postenews ha sempre messo il dipendente al centro, con le sue esigenze, il suo lavoro, le passioni, la famiglia e il ruolo sociale, raccontando la trasformazione dell'Azienda.

Le idee che ci fornirete potranno infatti determinare un ulteriore sviluppo del nostro racconto, un nuovo capitolo. Inoltre, porteremo sul territorio l'esperienza del sito tgpote.poste.it che, partito a luglio 2020, è arrivato in breve tempo ad avere ottimi numeri di traffico (oltre un milione di pagine viste al mese) e un posizionamento di primissimo piano sui motori ricerca, diventando il cuore del racconto digital di Poste Italiane. Inizia dunque il nostro viaggio per incontrarvi, lasciando sempre aperto il dialogo costante con la nostra redazione. Chi vuole può anche scriverci a redazionepostenews@posteitaliane.it. Per costruire insieme il Postenews. ●

SEGUE DA PAGINA 3

Poi Del Fante si è rivolto direttamente alla folta platea presente in Auditorium: «La nostra storia siete voi - ha sottolineato l'AD, indicando tutti i dipendenti - che ogni giorno rappresentate la nostra azienda con professionalità e, fatemelo dire, anche con quell'umiltà che da sempre vi contraddistingue. E in tutto ciò, c'è tanto orgoglio e senso di responsabilità: due elementi che, oggi, caratterizzano Poste in modo esclusivo».

Le prossime sfide

Quindi uno sguardo ad alcuni tratti peculiari per il futuro dell'azienda: «Abbiamo realizzato i Punti Poste - ha spiegato Del Fante - e uno dei primi servizi che utilizzeremo sarà quello della prenotazione negli Uffici Postali. Oggi tanti clienti già si prenotano attraverso le nostre piattaforme online, ma la prima cosa che noi faremo sarà quella di offrire la possibilità a tutti di effettuare questa prenotazione presso il primo tabaccaio disponibile della zona. E poi vorrei sottolineare che oggi

VOCE AI CANALI DI CONTATTO CON I CLIENTI



abbiamo 20 milioni di interazioni giornaliere: dal punto di vista digitale, siamo diventati, per competenza e capillarità, il primo operatore del Paese». Del Fante è passato poi a descrivere più nel dettaglio la nuova organizzazione costruita da Poste per far fronte alle esigenze di una clientela sempre più diversificata: «La

nostra azienda ha un vertice, delle funzioni di corporate e poi ha dei prodotti, come posta e pacchi, pagamenti e telefonia, assicurazione e intermediario finanziario, rappresentato dal nostro Banco-posta - ha spiegato l'AD - Questi prodotti non fanno altro che intercettare i nostri clienti tramite delle interfacce. Tali inter-

facce vanno a realizzare ciò che noi definiamo il nostro "canale di distribuzione": abbiamo dunque per il retail il Mercato Privati e, per le imprese e la pubblica amministrazione, una funzione che è detta "Mercato Imprese e Pubblica Amministrazione". Il tutto, nella nuova organizzazione varata nel 2020, è stato accompagnato da una forte presenza della componente informatica. I sistemi informatici sono quelli che fanno da connettori a tutti i flussi che passano attraverso la nostra realtà. Questa impostazione, che viene studiata persino dai nostri concorrenti, è innovativa ed è caratterizzata da molti aspetti positivi, perché quando si collocano all'interno di un'unica funzione, la responsabilità di realizzare un nuovo prodotto e la completa gestione successiva dello stesso, significa che si sta offrendo alla clientela un servizio davvero completo». «Tutto ciò - ha concluso Del Fante tra gli applausi dei presenti - ci ha consentito di raggiungere gli ottimi risultati di cui parliamo oggi. Eccellenza che, ne sono sicuro, Poste continuerà a garantire anche nei prossimi anni».

NASCE POSTE ENERGIA

L'Amministratore Delegato ha presentato il lancio di Poste Energia sul mercato retail

Semplice, trasparente e 100% green così sarà l'offerta luce e gas di Poste

L'ingresso nel settore della vendita, che vede oltre 800 aziende attive, avverrà attraverso PostePay Spa, ha spiegato Del Fante aggiungendo: «Per i nostri clienti ci saranno condizioni interessanti». Una promozione sarà dedicata a tutti dipendenti (anche ex)

In occasione del suo 160esimo compleanno, Poste Italiane si regala una nuova sfida e, attraverso PostePay Spa, fa il suo ingresso nell'affollato e competitivo mercato dell'energia con un posizionamento innovativo e distintivo basato sui pilastri aziendali della trasparenza, della vicinanza e della sostenibilità. Un ulteriore passo verso il futuro in cui il Gruppo, puntando su risorse 100% green, si schiera in prima linea nel processo di transizione energetica del Paese anche stimolando i propri clienti a diventarne parte attiva, attraverso scelte orientate alla sostenibilità ambientale.

Le caratteristiche secondo l'Ad

«Sfatiamo un mito - ha spiegato l'Ad Matteo Del Fante, presentando il lancio di Poste Energia nell'evento del 20 maggio scorso all'Auditorium Conciliazione - il mercato per legge è diviso in quattro settori: chi produce energia, chi la trasmette con gasdotti e reti ad alta tensione e chi si occupa dell'ultimo miglio di distribuzione verso l'utenza. Infine, il quarto settore, quello della vendita, che è totalmente liberalizzata con più di 800 aziende attive. È qui che si presenta Poste Italiane: offriremo ai nostri clienti retail contratti di fornitura domestica di luce e gas». L'AD ha inoltre



L'Ad Matteo Del Fante annuncia l'ingresso di Poste nel mercato dell'energia

sottolineato quali sono diverse le caratteristiche che rendono unica l'offerta luce e gas di Poste: c'è stato un grande lavoro sulla «semplicità della bolletta» e si tratterà di «un prodotto semplice, trasparente e a condizioni interessanti da proporre ai nostri clienti».

Poste, sempre più punto di riferimento

È con queste premesse che nasce Poste Energia, l'offerta di luce e gas, basata su un approccio trasparente per aiutare il cliente nella gestione delle spese domestiche, attraverso una spesa energetica quantificabile e prevedibile, grazie a una rata fissa basata sui consumi dell'ultimo anno e senza costi nascosti. Tra i vantaggi competitivi, la possibilità di personalizzare la scadenza della fattura, la novità di trasformare in cashback i consumi previsti e non goduti e la semplicità di sottoscrizione del contratto in ufficio postale. Con questa importante novità, Poste si pone sempre di più come punto di riferimento - unico e integrato - per tutti i diversi bisogni dei cittadini, dai servizi tradizionali e storici, fino ad arrivare ai pagamenti digitali, alla telefonia fissa e mobile, alla connettività e ora anche a luce e gas.

TARANTO, NAPOLI, FIRENZE: LE TESTIMONIANZE DI TRE ESERCENTI CHE HANNO ADERITO ALLA RETE

Punto Poste, veloce e affidabile: parola dei tabaccai

Una rete di 13.000 punti attivi che consentono di ritirare e spedire pacchi e resi tutti i giorni, weekend compresi. L'affidabilità e la qualità dei servizi di Poste Italiane con la garanzia che la spedizione venga gestita da Poste stessa. Ecco perché l'Amministratore Delegato Del Fante ha parlato della rete Punto Poste nel presentare le linee strategiche per il futuro di Poste. E a dargli ragione, ci sono alcune testimonianze di tabaccai che hanno aderito e hanno voluto raccontare la loro esperienza a Postenews.

Da Taranto a Napoli

La tabaccheria di Natalino Digiacomantonio si trova a Carosino, un piccolo paese in provincia di Taranto. Natalino ci spiega che la sua è l'unica tabaccheria nel paese che offre questo servizio di cui i clienti sono molto contenti perché per loro è una vera comodità: «Quello che piace di più del servizio è la velocità, le operazioni di consegna e reso sono molto rapide e sia io che i clienti siamo contenti di non perdere tempo». A Napoli c'è Gennaro Castaldo, titolare di una



Andrea Corrado



Gennaro Castaldo



La tabaccheria di Natalino

tabaccheria storica del quartiere Vomero. Da quando ha attivato il servizio Punto Poste la clientela, già numerosa, è aumentata ancora di più: «In questa zona abitano molti impiegati, professionisti che sono fuori casa tutto il giorno per lavoro: per questo trovano comodo

poter ritirare i pacchi presso la mia tabaccheria».

La comodità di casa a Firenze

«Chi lo scopre poi lo usa sempre». Parola di Andrea Corrado, titolare di una tabaccheria presente nella zona sud di

Firenze da più di vent'anni. «Siamo stati tra i primi ad attivare il servizio che ormai ha preso piede. Poi con la pandemia, in particolare, abbiamo visto crescere in modo esponenziale il numero dei pacchi, perché le persone stando a casa compravano tutto online».



nasce Poste Energia

L'energia prevedibile, trasparente e sostenibile: come funziona la promozione "Energia160"

Poste Energia: ecco tutti i dettagli dell'offerta per dipendenti e pensionati

Per informarsi sull'iniziativa è anche possibile collegarsi alla Intranet o recarsi presso un Ufficio Postale. Per il primo anno si può beneficiare di uno sconto fino a 160 euro, sottoscrivendo entrambe le forniture (luce e gas)



Semplice, trasparente, vantaggiosa. L'offerta energia di Poste Italiane parte con un'iniziativa dedicata a tutti i dipendenti, i pensionati, parenti e amici del Gruppo Poste. Festeggiamo insieme i 160 anni di Poste con una promozione speciale "Energia160", valida fino al 30 settembre 2022 salvo eventuali proroghe.

Perché Poste Energia?

Il Gruppo Poste Italiane, con la sua capillarità, trasparenza e sostenibilità entra in un nuovo settore, quello dell'energia attraverso la propria controllata PostePay. Con un'offerta chiara e semplice Poste Energia è innanzitutto prevedibile (ogni mese lo stesso importo). Scegliendo la Rata Fissa, la tua bolletta sarà uguale ogni mese per ogni anno contrattuale e aggiornata annualmente sulla base dei consumi effettivi. Si potrà decidere in quale giorno del mese pagarla dal 25 del mese in poi fino al 2 del mese successivo. Inoltre, il prezzo della componente energia sarà bloccato per i primi 24 mesi. In secondo luogo, si tratta di un'offerta trasparente, che non presenta costi nascosti, depositi cauzionali o penali di uscita. L'offerta di Poste Energia è un'offerta del mercato libero. I nostri prezzi sono chiari: abbiamo bloccato il prezzo della materia energia per 24 mesi e fissato il prezzo della componente di commercializzazione e vendita pari a quello definito e aggiornato annualmente da ARERA per il mercato tutelato. Infine, l'offerta di Poste Energia si presenta come sostenibile con luce 100% rinnovabile e gas con CO2 100% compensata. Essere sostenibili per il Gruppo Poste è una scelta, l'energia elettrica sarà certificata, tramite garanzia d'origine, come immessa in rete e prodotta da impianti alimentati al 100% da fonti rinnovabili e le emissioni di CO2 del gas sono al 100% compensate con il sostegno di progetti ad impatto positivo sull'ambiente. Ciò avviene tramite l'acquisto di

crediti di carbonio che attestano la partecipazione a progetti internazionali volti all'annullamento o alla riduzione dei gas ad effetto serra.

La promozione "Energia160"

La promozione consentirà di beneficiare per il primo anno di uno sconto fino a 160 € (fino a 50 € dal secondo in poi) se sottoscrivi l'offerta di entrambe le forniture (gas e luce). Se sottoscrivi l'offerta di una fornitura (solo gas o solo luce) avrai fino a 80 € di sconto per il primo anno (fino a 25 € dal secondo anno in poi). Lo sconto sarà erogato direttamente nelle tue bollette luce e gas, suddiviso in quote mensili di pari importo, per l'intera durata del contratto.

Dove trovare i coupon

I coupon sono disponibili nello spazio "il mio cedolino - comunicazioni". Per chi non ha accesso allo spazio "il mio cedolino - comunicazioni", i codici sono disponibili nel volantino presente in questo numero.

Per ulteriori dettagli di costo consultare le Condizioni Tecniche Economiche e la restante documentazione contrattuale relativa all'Offerta Poste Energia, resi disponibili prima della sottoscrizione della proposta contrattuale e presenti sul sito www.poste.it/poste-energia-promo-energia160 ed in ufficio postale.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Energia160 è la promozione dedicata ai dipendenti del Gruppo Poste Italiane che sottoscrivono il servizio somministrazione di energia elettrica e gas naturale "Poste Energia". Poste Energia è il servizio somministrazione di energia elettrica e/o gas naturale a condizioni di libero mercato fornito da PostePay S.p.A., soggetta a direzione e coordinamento di Poste Italiane S.p.A.. L'attivazione della fornitura è subordinata alla valutazione di PostePay S.p.A.. Per le condizioni contrattuali ed economiche e per informazioni sulle caratteristiche del servizio, sulle modalità di proporre reclamo e sull'esercizio del recesso consultare la documentazione contrattuale reperibile su www.poste.it/poste-energia-promo-energia160 e presso gli Uffici Postali. Per info ed assistenza chiamaci all'800.00.11.99: il numero è gratuito ed è attivo dalle 8:00 alle 20:00, dal lunedì al sabato. Per informazioni sulle caratteristiche della promozione, sull'acquisizione di modalità di utilizzo dei codici promozionali, sulle modalità e termini della statistica vai su www.poste.it/poste-energia-promo-energia160

Spesa media annuale per gas e luce

Gas



1.359,51

1.235,96

€/anno

■ Mercato Tutelato

■ Poste Energia
DIPENDENTI

Il grafico rappresenta una stima della "spesa annua" di un cliente con le seguenti impegnature - Residente - tariffa monoraria / Gas: consumo annuo 750 riferita all'offerta del mercato tutelato e all'offerta Poste Energia. La "spesa annua" di ciascun cliente varia in funzione del consumo del mercato tutelato e riscontrabile sul Portale Offerte

Dove informarsi

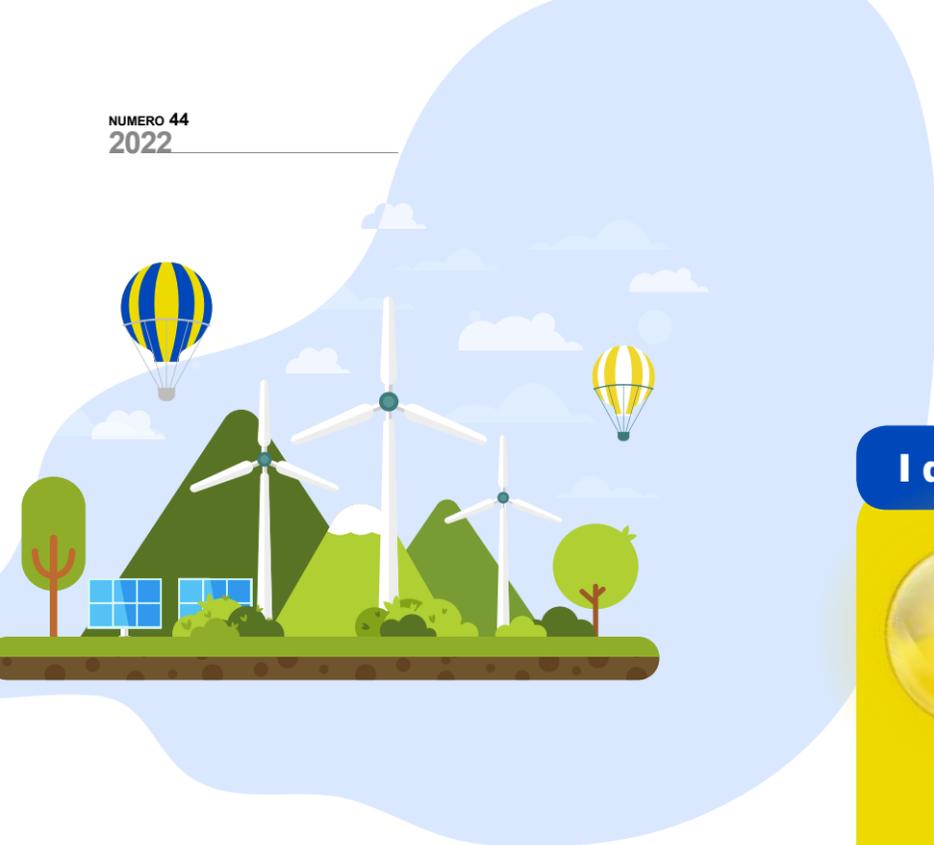


INTRANET

UFFICIO
POSTALE

QR CODE

Per avere informazioni sull'offerta per dipendenti e pensionati è possibile collegarsi all'Intranet di NoidiPoste, recarsi in Ufficio Postale o inquadrare con il cellulare il QR code qui sopra



I diversi tipi di fornitura



Poste Energia Luce Dipendenti

PostePay SpA acquista energia elettrica certificata prodotta da fonti rinnovabili (centrali eoliche, idroelettriche e solari) presenti sul territorio italiano.

Prezzo componente dell'energia monorario pari a 0,293 €/kWh bloccato per 24 mesi (comprensivo di perdite)

Prezzo componente commercializzazione e vendita pari a 69,8818 €/anno



Poste Energia Gas Dipendenti

PostePay SpA compensa le emissioni di CO2 del gas venduto ai propri clienti tramite l'acquisto di crediti di carbonio che attestano la partecipazione a progetti internazionali volti all'annullamento o alla riduzione dei gas a effetto serra.

Prezzo componente materia prima gas pari a 1,09 €/smc bloccato per 24 mesi

Prezzo componente commercializzazione e vendita fissa (QVD fissa) 67,32 €/anno

Prezzo componente commercializzazione variabile (QVD variabile) pari a 0,007946 €/smc



Poste Energia Luce e Gas Dipendenti

Con l'offerta luce e gas (offerta dual) scegli un consumo sostenibile per entrambe le forniture e grazie al prezzo della materia prima bloccato e all'opzione "Rata Fissa" sai quanto devi pagare, senza sorprese.

Per la luce:
Prezzo componente energia monorario pari a 0,293 €/kWh bloccato per 24 mesi (comprensivo di perdite)
Prezzo componente commercializzazione e vendita pari a 69,8818 €/anno

Per il gas:
Prezzo componente materia prima gas pari a 1,09 €/smc bloccato per 24 mesi
Prezzo componente commercializzazione e vendita fissa (QVD fissa) 67,32 €/anno
Prezzo componente commercializzazione variabile (QVD variabile) pari a 0,007946 €/smc



1.070,06

846,80

DATI AGGIORNATI AL 15/06/2022 E RIFERITI AL 2° TRIMESTRE 2022

caratteristiche di consumo (Luce: consumo annuo 2.200kWh – 3kw di potenza Smc – classe contatore fino a G6 – utilizzo riscaldamento – Roma), Energia Dipendenti (comprensiva della promozione), effettivo e delle caratteristiche della fornitura. Il prezzo dell'offerta Arera selezionando le caratteristiche sopra indicate.

Cosa prevede la promozione

Hai a disposizione 4 coupon promozionali per accedere alla promozione "Energia160". Ogni coupon prevede per il primo anno uno sconto di 160 € (50 € dal secondo in poi) se sottoscrivi l'offerta di due forniture (gas e luce) per la stessa abitazione. Invece se utilizzi il coupon per la sottoscrizione dell'offerta di una fornitura (solo gas o solo luce) hai 80 € di sconto per il primo anno (25 € dal secondo anno in poi). Lo sconto viene erogato direttamente nelle tue bollette luce e gas, suddiviso in importi mensili uguali, per l'intera durata del rapporto contrattuale.

Ricorda che:

- Puoi sottoscrivere luce e gas Poste Energia oppure effettuare un preventivo, senza impegno.
- I coupon possono essere ceduti a familiari e amici.
- Per i dipendenti i coupon sono disponibili nello spazio "il mio cedolino – comunicazioni".
- Per i pensionati e i dipendenti delle società SDA, Poste Air Cargo, Milkman e Sennder valgono i coupon ricevuti con questo numero di Postenews.
- Ogni coupon può essere utilizzato una sola volta per una sottoscrizione mono (luce o gas) o dual (luce e gas sottoscritti contestualmente per la stessa abitazione).
- I 4 coupon promozionali sono validi per l'attivazione di un massimo di 8 forniture (4 luce e 4 gas) per un totale di 4 abitazioni.
- Se sei interessato a entrambe le forniture, in fase di sottoscrizione seleziona direttamente luce e gas, così da utilizzare solo un coupon promozionale.

Attiva le tue forniture online o recandoti fisicamente in ufficio postale fino al 30 settembre 2022.



la nostra agenda del futuro

Le parole del Condirettore Generale Giuseppe Lasco all'incontro con i dipendenti

Il business cresce con la reputazione: «Poste tra i brand più forti del mondo e un baluardo per il futuro dell'Italia»

Con un marchio che vale 6,8 miliardi di euro e il suo immenso capitale umano, l'Azienda avrà un ruolo da protagonista con il Progetto Polis per l'inclusione sociale: «Se ci confermeremo capaci di seguire l'evoluzione digitale con la nostra rete fisica saremo decisivi per il Paese»

L'evento del 5 maggio 2022 al Centro Congressi La Nuvola di Roma «resterà nella storia di ognuno di noi» per il Condirettore Generale Giuseppe Lasco. Gli attestati di stima ricevuti dai rappresentanti delle istituzioni, con in testa l'affettuoso saluto del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, la partecipazione collettiva e il risalto dato dai media alla elegante cerimonia per i 160 anni di Poste rappresentano un nuovo punto di partenza. Un grande risultato in termini di immagine del Gruppo che comporta effetti positivi anche sul business. In quella occasione, i vertici dello Stato hanno elogiato l'impegno di Poste nei confronti dell'inclusione sociale attraverso il progetto Polis, nell'ambito del piano complementare al PNRR, una nuova sfida decisiva per l'Italia, come ha avuto modo di ricordare il Condirettore Generale Giuseppe Lasco nell'incontro che si è tenuto all'Auditorium della Conciliazione di Roma con una rappresentanza di dipendenti di Poste arrivati da tutta Italia per celebrare i 160 anni: «Le parole del Presidente della Repubblica, di vicinanza, affetto e di riconoscenza verso la nostra Azienda sono qualcosa che noi ci porteremo dentro per sempre», ha sottolineato il dottor Lasco.

La più grande Azienda del Paese
Le sfide sono tante anche per il futuro, ma Poste ha la consapevolezza di essere uno dei fondamenti del Sistema Paese: «Dobbiamo sfatare quel mito secondo cui siamo l'azienda più grande del Paese perché abbiamo il numero più elevato di dipendenti – ci ha tenuto a precisare Lasco – Noi siamo l'Azienda più grande del Paese perché siamo leader nei sistemi finanziari, nella logistica, nei servizi assicurativi, nei servizi di pagamento. Siamo leader nel digitale, siamo uno dei brand più forti al mondo, siamo leader nella trasparenza, siamo stati la prima Azienda certificata nell'anticorruzione e abbiamo avuto la certificazione sulla compliance integrata; siamo l'Azienda

che eroga più ore di formazione pro capite, siamo l'azienda con il più alto numero di risorse donne con responsabilità, abbiamo presentato il miglior bilancio integrato come società quotata nel Paese, siamo l'Azienda con la più grande flotta aziendale mobile. Questo – ha scandito il Condirettore Generale – è il motivo perché noi siamo unici e perché siamo la più grande Azienda del Paese».

Il capitale umano

La leadership e l'integrità di Poste devono rappresentare un fattore di stimolo e di unità in cui trovare una motivazione comune, anche quando si incontrano difficoltà, ha evidenziato Lasco: «Conosciamo le criticità che vengono affrontate sul territorio, la nostra Azienda deve sempre spingere al massimo perché è una macchina che per struttura, perimetro e tipologia di business non può assolutamente scendere a bassa quota. Dobbiamo viaggiare sempre alti perché siamo grandi» e tutto questo dipende esclusivamente dalle persone che sono «l'elemento fondamentale e l'architrave della nostra Azienda». In Poste Italiane, ha sottolineato il Condirettore Generale, «c'è un capitale umano "enorme", noi possiamo giocarcela con tutti e questo sempre se stimolati a fare bene e a metterci la professionalità che ognuno di noi ha di altissimo livello». Del resto, tutti gli italiani hanno potuto misurare il valore del capitale umano di Poste nei due anni che ci siamo lasciati alle spalle: «Durante l'evento del 5 maggio abbiamo premiato quattro colleghi che si sono distinti durante la pandemia e già in quell'occasione avevo detto che avremmo voluto premiare virtualmente tutti i colleghi che sono sul territorio. Quello che è stato fatto durante la pandemia da tutti quanti voi è veramente qualcosa di eccezionale». In quel periodo, facendosi carico anche di ingenti costi per garantire la continuità del servizio in piena sicurezza, Poste ha dato attraverso le sue persone «una grande dimostrazione di organizzazione, di forza, di capacità e di dedizione».

Il fattore reputazionale

Eccezionalità a parte, Poste deve fare i conti ogni giorno con difficoltà grandi e piccole. Per capillarità, ampiezza del business, tipologia dei servizi erogati, trasversalità della clientela, l'Azienda è storicamente un facile bersaglio. Ma dal 2017 a oggi, grazie al lavoro svolto dal management e dai colleghi sul territorio, qualcosa è cambiato nella percezione dei media nazionali e locali. L'elemento reputazionale è fondamentale nel processo commerciale e fiduciario che lega Poste ai clienti. «Cinque anni fa non eravamo presenti in nessuna delle classifiche che pesano il valore della reputazione», ha detto Lasco ricordando la rapidissima ascesa di Poste nella Brand Finance Global 500. Reputazione e



Il Condirettore Generale di Poste Italiane, Giuseppe Lasco

Il valore della nostra reputazione a livello globale

6,8 Mld€
Valore del marchio



1° posto
Brand Assicurativo



25° posto
Brand al mondo





L'intervento della Presidente: «I Piccoli Comuni sono diventati dei grandi alleati»

Farina: «Accompagneremo il Paese nella transizione digitale e ambientale»

Ha stimolato l'inclusione, ha accompagnato il Paese: ha fatto la differenza aiutando l'Italia a crescere. Sono i valori dell'Azienda il filo rosso dell'intervento della Presidente Maria Bianca Farina davanti ai dipendenti all'Auditorium Conciliazione di Roma. La Presidente ha tratteggiato l'orgoglio di appartenenza a Poste, con un forte ringraziamento per le sue Persone, soprattutto in riferimento ai recenti «momenti drammatici» quando Poste non si è mai fermata, servendo l'Italia, i cittadini e la Pubblica Amministrazione. Ma Poste è soprattutto un ponte verso un «futuro di innovazione e tecnologie» con i «nostri valori fondanti» ben saldi: «Correttezza, fiducia, trasparenza, valori di cui siete stati voi i portatori» dice Farina, scandita dall'applauso fragoroso della platea. Per «i nostri clienti significhiamo fiducia, siamo la bandiera del Paese», spiega, ricordando la vicinanza ai piccoli comuni,

dopo gli anni in cui si pensava di chiudere gli uffici postali nei centri con meno abitanti: «Succedeva la fine del mondo, perché si perdeva la presenza dello Stato». Senza chiusure e con i tanti impegni, quelle comunità sono «diventate i nostri più grandi alleati e ciò ci ha portato business: servizi, risparmio». Farina non può non ricordare il forte apprezzamento del Presidente Mattarella, «una vicinanza che ci esprime in ogni occasione, perché veramente ci segue con attenzione e ci ammira». In Poste, prosegue la Presidente con parole sincere che toccano il cuore di chi la ascolta, senti «pulsare il Paese: ora accompagneremo l'Italia nella transizione digitale e ambientale, saremo nel PNRR, continueremo a essere promotori di sviluppo, per la nostra Azienda e per il Paese». Prima di un augurio finale che è la sintesi del pensiero di tutti: «Con la speranza che la pace e la serenità tornino al centro della storia».



Maria Bianca Farina, Presidente del Gruppo Poste Italiane

Il progetto Polis L'impegno di Poste Italiane per accompagnare la ripresa del Paese



250 Spazi di coworking

Sviluppo di una rete nazionale di formazione e coworking innovativa, capillare e di facile accesso per offrire nuove soluzioni di lavoro e opportunità di crescita in tutto il territorio nazionale



6.933 Uffici postali

Lo sportello Unico per il cittadino nei Piccoli Centri, attraverso la trasformazione fisica e digitale degli Uffici Postali

fiducia hanno fatto salire a 6,8 miliardi di euro il valore del marchio Poste, con un incremento del 26% sull'anno precedente. Poste è al 10° posto al mondo come forza del brand in campo assicurativo. Lasco ha ricordato l'importanza della comunicazione, arricchita dal TG Poste e dalle 150mila copie dell'house organ che avete tra le mani, ma soprattutto il valore della professionalità che riguarda tutte le articolazioni del Gruppo: «La qualità si ottiene se c'è professionalità nell'esercizio delle funzioni che vengono svolte».

Sostenibilità

Il processo di riposizionamento dell'immagine di Poste è stato supportato dal grande lavoro svolto sulla sostenibilità negli ultimi cinque anni, riconosciuto di recente anche dalla classifica «Sole 24 Ore-Statista» sui 200 pionieri italiani della sostenibilità. Il rapporto del quotidiano economico esalta l'accelerazione sulle politiche di diversity e parità di genere, l'erogazione di circa 25 milioni di ore di formazione ai dipendenti dal 2017 e il programma di educazione finanziaria e digitale portato in oltre 3.000 scuole italiane. Così come il target di diventare un gruppo a zero emissioni nette entro il 2030 (pas-

sando per il traguardo intermedio del -30% nel 2025), grazie anche ai 10.000 veicoli a basse emissioni, le 5.000 colonnine di ricarica, ai pannelli fotovoltaici sulle sedi e alle innovazioni attente all'ecologia. Tutti punti citati anche dal Condirettore Generale nel corso del suo intervento all'Auditorium: «Siamo partiti dall'anno zero. Per come erano strutturate le cose non c'era la consapevolezza, all'interno di tutta la filiera umana, che il dogma della sostenibilità avrebbe potuto decidere le sorti della nostra Azienda, una società quotata. Dove siamo arrivati oggi era veramente utopia. Siamo l'unica Azienda italiana inserita negli otto indici di sostenibilità più quotati a livello internazionale; tutti i processi di sostenibilità sono inseriti nel DNA di tutto ciò che avviene, un lavoro che pesa come un macigno sulla forza reputazionale e finanziaria del nostro Gruppo e, di riflesso, sul livello di capitalizzazione e valore del nostro titolo».

Competizione durissima

Muovere una «macchina» come quella di Poste, tuttavia, non è affatto semplice, in una competizione sempre più dura: «Il futuro dipende dalla capacità di stare sul mercato», ha detto Lasco associandosi alle

parole dell'Amministratore Delegato Matteo Del Fante. E una Azienda dominante come Poste, ha aggiunto il Condirettore Generale, oltre che con la concorrenza, deve in ogni sua mossa di mercato vedersela con le authority, gli enti regolatori, gli organi di controllo. Anche su questo aspetto – come realizzato sul piano della comunicazione – Poste ha cambiato rotta negli ultimi anni, mostrandosi per esempio più risoluta nei crediti vantati con la pubblica amministrazione. «È giusto che voi sappiate – ha detto Lasco rivolgendosi ai dipendenti – che molte volte le difficoltà che vengono affrontate sono figlie di forzature giuridiche, normative e commerciali che l'Azienda deve subire. Vi chiediamo proprio per questo grande motivazione, collaborazione e serenità nell'affrontare le criticità che arrivano quotidianamente. Se facciamo squadra tutti insieme queste difficoltà le superiamo alla grande».

Il progetto dei progetti

Se a tutto quello che è stato detto in precedenza si aggiunge la scelta precisa, dichiarata nel 2018, di mantenere in vita gli uffici postali nei Piccoli Comuni d'Italia si arriva, tassello dopo tassello, alla messa a terra del Progetto Polis, «il progetto dei

progetti» apprezzato anche in ambito europeo, ricorda il Condirettore Generale. Un grande programma di inclusione sociale, che comprende due direttrici: da un lato portare i servizi telematici della pubblica amministrazione all'interno degli uffici postali con uno sportello dedicato, dall'altro mettere a disposizione 250 immobili di Poste Italiane convertendoli a spazi di coworking nelle aree meno densamente popolate del Paese. Due chiavi per garantire la vita ai Piccoli Comuni e contrastare lo spopolamento, come è nella filosofia di un'Azienda che ha saputo alimentare l'interazione con i territori e le sinergie con le istituzioni locali. «Il progetto Polis – ha osservato il Condirettore Generale – sarà anche l'occasione per fare una riflessione sulla scelta di puntare sui piccoli uffici postali. Continueremo a farlo ma elevando il livello del servizio, da un lato per portare business alla nostra Azienda, dall'altro per continuare a far sì che Poste Italiane sia un baluardo del Paese sul territorio. Noi – ha concluso Lasco – saremo imbattibili se riusciremo a coniugare l'evoluzione digitale, su cui stiamo puntando, con la tenuta della rete fisica. Se riusciremo a creare il binomio tra questi due prodotti saremo veramente, come oggi, senza rivali».



la nostra agenda del futuro

I traguardi, i risultati, le prospettive e le nuove sfide di MIPA

Ecco come cambia il business di Poste

Dalla formazione per attivare nuove competenze a una misurazione della soddisfazione del cliente sempre più puntuale e precisa: ecco le leve trasformative del business postale

I cambiamenti di MIPA (Mercato imprese e pubblica amministrazione), i risultati ottenuti e le prospettive. È stato il responsabile di MIPA, Guido Crozzoli, a delineare strategie e crescita, parlando all'Azienda nell'incontro dell'Auditorium Conciliazione di Roma. Anche Crozzoli è voluto partire da lontano, perché solo così si apprezzano i cambiamenti di una struttura, che nel 2016 puntava ancora molto sulla corrispondenza e che oggi invece - complici anche i due anni di pandemia - ha visto una crescita esponenziale del settore pacchi. «Nel 2016 - sottolinea - ogni cittadino riceveva circa 59 corrispondenze l'anno. Il mercato pacchi non era ancora sviluppato e MIPA aveva 410 venditori, 63.000 clienti e ricavi per 2,6 miliardi. Oggi, oltre al forte sviluppo dei pacchi, stiamo assistendo anche ad una concentrazione di quelli che sono i grandi operatori di piattaforme, che stanno aggregando il mercato». Dati rafforzati dalle parole dell'Ad Del Fante: «Oggi ogni cittadino riceve 39 corrispondenze l'anno, che vuol dire una ogni 9,5 giorni. Per cui, capirete che per noi tenere una rete con queste cifre, con tutto quello che comporta, comincia ad essere uno sforzo importante. Tutto il lavoro che abbiamo svolto sui pacchi, le riorganizzazioni che abbiamo fatto in PCL a partire da quella del 2015-16, i giorni alterni poi completati fra il 2017 e il 2018, ci hanno permesso di passare da 277 milioni a 1 miliardo e 118 milioni di ricavi in cinque anni».

Le nuove sfide di Mipa

Nel frattempo, MIPA è cambiata anche dal punto di vista organizzativo: sono entrati i clienti medi, è iniziata l'integrazione con le varie reti di vendita della società del Gruppo. «Parliamo in particolare dei venditori SDA - prosegue Crozzoli - e dei venditori telefonici pacchi e in ultimo, nel 2020, c'è stata la specializzazione della rete commerciale pacchi in "Industry", con l'aggiunta anche delle reti di vendita finanziaria e assicurativa. La MIPA di oggi è molto diversa: il mercato dei pacchi è molto cresciuto, la rete di vendita si è raddoppiata, i clienti sono quadruplicati. Puntiamo a 3,2 miliardi di budget, con un incremento del 25% rispetto a sei anni fa».

BISOGNI DEL CLIENTE, SFIDE PER IL FUTURO

Corrispondenza e pacchi

- **Ampliamento offerta** come operatore logistico
- Arricchimento **funzionalità digitali** dei **servizi di corrispondenza**

Pagamenti

- **Pagamenti digitali con sistema di notifica**
- **Collaborazione con piattaforme di aggregazione B2B**
- **Sinergie tra pagamenti digitali e spedizioni e-commerce**

Evoluzione in ambito Pubblica Amministrazione

- **Servizi a valore aggiunto per accompagnare la trasformazione digitale del Paese** (piattaforma notifiche e Polis)
- **Pagamenti digitali spontanei e in multicanalità**

Sanità

- **Logistica sanitaria e piattaforma vaccini e telemedicina**

Offerta tecnologica

- **Vendita licenze software e servizi evoluti**
- Offrire alle imprese lo **sviluppo di soluzioni integrate**

Rispondere alle esigenze del mercato

Crozzoli sottolinea come sia ovviamente necessario "ascoltare" i cambiamenti

del mercato, che oggi è sempre più "demanding": «Cosa ci chiedono i clienti? Soluzioni da utilizzare, facili da integrare in maniera veloce; prodotti modulari e flessibili per un servizio sempre più specializzato. Ma anche elevati standard di servizi e di assistenza». Un ruolo fondamentale lo gioca ovviamente il processo di digitalizzazione, che la pandemia ha accelerato, e che è ormai irreversibile: «Imprese e PA ci chiedono un supporto su questo», sottolinea Crozzoli che poi aggiunge: «Nel mondo corrispondenza e pacchi, serve un ampliamento dell'offerta, sul fronte della logistica. C'è poi la necessità di accompagnare la consegna della corrispondenza cartacea con una versione digitale della stessa. Sul fronte pagamenti, c'è l'esigenza di entrare più facilmente in contatto con il cliente e sviluppare la collaborazione con le varie piattaforme di aggregazione. Ci sono poi sfide interessanti, come fare sinergia tra il mondo dei pagamenti le spedizioni di e-commerce, cioè due cose che gestiamo noi».

Pubblica amministrazione e sanità

Sul fronte della Pubblica Amministrazione, Crozzoli sottolinea la necessità di sviluppare dei servizi a valore aggiunto per accompagnare la trasformazione digitale che sta facendo il Paese e punta i fari sia sulla piattaforma notifiche, sia sul progetto Polis, nel quale il ruolo di MIPA è «portare le pubbliche amministrazioni ad entrare in contatto con Poste, perché queste possano essere la front line tutto il su territorio di quelli che sono i servizi della PA». Un cenno anche al tema della sanità, passando dall'acquisizione di Plurima, società impegnata nella logistica sanitaria, al grande impegno di Poste Italiane sul fronte della campagna di vaccinazione «con un set up in meno di tre mesi, partendo da zero, con oltre 300 risorse dedicate», fino alle nuove opportunità date dal percorso nella telemedicina.

Le leve trasformative di MIPA

Il breve passaggio sui numeri del contributo fondamentale di Poste al piano vaccinale anticipa il passaggio finale, dedicato alle leve trasformative interne di MIPA: «Vogliamo valorizzare - dice Crozzoli - le competenze delle persone attraverso la formazione, perché questa trasformazione richiede un cambiamento di competenze. Poi occorre una revisione dei portafogli, che oggi sono molto spinti sul mondo dei ricavi, ma soprattutto avviare una costante rilevazione della soddisfazione dei clienti, cioè avere un feedback continuo di quello che ci dicono. Puntiamo ad una ottimizzazione dei tempi di attivazione dei contratti e ad un monitoraggio costante e proattivo della qualità».

NUMERI DEL 2022

Rete vendita

813
VENDITORI



Base Clienti

220k
CLIENTI



Budget 2022

3,2€
MLD



Ricavi Q1 2022

0,8€
MLD



Il rapporto con la clientela, fisica e reale, al centro dell'evoluzione di Mercato Privati

La strategia omnicanale: il nostro nuovo modello di servizio

La strategia omnicanale parte da quattro pilastri fondanti per il servizio: l'accoglienza, l'attenzione all'utente, il miglioramento degli strumenti e la valorizzazione delle sale consulenza

L'impatto della trasformazione digitale è rilevante in molti settori. E lo è ancor di più in quello postale. Paolo Martella, Responsabile della Funzione Mercato Privati di Poste Italiane, ha fatto il punto della situazione sull'evoluzione del modello di servizio messo in campo dal Gruppo. L'attenzione, in particolare, si è focalizzata sulla ridefinizione del ruolo assunto dagli Uffici Postali in questo particolare contesto storico. Martella ha innanzitutto evidenziato come, per effetto della pandemia, si sia assistito ad una progressiva mutazione dei comportamenti della clientela. Poste Italiane, secondo Martella, è chiamata dunque a riconoscere tali cambiamenti e ad intervenire tempestivamente per fornire alla clientela stessa gli strumenti nuovi e necessari per il soddisfacimento di tutte le esigenze.

Soddisfare il cliente

Il Responsabile di Mercato Privati si è focalizzato sul calo di affluenza fatto registrare dagli Uffici Postali nell'ultimo periodo, quello contraddistinto, appunto, dalla pandemia: «Abbiamo registrato un calo degli afflussi del 35-40% in ufficio postale - ha sottolineato Martella - ma è interessante notare che non si tratta di clienti persi, perché con loro stiamo mantenendo il contatto attraverso altri canali, dal digitale al contact center. Dunque, questi clienti continuano senza dubbio ad effettuare transazioni con Poste Italiane». Ovviamente, l'azienda è impegnata a garantire un servizio all'altezza anche a quel milione di clienti che, ogni giorno, continuano a recarsi presso gli Uffici Postali: «Questa clientela - ha aggiunto Martella - ha bisogno di servizi di natura sia relazionale che transazionale. Tutto ciò sta comportando, per Poste Italiane, il dover accelerare un percorso di trasformazione nell'ottica di una evoluzione del modello di servizio. Tale modello prevede

NUOVO MODELLO DI ACCOGLIENZA

Evoluzione del gestore attese e del sistema di prenotazione da remoto per migliorare l'esperienza del cliente



SPORTELLO "RELAZIONALE"

Evoluzione in ottica "relazionale" dello sportello e del corner

IL NUOVO MODELLO DI SERVIZIO DELLA RETE



CROSS 2.0

Potenziamento degli strumenti di identificazione per migliorare la proposizione commerciale

EVOLUZIONE DELLA CONSULENZA

Sviluppo della Portafogliazione per rispondere ai bisogni dei nostri clienti

la piena disponibilità dei nostri due canali (relazionali e di vendita), rappresentati dalla sala e dallo sportello. Nella sala, noi svolgiamo attività di risparmio e di investimenti; nello sportello, serviamo i clienti e soddisfiamo le loro richieste».

I pilastri

Martella ha poi passato in rassegna i quattro pilastri sui quali si fonda il nuovo modello di servizio proposto dall'Azienda: il primo si basa su un nuovo modello di accoglienza, il secondo su uno sportello cosiddetto "relazionale" nel quale Poste promuove i suoi prodotti. Il terzo pilastro è quello che punta sul miglioramento di tutti quegli strumenti che consentono all'azienda di portare avanti questo cambiamento. Il quarto punto è invece relativo alla valorizzazione, all'interno delle sale, dei servizi di consulenza. In questo senso Martella ha inteso sottolineare come Poste stia lavorando per implementare tutti i sistemi di prenotazione in Ufficio Postale, in modo da pianificare in modo esatto ogni appuntamento. La per-

centuale di clientela che attualmente riesce a pianificare un appuntamento (che oggi si attesta attorno al 10%), secondo le previsioni del Responsabile di Mercato Privati è destinata ad aumentare nel breve periodo. Martella sottolinea a tal proposito l'importanza dell'esperienza omnicanale, che dovrà in futuro sempre più essere in grado di indirizzare tutti gli altri clienti ad utilizzare con disinvoltura questi nuovi strumenti. «L'innovativo sistema di prenotazione permetterà anche di equilibrare il flusso all'interno degli Uffici Postali» spiega, per poi soffermarsi sugli interventi svolti dall'azienda nell'ambito della gestione dei tempi di attesa, con la relativa attribuzione di nuove funzionalità fornite all'operatore di accoglienza (ODA). Una strategia che permetterà sempre più di indirizzare il cliente verso il canale più pronto e idoneo a servirlo.

Il punto Casa-Famiglia

«Con il supporto di tutte le funzioni aziendali - ha poi aggiunto Martella - abbiamo superato una visione ormai obso-

leta, varando il "Punto casa e famiglia", che mira a valorizzare al meglio tutte le opportunità che vi sono negli Uffici Postali. Ciò permetterà all'azienda di ampliare la gamma dei prodotti che le nuove funzioni di business hanno creato per la soddisfazione della clientela». Infine, un riferimento alle politiche di portafogliazione: «Anche lo sviluppo della portafogliazione è un'attività significativa - ha concluso Martella - perché questa ci permette di modulare quella che è l'intensità relazionale che dobbiamo avere sui clienti. Ora spetta a Mercato Privati interpretare al meglio queste istanze, giocando un ruolo fondamentale nel cambiamento». Poste Italiane già da tempo sta puntando sul rafforzamento del servizio di consulenza, affidando a ogni consulente finanziario un portafoglio clienti. La portafogliazione della clientela retail è uno dei pilastri della strategia di Poste per il raggiungimento degli obiettivi e rappresenta la leva per un'efficace gestione dei clienti basata sul nuovo modello di servizio di consulenza.



visti da fuori

Il conduttore ha dedicato una puntata ai nostri 160 anni

Vespa: «Senza Poste non si può vivere una lezione imparata a Porta a Porta»

Nello studio televisivo sono state ripercorse le tappe della storia dell'Azienda: «Il suo ruolo è stato determinante anche nella pandemia. E oggi lo è nel momento in cui il Paese costruisce il suo futuro»

di **MARCELLO LARDO**



Il 4 maggio scorso, alla vigilia dell'evento del Centro Congressi La Nuvola a cui ha preso parte il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, anche "Porta a Porta" ha celebrato i 160 anni della nostra Azienda.

Lo ha fatto compiendo un viaggio nel costume nazionale e in «un pezzo di società», come ha ricordato Bruno Vespa aprendo la trasmissione in uno studio allestito per l'occasione con cassette postali, telegrafi, divise e cappelli d'epoca. La portalettere Doriana, entrata nello studio a bordo di un triciclo elettrico, ha mostrato al conduttore i nuovissimi mezzi per il recapito dei pacchi e della corrispondenza. Con la Presidente di Poste Italiane, Maria Bianca Farina, e quattro popolarissimi vip – Lino Banfi, Maria Grazia Cucinotta, Claudia Gerini e Flavio Insinna – che hanno testimoniato il loro profondo legame con Poste Italiane, Vespa ha quindi descritto le Poste di ieri – quelle che hanno contribuito a unire il Paese dal punto di vista economico e sociale – e quelle di oggi, non nascondendo il proprio apprezzamento per il lavoro compiuto dalla nostra Azienda negli ultimi anni. La consegna a domicilio delle pensioni, 22 milioni di identità Spid rilasciate, i nuovi hub per l'e-commerce, la consegna delle mascherine e di 30 milioni di vaccini, nonché la piattaforma informatica per il tracciamento e la prenotazione dei vaccini adottata dalle Regioni rappresentano, ha ricordato un servizio di "Porta a Porta", un grande patrimonio per il Paese che, peraltro, conta 27 milioni di cittadini in possesso di 335 miliardi tra buoni fruttiferi e libretti postali.

Direttore, che cosa l'ha colpita di più delle testimonianze dei suoi ospiti, personaggi famosi e non solo, che hanno con l'azienda un legame speciale? E cosa l'ha colpita di più della storia dell'Azienda?

«Mi hanno colpito gli straordinari progressi compiuti da Poste negli ultimi anni, soprattutto nel servizio di recapito pacchi che è strategico nel mondo in

Bruno Vespa è nato a L'Aquila il 27 maggio del 1944. Ha iniziato a lavorare come giornalista al quotidiano "Il Tempo" nel 1962. In Rai dal 1968, è stato direttore del TG1 ed è ideatore e conduttore di "Porta a Porta" dal 1996



I simboli della nostra storia nel francobollo che celebra i 160 anni di Poste Italiane

In occasione dei 160 anni di Poste Italiane non poteva mancare un francobollo commemorativo, emesso il 5 maggio per ricordare la nascita delle Poste. Il francobollo è racchiuso in un foglietto, circondato da sei "chiudilettera", ed è stampato in rotocalco su carta fluorescente. La vignetta mostra il logo del 160esimo anniversario mentre i chiudilettera raffigurano i simboli più significativi adottati via via negli anni dal sistema postale nazionale: da quello monarchico del 1862 con lo scudo dei Savoia, a quello del 1947 non più monarchico, dal "gabbiano" stilizzato del 1967 al cerchio con le iniziali PT del 1986, dalla busta in forma di ala del 1994 all'attuale marchio di Poste Italiane spa del 2005. Il francobollo è valido per la posta ordinaria inviata in Italia.



cui viviamo. I miei ospiti, come ciascun italiano, ha un ricordo legato a Poste. Scoprire che Maria Grazia Cucinotta fu chiamata a recitare nel "Postino" senza che nessuno sapesse che veniva da una famiglia di postini è stato fantastico».

Cosa è emerso dal "viaggio" che ha compiuto dentro la storia di Poste Italiane?

«Che senza Poste non si vive. Anche se si scrivono meno lettere o pochi telegrammi, il fascino di ricevere una busta incollata è sempre sorprendente».

Il 5 maggio ha partecipato al grande evento del Centro Congressi La Nuvola in cui è intervenuto anche il Presidente Mattarella. Da giornalista e osservatore, come giudica l'evoluzione dei rapporti tra Poste Italiane e le istituzioni nazionali e locali?

«Ho visto quel che mi aspettavo. Perfetta integrazione tra Poste e istituzioni».

Il Presidente Mattarella ha sottolineato che "la storia di Poste Italiane è la storia d'Italia". Secondo lei, in quali momenti storici, e in quali luoghi del nostro Paese, questi due binari si sono avvicinati maggiormente?

«Mi ha sempre molto colpito la corri-



analisi, scenari, approfondimenti
vai su www.tgposte.poste.it



Lo studio di "Porta a Porta" durante la puntata dedicata ai 160 anni di Poste Italiane andata in onda il 4 maggio scorso: Lino Banfi, Flavio Insinna, il conduttore Bruno Vespa, Maria Grazia Cucinotta, Claudia Gerini e la Presidente di Poste Italiane Maria Bianca Farina



Nell'estate 2019 ci confessò la sua passione per la filatelia

Tre anni fa, nell'estate del 2019, Postenews intervistò Bruno Vespa sul 50esimo anniversario dello sbarco sulla Luna, a cui il giornalista ha dedicato uno dei suoi libri. In quell'occasione Vespa, oltre a raccontarci i tanti retroscena collegati a quell'evento storico e ricostruiti con maestria e dovizia di particolari nel suo libro, ci rivelò la sua grande passione per i francobolli e il suo amore per le lettere e gli epistolari.

spondenza di guerra, sorprendentemente rapida e puntuale. Mi sembrava impossibile che lettere e pacchi arrivassero puntualmente a soldati chiusi nelle trincee di paesi lontani».

Sia il Capo dello Stato sia il ministro Giorgetti, così come i vertici dell'azienda, hanno ricordato il ruolo di Poste nel Piano di ripresa e resilienza. Cosa pensa di questa assunzione di responsabilità da parte di un'azienda privata nei confronti del Paese?

«La pandemia è stata una tragedia enorme e improvvisa. Il ruolo di Poste è stato assolutamente decisivo nel recapito di farmaci e supporti sanitari. E oggi lo è nel momento in cui il Paese costruisce il suo futuro».

Per finire: ci racconta, come hanno fatto i suoi ospiti, un suo ricordo legato alle Poste?

«La prima volta che andai a Londra da ragazzo, l'insegnante d'inglese mi invitò a cena con una lettera. Mi sembrava impossibile, visto che restavo soltanto qualche giorno e da noi le Poste non funzionavano così bene. Poi arrivò "Posta celere" e pareggiammo. Adesso c'è whatsapp...».



Avvicina il cellulare per rivedere la puntata di "Porta a Porta" del 4 maggio dedicata ai 160 anni di Poste Italiane

L'Osservatorio Produttività e Benessere «Poste farà da traino allo sviluppo del digitale»

L'economista Gloria Bartoli spiega: «Gli investimenti del PNRR andranno in porto se ci sarà un'alleanza tra pubblico e privato»



L'economista Gloria Bartoli, docente all'Università di Roma Tor Vergata

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza è una sfida da vincere e affinché l'innovazione tecnologica racchiusa nel PNRR si traduca in produttività e crescita, servono istituzioni efficienti. L'Italia rischia davvero di perdere questa opportunità? «Sì, se non sviluppiamo le competenze digitali adeguate - avverte Gloria Bartoli, Segretario generale dell'Osservatorio Produttività e Benessere della Fondazione economia Tor Vergata - e le grandi aziende come Poste possono avere un ruolo importante in questo senso». Gloria Bartoli è economista e docente all'Università LUISS e al Festival dell'Economia di Trento è intervenuta in un confronto sull'applicazione del PNRR. La concessione dei 192 miliardi di euro a disposizione dell'Italia nell'ambito del Next Generation EU, su un totale di 750 miliardi, è subordinato all'approvazione di riforme strutturali - con una tempistica stringente - e al raggiungimento dei risultati. Per quanto riguarda il nostro Paese, 51 sono le riforme previste: giustizia e Pubblica amministrazione le principali. «Affinché l'innovazione tecnologica si traduca in produttività e crescita, servono istituzioni efficienti e la Pubblica amministrazione in Italia è rallentata, tra le altre cose, da una giustizia penale particolarmente intrusiva» spiega Bartoli.

Quali sono i grandi ostacoli alla crescita in Italia?

«Uno dei grandi ostacoli alla produttività è la struttura sbilanciata verso le piccole e piccolissime imprese. Perché questa struttura non può permettersi manager o consulenti adeguati per quanto riguarda il digitale, non può permettersi di scegliere le professionalità più adatte al digitale, non può

permettersi ricerca e sviluppo. Ma è proprio l'adozione del digitale che crea un aumento della produttività: le grandi aziende italiane come Poste hanno le disponibilità finanziarie per tutto questo e quindi mi aspetto un ruolo sempre più importante in questo senso».

Come vincere, quindi, la sfida del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza?

«I due pilastri del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza sono transizione verde e transizione digitale: entrambe non si possono fare se non abbiamo le capacità di innovazione tecnologica. Che sia nella giustizia, nelle ferrovie o nelle poste, dobbiamo avere questa capacità. Per questo il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza - una svolta in Europa e in Italia - si gioca su questa capacità di adozione. Un PNRR che funziona con obiettivi pone fine all'alibi per l'inefficienza della Pubblica amministrazione. Siamo bravissimi a presentare la lista dei costi, ma i risultati? Ci aspettiamo che tutti si abituino ai risultati».

Che ruolo svolge l'alleanza pubblico-privato?

«È evidente che la quantità di investimenti previsti nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza non può essere portata a termine solo dallo Stato: è parte della natura del Piano questa alleanza tra pubblico e privato e non vedo nessun contrasto in questo. Al momento gran parte del lavoro del Governo è semplificare le parti amministrative in modo da avanzare con gli investimenti e le riforme in modo efficiente».

(Silvia Paradisi)



Poste e il calcio

La squadra di Angelo Di Livio si è radunata al centro Tre Fontane di Roma per le selezioni

Il valore è già un gol Torna la Nazionale di Poste

Diversi per età, impiego e provenienza geografica, uniti dallo spirito di gruppo: 60 colleghi, tutti tesserati in società di calcio dilettantistiche nell'anno 2022, alla partenza del terzo ciclo del progetto che negli anni scorsi ha raccolto fondi da destinare ai ragazzi disabili e alle vittime di calamità naturali

di SIMONE SANTI



C'è chi nella vita fa il portatore e per due giorni ha corso avanti e indietro per recapitare cross al bacio al centrattacco. Chi di solito gestisce un Centro Distribuzione e, in effetti, ha distribuito palloni giocabili a tutti. Chi è nello staff e ha saputo organizzare le tattiche di gioco, chi è abituato a stare allo sportello e anche stavolta si è messo a disposizione, sapendo sempre cosa fare e facendolo con tempismo. Poi, al centro Tre Fontane di Roma, i ruoli dei dipendenti di Poste Italiane si sono anche mescolati, sono stati resi fluidi e interconnessi, perché su un campo di calcio - come sul lavoro - quello che conta è il gioco di squadra, il sapersi venire incontro, l'essere disposti a sostituirsi all'altro nel momento del bisogno. Rendere quel tutto ben di più della semplice somma delle parti. È la magia che è avvenuta sul campo di calcio capitolino che di solito ospita la Roma Primavera e la Roma femminile, ma che per due giorni, il 23 e 24 maggio, è stata la casa dei ragazzi di Poste Italiane, che sotto gli occhi vigili del mister Angelo Di Livio si sono sfidati per riuscire a entrare nei 30 selezionati per rappresentare l'azienda con la sua Nazionale di calcio, giunta ormai al terzo ciclo: una promessa,



Gli allenamenti al centro sportivo Tre Fontane di Roma diretti da Angelo Di Livio

quella di portare avanti questo progetto, fatta dal Condirettore Generale Giuseppe Lasco dopo la vittoria della prima Azurri Partner Cup nel 2019, e decisamente mantenuta.

Diversi ma uniti

Sfidarsi, forse, non è il termine che rende meglio il concetto: al Tre Fontane si sono dati il cinque in campo 60 calciatori di ogni età e provenienza geografica, tutti dipendenti di Poste Italiane e tesserati in società di calcio dilettantistiche nell'anno 2022, ma nonostante in palio ci fosse l'ambito posto in squadra a vincere sono stati l'amicizia e lo spirito del gruppo. In campo mai una giocata troppo individualista al

puro scopo di mettersi in mostra. Fuori, scherzi, voglia di condivisione di vita e di esperienze lavorativa, amicizia. Lo dice bene Antonio Manzo, di Napoli, specialista Small Business 5 giorni su 7, difensore nel weekend, uno di quelli della vecchia guardia che con Poste Italiane si è già tolto grandi soddisfazioni (da quando è nata, la squadra ha perso una sola volta, in un'amichevole contro i professionisti del Mantova): «La cosa più bella è ritrovarsi di nuovo, specie dopo la pandemia. Quest'anno ci sono colleghi di tante business unit diverse, c'è tanta varietà: di solito abbiamo a che fare più che altro con colleghi che svolgono le nostre stesse mansioni, questa è anche un'occasione di confronto e di conoscenza delle tante facce dell'azienda».



Alcune fasi della due giorni di selezione dei 30 giocatori da inserire nella Nazionale



La brigata dei postini

Tanta varietà, è vero, anche se sono i portatore la maggioranza, probabilmente per una questione anagrafica. Francesco ed Elia fanno conoscenza durante una pausa dal solleone romano: uno è napoletano, l'altro della provincia di Brescia, distanze geografiche abbattute dalla fratellanza. Si scambiano informazioni sui posti più belli da visitare nelle proprie zone. Il primo, esterno a tutta fascia, assicura scherzando che «corriamo più sul lavoro che in campo, quando hai 100 raccomandate da mandare, quando gli uffici chiudono alle 12.29. Ma la nostra forza è proprio che noi che siamo per strada e siamo sempre a disposizione di tutti. Anche dei compagni». Elia in campo ha scelto di correre meno, perché fa il centrale di difesa, ma è ugualmente romantico nella concezione del proprio mestiere, e anche della società che fu, e che Poste ha contribuito a unire con le proprie reti: «Fare il portatore in un paesino è fantastico - ammette - conosco tutti, tutti ti conoscono e si fidano di te, si crea un rapporto unico, a Natale ti fanno il regalo. Sei il tramite con il resto del paese. Oggi il mondo cambia e non è più così dappertutto».

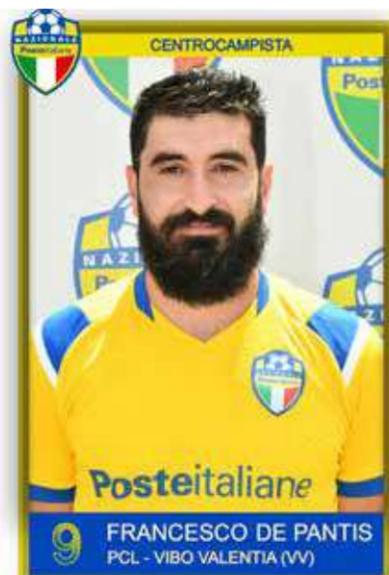
Portatore da area di rigore

Quello che non cambia è l'impegno di Poste Italiane: l'idea della Nazionale non è solo sport, non è solo team building, è soprattutto volontà di portare avanti dei valori forti. Primo fra tutti quello della solidarietà: tutti i match disputati fin qui dai gialloblù (a Fano per i ragazzi con disturbi dello spettro autistico, a Belluno per raccogliere fondi per le devastazioni della tempesta Vaia del 2018, al Festival dello Sport di Trento) sono stati a fini sociali. Quei valori «che ci porteremo sempre dietro» come dice Marco Giannarelli, uno di quelli che non farà parte della nuova selezione ma il cui spirito aligherà sui nuovi entrati, e quello della squadra in lui per sempre. Quei valori capaci di ridare un senso alle cose, come nel caso del capitano Gaetano Toscano, classe '84, operatore di sportello e grande punto di riferimento in campo, che aveva quasi deciso di appendere le scarpe al chiodo: «Poi però ho ritrovato questo bellissimo ambiente, sereno, amichevole, e mi è tornata la voglia. Butterò giù qualche chilo di troppo e per questi ragazzi ci sarò ancora». Tutti, del resto, volevano esserci: sono state 4mila le candidature arrivate da ogni parte d'Italia, perché Poste Italiane è in ogni parte d'Italia e perfino in pandemia ha continuato a tenere unita l'Italia e ad assumere nuovi giovani. Mister Di Livio («con grande difficoltà») aveva il compito di trovare i 30 migliori, anche con una attenzione all'aspetto territoriale. Con queste premesse, la prossima nazionale di Poste Italiane giocherà sempre in casa e col tifo a favore, ovunque essa vada.



la rosa della Nazionale di Poste

I GIOCATORI Ecco i 30 selezionati dal CT Angelo Di Livio per i nuovi impegni della Nazionale di Poste





Le selezioni della **Nazionale di Poste**



la rosa della Nazionale di Poste



Avvicina il cellulare
per visitare la sezione
dedicata alla nostra
Nazionale





la solidarietà di Poste

Dieci progetti speciali a supporto dei minori in difficoltà e delle loro famiglie

Aiutare i bambini, il grande cuore di Poste

L'iniziativa a sostegno dell'infanzia e dei ragazzi con fragilità è inserita nel quadro del piano "Presenti sul territorio, vicini alle comunità". Ecco le parole delle Onlus sostenute dall'Azienda



di ANGELO LOMBARDI



Poste Italiane promuove dieci progetti speciali a supporto dei bambini e dei ragazzi con fragilità e delle loro famiglie, inseriti nell'ampio piano di interventi per il sociale "Presenti sul territorio, vicini alle comunità". Il pacchetto di azioni a sostegno dell'infanzia è stato realizzato in collaborazione con dieci Onlus di rilievo nazionale selezionate da Poste Italiane. Lo spirito dell'iniziativa e i dettagli dei dieci progetti educativi, ricreativi e formativi sono stati illustrati nel corso di un incontro alla presenza della Presidente di Poste Italiane, Maria Bianca Farina, del Condirettore Generale, Giuseppe Lasco, e dei rappresentanti delle 10 Onlus partner del programma: Canovalandia, Fondazione Don Rigoldi, La Caramella Buona, Associazione Italiana Cuore e Rianimazione "Lorenzo Greco", Le Ali dei Pesci, I Bambini delle Fate, Associazione Andrea Tudisco, Dynamo Camp, Fondazione Theodora e Be&Able. Postenews ha raggiunto le associazioni per commentare il progetto, ecco le loro parole.



Camilla Del Balzo, Presidente Be&Able Onlus. «La nostra realtà si occupa di analisi applicata del comportamento per bambini e ragazzi più grandi affetti da autismo. Svolgiamo attività di diagnosi precoce, riabilitazione al linguaggio e miglioramento delle abilità scolastiche, potenziamento e analisi dei disturbi dell'apprendimento. Grazie al contributo di Poste Italiane abbiamo potuto aprire una nuova ala del nostro Centro, dove lavoriamo ogni giorno per l'apprendimento, l'acquisizione di abilità domestiche e l'inserimento lavorativo dei nostri ospiti».

«La nostra realtà si occupa di analisi applicata del comportamento per bambini e ragazzi più grandi affetti da autismo. Svolgiamo attività di diagnosi precoce, riabilitazione al linguaggio e miglioramento delle abilità scolastiche, potenziamento e analisi dei disturbi dell'apprendimento. Grazie al contributo di Poste Italiane abbiamo potuto aprire una nuova ala del nostro Centro, dove lavoriamo ogni giorno per l'apprendimento, l'acquisizione di abilità domestiche e l'inserimento lavorativo dei nostri ospiti».



Fiorella Tosoni Tudisco, Presidente Associazione Andrea Tudisco. «Operiamo con l'obiettivo di tutelare il diritto alla salute dei bambini. L'Associazione gestisce quattro strutture di accoglienza, che offrono ai bimbi di ogni parte del mondo. Tra i progetti in corso, ve ne è anche uno basato sulla clownterapia, che produce un sensibile miglioramento del clima nel quale si affrontano le terapie, riportando l'attenzione sui bisogni della persona. Dobbiamo dire grazie a Poste Italiane che ci supporta nel portare avanti questo progetto, dimostrandosi una realtà alla quale stanno a cuore i problemi dei bambini».

«Operiamo con l'obiettivo di tutelare il diritto alla salute dei bambini. L'Associazione gestisce quattro strutture di accoglienza, che offrono ai bimbi di ogni parte del mondo. Tra i progetti in corso, ve ne è anche uno basato sulla clownterapia, che produce un sensibile miglioramento del clima nel quale si affrontano le terapie, riportando l'attenzione sui bisogni della persona. Dobbiamo dire grazie a Poste Italiane che ci supporta nel portare avanti questo progetto, dimostrandosi una realtà alla quale stanno a cuore i problemi dei bambini».



Marcello Segre, Presidente Associazione Lorenzo Greco Onlus. «La nostra onlus è nata per onorare la memoria del piccolo Lorenzo Greco, un bambino che nel 2014 è stato vittima a scuola di un arresto cardiaco, perdendo la vita. Ci impegniamo ogni giorno per la prevenzione delle malattie cardiovascolari attraverso screening, visite formative e informazione in materia cardiovascolare. Con Poste gestiamo diversi progetti: oltre a "Scuole per la Vita", anche "Laboratorio ebbrezza". Poste sostiene poi la Giornata Mondiale del Cuore, da noi organizzata in Italia. Siamo grati a Poste per il supporto che ci fornisce. Per noi è una presenza imprescindibile».

«La nostra onlus è nata per onorare la memoria del piccolo Lorenzo Greco, un bambino che nel 2014 è stato vittima a scuola di un arresto cardiaco, perdendo la vita. Ci impegniamo ogni giorno per la prevenzione delle malattie cardiovascolari attraverso screening, visite formative e informazione in materia cardiovascolare. Con Poste gestiamo diversi progetti: oltre a "Scuole per la Vita", anche "Laboratorio ebbrezza". Poste sostiene poi la Giornata Mondiale del Cuore, da noi organizzata in Italia. Siamo grati a Poste per il supporto che ci fornisce. Per noi è una presenza imprescindibile».



Federico Camporese, Responsabile Nazionale I Bambini delle Fate. «Siamo un'impresa sociale che si occupa di assicurare sostegno economico a progetti e percorsi di inclusione sociale gestiti da partner locali, a beneficio di famiglie con autismo e altre disabilità. Dobbiamo ringraziare Poste perché ci supporta nel nostro progetto Banca del Tempo Sociale, che offre ai ragazzi disabili occasioni di amicizia e l'opportunità agli studenti dell'Istituto Malignani di Udine di fare un'esperienza positiva. Ad ogni partecipante viene attribuito un punteggio mensile da parte dell'associazione che sarà comunicato alla scuola di appartenenza per l'utilizzo dei crediti formativi e per la consegna di una borsa di studio messa a disposizione da I Bambini delle Fate».

«Siamo un'impresa sociale che si occupa di assicurare sostegno economico a progetti e percorsi di inclusione sociale gestiti da partner locali, a beneficio di famiglie con autismo e altre disabilità. Dobbiamo ringraziare Poste perché ci supporta nel nostro progetto Banca del Tempo Sociale, che offre ai ragazzi disabili occasioni di amicizia e l'opportunità agli studenti dell'Istituto Malignani di Udine di fare un'esperienza positiva. Ad ogni partecipante viene attribuito un punteggio mensile da parte dell'associazione che sarà comunicato alla scuola di appartenenza per l'utilizzo dei crediti formativi e per la consegna di una borsa di studio messa a disposizione da I Bambini delle Fate».



Roberta Pappatà, Vicepresidente Canovalandia. «La missione principale della Canovalandia Onlus è finalizzata al sostegno alla terza età in difficoltà, attraverso interventi concreti, quali la fornitura di generi ali-

«La missione principale della Canovalandia Onlus è finalizzata al sostegno alla terza età in difficoltà, attraverso interventi concreti, quali la fornitura di generi ali-

mentari, arredi, ascensori, letti, oltre alla ricerca e gestione della soluzione di problemi strutturali di maggiore rilevanza ed impatto sulla vita quotidiana dei non abbienti. Tra i nostri progetti, vanno ricordati il Gruppo Amici di Lucio (assistenza agli anziani soli) e il Centro dolce di San Martino in Monti. Ringraziamo Poste Italiane per aver sostenuto il nostro progetto "Casa di Lorenzo". In questa struttura assistiamo i ragazzi con la sindrome di down e li coinvolgiamo in esperienze che aumentino la loro indipendenza».



Don Gino Rigoldi, Presidente Fondazione Don Rigoldi. «La nostra Fondazione ha il compito di promuovere, finanziare e realizzare i progetti rivolti al reinserimento dei giovani che, per motivi economici, sociali e culturali, non riescono a progettare il proprio futuro. A partire dall'anno scorso, Poste Italiane ha deciso di sostenere economicamente le nostre attività su tutti gli assi portanti. Quest'anno, in particolare, sostiene il nostro progetto di residenzialità temporanea, essenziale per le famiglie e per i giovani all'inizio del loro percorso lavorativo. Abbiamo in comune proprio la cura delle persone, offrendo loro la possibilità di inserirsi positivamente nel tessuto produttivo, affinché nessuno rimanga escluso».

«La nostra Fondazione ha il compito di promuovere, finanziare e realizzare i progetti rivolti al reinserimento dei giovani che, per motivi economici, sociali e culturali, non riescono a progettare il proprio futuro. A partire dall'anno scorso, Poste Italiane ha deciso di sostenere economicamente le nostre attività su tutti gli assi portanti. Quest'anno, in particolare, sostiene il nostro progetto di residenzialità temporanea, essenziale per le famiglie e per i giovani all'inizio del loro percorso lavorativo. Abbiamo in comune proprio la cura delle persone, offrendo loro la possibilità di inserirsi positivamente nel tessuto produttivo, affinché nessuno rimanga escluso».



Anna Maria Pilozzi, Vicepresidente Caramella Buona Onlus. «La Caramella Buona Onlus, associazione nazionale contro la pedofilia, dal 1997 si occupa concretamente di tutela dei minori. Da anni Poste manifesta grande sensibilità verso la tutela dell'infanzia e, al tempo stesso, sostiene l'operato de La Caramella Buona attraverso il supporto economico di progetti destinati a vittime di violenza. Ricordiamo la presenza di Poste quale

«La Caramella Buona Onlus, associazione nazionale contro la pedofilia, dal 1997 si occupa concretamente di tutela dei minori. Da anni Poste manifesta grande sensibilità verso la tutela dell'infanzia e, al tempo stesso, sostiene l'operato de La Caramella Buona attraverso il supporto economico di progetti destinati a vittime di violenza. Ricordiamo la presenza di Poste quale

partner sociale alla Cerimonia Premio Internazionale Liberi di Crescere. Significativo anche il contributo offerto per la Casa Buona nel Lazio, sposando il Progetto "Adotta una Casa buona". Forte di questa collaborazione, l'azienda ha deciso di aiutarci ad allestire una nuova Casa Buona, questa volta nel Molise».



Maria Serena Porcari, Presidente di Dynamo Camp. «La nostra Onlus opera per il diritto alla felicità di bambini e ragazzi con gravi patologie e delle loro famiglie. Le attività si svolgono presso Dynamo Camp, a Limestre in provincia di Pistoia. Poste Italiane sostiene il progetto dei Dynamo Programs, con cui la nostra Onlus porta la Terapia Ricreativa sul territorio. Ed è proprio questo che ci accomuna con Poste: entrambe le realtà hanno l'obiettivo di arrivare sul territorio dove c'è il bisogno, di essere parte attiva nelle comunità. Sentiamo una forte consonanza con il progetto di Poste Italiane Presenti sul territorio, vicini alle comunità e siamo felici di esserne parte».

«La nostra Onlus opera per il diritto alla felicità di bambini e ragazzi con gravi patologie e delle loro famiglie. Le attività si svolgono presso Dynamo Camp, a Limestre in provincia di Pistoia. Poste Italiane sostiene il progetto dei Dynamo Programs, con cui la nostra Onlus porta la Terapia Ricreativa sul territorio. Ed è proprio questo che ci accomuna con Poste: entrambe le realtà hanno l'obiettivo di arrivare sul territorio dove c'è il bisogno, di essere parte attiva nelle comunità. Sentiamo una forte consonanza con il progetto di Poste Italiane Presenti sul territorio, vicini alle comunità e siamo felici di esserne parte».



Michele Bonetti, Presidente Le Ali dei Pesci. «Le Ali dei Pesci Onlus nasce in collaborazione con

«Le Ali dei Pesci Onlus nasce in collaborazione con l'Università di Roma La Sapienza e in particolare con il Dipartimento di Neuroscienze Umane, Sezione di Neuropsichiatria infantile, allo scopo di promuovere lo studio e la ricerca scientifica per i disturbi del neurosviluppo infantile e per sostenere i bambini e le loro famiglie in un'ottica di integrazione. La collaborazione con Poste è la più importante e proficua che abbiamo: siamo riusciti ad ampliare progetti storici come "Il centro estivo" e realizzarne altri, come le attività "Rugby con le Ali" che ha visto la partecipazione di un numero importante di bambini».



Jan Poulie, Vicepresidente e Fondatore di Fondazione Theodora. «La nostra Fondazione si prende cura dei bambini in ospedale attraverso le speciali visite dei Dottor Sogni, artisti professionisti che portano nelle stanze d'ospedale momenti di ascolto, gioco e immaginazione. Poste Italiane sostiene il nostro Programma di Visita in reparto: grazie a Poste, ogni settimana i bambini in ospedale e i loro familiari ricevono la magica visita dei Dottor Sogni, un incontro speciale che permette ai bambini di evadere dalla loro stanza d'ospedale e di ritrovare il gioco, l'immaginazione, e i sogni che non devono mai mancare nella loro quotidianità».

«La nostra Fondazione si prende cura dei bambini in ospedale attraverso le speciali visite dei Dottor Sogni, artisti professionisti che portano nelle stanze d'ospedale momenti di ascolto, gioco e immaginazione. Poste Italiane sostiene il nostro Programma di Visita in reparto: grazie a Poste, ogni settimana i bambini in ospedale e i loro familiari ricevono la magica visita dei Dottor Sogni, un incontro speciale che permette ai bambini di evadere dalla loro stanza d'ospedale e di ritrovare il gioco, l'immaginazione, e i sogni che non devono mai mancare nella loro quotidianità».



i 160 anni di Poste Italiane

Il Maestro Leonardo Laserra Ingrosso rivive con noi l'evento all'Auditorium Conciliazione

«Il nostro omaggio musicale ai 160 anni di Poste Italiane»

Il 19 maggio il Colonnello ha diretto la banda della Guardia di Finanza al concerto celebrativo per l'anniversario dell'Azienda:

«Dopo un periodo di limitazioni dovute al Covid, siamo tornati davanti a un pubblico che ci ha trasmesso grandi emozioni»

di **FILIPPO CAVALLARO**



La banda della Guardia di Finanza si è esibita in concerto lo scorso 19 maggio in onore dei 160 anni di Poste Italiane all'Auditorium della Conciliazione di Roma. La banda è stata diretta dal Maestro Direttore

Colonnello Leonardo Laserra Ingrosso, alla presenza di rappresentanti delle istituzioni, autorità militari, oltre che naturalmente dei vertici e dei dipendenti di Poste Italiane. Ad aprire il concerto "La Leggenda del Piave", un brano simbolo perché scritto da un impiegato di Poste a Napoli. Dalla "Leggenda del Piave" a "Torna a Surriento", interpretata dal tenore Piero Mazzocchetti, da Ennio Morricone a "Nessun dorma", la banda ha interpretato alcuni celebri brani che hanno accompagnato la storia del nostro Paese. Il Direttore Laserra Ingrosso racconta in questa intervista l'impegno e le emozioni che hanno accompagnato la serata.

Poste e Guardia di Finanza sono due istituzioni da sempre molto vicine ai cittadini: che cosa ha significato mettere in musica questa unità di vedute?

«È noto che la musica ha il potere di unire e se ciò accade tra singole persone che sono parte integrante di uno stesso evento musicale, come anche di due entità talvolta distanti, ritengo di poter affermare che la collaborazione tra due istituzioni, quali le Poste e la Guardia di Finanza, ha potuto esaltare e far emergere in modo palese le peculiarità che le uniscono. Per la banda musicale è stato un motivo di grande soddisfazione sottolineare gli intendimenti di entrambe le istituzioni».



Il Maestro Direttore Colonnello Leonardo Laserra Ingrosso

Come è stato deciso il programma del concerto che si è tenuto all'Auditorium Conciliazione lo scorso 19 maggio?

«È ormai prassi consolidata che i programmi proposti dalla nostra banda musicale siano scelti in relazione alla tipologia e alle motivazioni relative all'evento. Nello specifico la storia di Poste Italiane illustrata attraverso il francobollo, una tra le icone più rappresentative di Poste, ci ha dato la possibilità di raccontare in musica quanto accaduto dal 1862 ad oggi. Anche la presenza sul palco della tradizionale macchina da scrivere utilizzata e custodita da Poste Italiane è parte integrante della storia».

In pochi sanno che la Canzone del Piave venne scritta sui registri delle Poste, oggi conservati presso il Museo delle Poste. Che cosa le piace sottolineare rispetto a quest'opera?

«La Leggenda del Piave è un brano patriottico che tutti noi associamo ad un periodo storico, la Prima Guerra Mondiale, indelebile nei ricordi e che genera sempre forti emozioni in chi lo esegue e in chi lo ascolta. Aver appreso che il brano in parola è stato composto da un dipendente delle Poste, ha sicuramente suscitato meraviglia e stupore sia negli esecutori che nel pubblico presente in sala».

La banda è da sempre un'espressione, anche simbolica, dello spirito di gruppo e dell'unità di intenti. Da direttore, come favorisce l'armonia e la collaborazione tra i suoi musicisti? Trova che siano strategie replicabili in ogni contesto, dallo sport al mondo del lavoro?

«Penso di poter dire che, in tutte quelle che sono considerate espressioni di gruppo, è fondamentale che ci sia armonia in-

tesa non come un fatto soltanto di carattere musicale ma come una componente indispensabile per ottenere i risultati che ci si prefigge di raggiungere. La figura del Direttore, nello specifico contesto, si inserisce quale elemento trainante dapprima nelle motivazioni ed entusiasmo da trasmettere agli esecutori e successivamente nel pervenire ad ottenere la migliore performance».

Il concerto è stato seguito da rappresentanti delle istituzioni e da lavoratori di Poste provenienti da tutta Italia. Qual è stato per lei il momento più emozionante della serata e che emozioni ha notato negli sguardi dei suoi musicisti?

«Come tutti sappiamo, il periodo del lockdown e di protocolli da rispettare ci aveva portati su una dimensione completamente sconosciuta e nuova per un artista. Vedere un auditorium occupato in ogni ordine di posti, ricevere consensi infiniti e tangibili dimostrazioni di apprezzamento da un pubblico così numeroso ed entusiasta, ritengo sia stata la svolta dopo un periodo di ristrettezze e una forte motivazione a riprendere i ritmi sostenuti che hanno sempre accompagnato le nostre esibizioni. Una serata che oltre a far risultare il tutto esaurito è stata contraddistinta da tre standing ovation, che ha generato in tutti noi una forte emozione che difficilmente potremo dimenticare».



Avvicina il cellulare per vedere il concerto dedicato ai 160 anni di Poste Italiane



Il Maestro durante il concerto del 19 maggio



La platea dell'Auditorium della Conciliazione di Roma



Il tenore Piero Mazzocchetti ha interpretato "Torna a Surriento"



La macchina da scrivere "suonata" nel corso del concerto



L'omaggio della banda ai 160 anni di Poste Italiane



I musicisti della banda della Guardia di Finanza sul palco



Durante le Guerre Mondiali ebbero un ruolo fondamentale nel garantire le comunicazioni

Il coraggio delle donne di Poste nell'Italia invasa e bombardata

Da Giuseppina, che continuò a prestare servizio sotto i colpi dell'artiglieria, a Filomena, che riuscì a salvare i valori dell'ufficio: in quegli anni terribili furono numerose le impiegate modello, rapide, efficienti, con grande manualità, e anche più disciplinate

di **PIERANGELO SAPEGNO**



Erano i giorni della disfatta di Caporetto, l'esercito che ripiegava sul Piave, interi corpi d'armata al collasso, 300mila soldati italiani fatti prigionieri e 350mila allo sbando. Quella ritirata durò

un mese, dall'alba del 24 ottobre del 1917, quando austriaci e tedeschi avevano aperto una breccia nello schieramento italiano. Le cronache raccontano che sulle nostre linee piovevano tonnellate di gas tossici e proiettili di artiglieria. Noi ci siamo dimenticati cos'è una guerra. Adesso la guardiamo alla televisione o la leggiamo sui giornali. Ma viverla è un'altra cosa. Bisognava resistere, tenere in piedi le comunicazioni. Le Poste erano fondamentali in questa fase. Lei si chiamava Giuseppina Favero, ed era gerente della ricevitoria postale di Maserada, provincia di Treviso. Gli uomini erano andati al fronte, e le donne che avevano preso il loro posto erano più di 13mila, impiegate a vario titolo nelle Regie Poste, come centraliniste telefoniche o ausiliarie telegrafiste. Molte furono promosse al rango di responsabili dell'ufficio, vedendosi affidare oltre al proprio incarico anche quello del direttore. Lo stipendio a fine mese no, erano ancora sottopagate, anche se la guerra stava cambiando tante cose. Nel 1911 le donne alle Poste erano 850, cioè 150 volte di meno. Giuseppina era di quelle salite di grado. In quei giorni piovevano cannonate anche nel suo paese, cadevano i muri e tremavano le strade, ma lei non poteva mollare. E non mollò.

Messe alla prova dal destino

Paolo Marcarelli, ricercatore della Fondazione ProPosta, è andato a sfogliare il "Bollettino del Ministero delle Poste e dei Telegrafi" per cercare le storie di quegli anni. Giuseppina Favero l'ha trovata sotto la voce "Atti di valore", assieme a molte altre come lei, che hanno ricevuto encomi o medaglie per quello che hanno fatto nei lunghi mesi terribili della Grande Guerra. E lì c'è scritto che Giuseppina «nonostante il tiro delle artiglierie nemiche, seppe continuare imperturbata a disimpegnare il proprio servizio, non ritirandosi se non dopo che fu obbligata dalle autorità militari». Come un soldato, forse persino meglio. Messe alla prova dal destino, in quegli anni terribili le donne si rivelano impiegate modello, rapide, efficienti, con grande manualità, e anche più disciplinate. Sono tutte caratteristiche di cui l'azienda ha bisogno. Ma a quei tempi la Storia è ancora indietro. Nella seconda metà dell'Ottocento, per lavorare alle Poste le donne dovevano essere nubili o vedove, e se si sposavano era-



Durante la Grande Guerra, 13mila donne presero il posto degli uomini nelle Poste



rispondenza viene portata con i furgoni, ma per salire nei bricchi si va con il mulo e persino in slitta. Le lettere portano una oblitterazione aggiuntiva: "Verificata per censura". Non si possono citare i luoghi e le date, perché non si può rischiare di dare informazioni al nemico. In ogni caso scrivere diventa uno strumento di grande valore pratico ed emotivo, un modo per restare accanto ai tuoi o anche solo per chiedere delle cose utili. Ed è per questo che proprio in quegli anni crolla l'analfabetismo in Italia, passando in così poco tempo dal 48,5 al 27,4.

Elevato senso del dovere

L'altra crescita importante è quella femminile. Ci penserà il fascismo, poi, a fermarla, perché concepisce la donna solo come una madre che deve sfornare numeri da armare con le baionette. Ma il progresso è entrato nella testa, e il segno ormai è tracciato. Le donne in quegli anni lì non hanno preso solo il posto degli uomini. Sono state promosse, hanno diretto uffici importanti, e hanno affrontato il pericolo con coraggio. Come scrive Paolo Marcarelli, «le dipendenti postali, in particolare quelle che lavoravano vicino alle zone di guerra, rischiarono la vita, soprattutto sotto le bombe austro-tedesche, pur di continuare ad assicurare un servizio così essenziale». Sono tanti gli esempi, come quello di Giuseppina Favero. Così, a Valentina Chiarazza, supplente postale a Grado, è stata consegnata la medaglia d'argento al valor militare «perché nell'esercizio delle funzioni di dirigente di un ufficio militarizzato non abbandonava la sede, crollata sotto colpi di grosso calibro con molte vittime, se non dopo aver messo al sicuro i valori, dando mirabile esempio di alto sentimento del dovere, di sereno coraggio e proficuo

sprezzo del pericolo». Le stesse qualità che ritroviamo in Filomena Cimolato, gerente della ricevitoria di Vas, in provincia di Udine: «Durante l'invasione nemica rimase bloccata nel paese e dopo aver riparato a Mel, venne internata dalle autorità austriache in un campo di concentramento in Ungheria. Ciò nonostante riuscì ad occultare i valori dell'ufficio, finché, al momento del rimpatrio, poté consegnarli alla direzione di Belluno». Nessuno ha potuto capire come abbia fatto Filomena a nascondere soldi e documenti. Ma ce ne sono tante di donne così: fanno quello che devono senza troppe parole. E riescono pure a farlo fare agli altri. Ida Donadel, reggente dell'ufficio di Mestre, s'è presa un encomio per questo, perché sotto i «ripetuti bombardamenti aerei, con il suo contegno energico e coraggioso infondeva coraggio, fiducia e calma al personale dipendente». L'elenco delle telefoniste che resistono sotto le cannonate è abbastanza nutrito, ci sono Carmela Chirisola, Giulia Pezzé, Maria Favaro e tante altre, che continuano tutte a lavorare con grande serenità, «dimostrando elevato senso del dovere e mirabile sprezzo del pericolo». Poi c'è il caso di Ernestina Tapoli, titolare a Cantello, Como, che riuscì addirittura «a far identificare e arrestare una spia il 17 gennaio del 1918».

Sacrificio e coraggio

Quando finisce la guerra le donne devono tornare al loro posto, come capita a Teresina Gramsci, la sorella di Antonio, che riprende il suo lavoro da impiegata dopo aver diretto l'ufficio di Ghislara. Ma le donne hanno fatto molto più di quello che dovevano e qualcosa bisogna riconoscerlo. Hanno fatto anche i lavori pesanti, nei cantieri, hanno fatto le operaie, le spazzine, e nelle Poste sono state addirittura il dirigente e il soldato. Nel 1919, come logica conseguenza, viene finalmente abolita l'autorizzazione maritale. La donna potrà decidere da sola se lavorare o no. E sotto il fascismo, nonostante il Regime non sia d'accordo, continuerà a farlo. Il ruolo della donna ha nelle Poste una crescita esponenziale, per certi versi superiore a quella del Paese. Oggi l'altra metà del cielo rappresenta il 54 per cento dei dipendenti e il 46 dei quadri dirigenti. Tra le direttrici di ufficio postale, poi, la percentuale sale al 58 per cento, con un'ottima presenza al Nord e al Centro (in Emilia tocca il 79). Solo in Campania, Puglia e Sicilia questi numeri sono inferiori al 50 (e comunque superiori al 30). Anche il 36 per cento delle filiali di Poste è guidata da donne. Ed è una donna la Presidente, Maria Bianca Farina. Ma per arrivare fino a qui, c'è voluto il sacrificio e il coraggio di quelle come Giuseppina e Filomena, delle loro storie e di tutte quelle che non siamo mai riusciti ad ascoltare. ●



le nostre stelle al merito

I volti dei nostri colleghi insigniti con l'onorificenza del Ministero del Lavoro

L'Italia ha premiato le 58 Stelle di Poste

Il Presidente della Repubblica Mattarella: «Un segno di riconoscenza verso chi, mettendo professionalità nel lavoro di una vita, ha contribuito a far crescere il nostro Paese e a migliorarne la qualità»

Per il tredicesimo anno consecutivo Poste Italiane ha partecipato con i suoi dipendenti al conferimento dell'onorificenza "Stelle al Merito del Lavoro", assegnata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. La Commissione nazionale istituita dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha deciso di assegnare, sulla base dei requisiti posseduti dagli interessati, ai dipendenti del Gruppo Poste Italiane 58 Stelle al Merito, su tutto il territorio nazionale, in rappresentanza della maggior parte dei mestieri presenti in azienda. Ecco i loro volti.

Abruzzo
Raffaele Guardiani



Calabria
Francesca Cuzzola



Calabria
Nicola Procopio



Campania
Bartolomeo Bavarella



Campania
Maurizio Marolla



Campania
Maria Mollo



Campania
Giovanna Varriale



Campania
Francesco Visone



Emilia Romagna
Patrizia Galli



Emilia Romagna
Francesco Mazzarella



Emilia Romagna
Vincenzo Lucio Pruscino



Friuli Venezia Giulia
Marina Plesnicar



Lazio
Simonetta Collepicollo



Lazio
Stefano Comendini



Lazio
Concezio De Sanctis



Lazio
Giorgio Dugo



Lazio
Marina Giulietti



Lazio
Luciana Lazzari



Lazio
Cinzia Marano



Lazio
Annamaria Retico



Lazio
Giovanni Santolamazza



Lazio
Eugenio Vannelli



Lazio
Sergio Villani



Lombardia
Silvia Cassamali





Lombardia
Rosa Maria De Rosa



Lombardia
Angelo Maccarone



Marche
Floriana Torretti



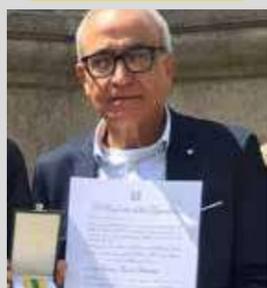
Piemonte
Francesco Carginale



Piemonte
Giuseppe Farina



Piemonte
Enrico Mario Felicella



Piemonte
Gianfranco Lopresto



Piemonte
Maurizio Porasso



Puglia
Antonia Bennardi



Puglia
Mario Conte



Sardegna
Maria Giovanna Pulino



Sardegna
Pierluigi Usai



Sicilia
Rosario Ardizzone



Sicilia
Pietro Sinone Argentieri



Sicilia
Adriana Noritana Castrovinci



Sicilia
Ignazio Cerami



Sicilia
Giuseppina Cimino



Sicilia
Giovanni Garofalo



Sicilia
Raimondo Leo



Sicilia
Biagio Ioria



Sicilia
Giuseppe Marano



Sicilia
Antonino Messina



Sicilia
Salvatore Milton Nobile



Sicilia
Filippo Palano



Sicilia
Giuseppe Vanchieri Selvaggio



Toscana
Enrico Lizza



Toscana
Paola Meotti



Umbria
Vincenzo Biocca



Veneto
Antonio Costanzo



Veneto
Narciso Fiscon



Veneto
Mariangela Tura



Sono stati insigniti della **Stella al Merito** anche i colleghi:

Carmela Liccardo
(Campania)

Sandro Severini
(Lazio)

Arduino Troianiello
(Lazio)



il nostro lavoro

Il 14 e 15 giugno a Roma sono state premiate le filiali vincitrici del contest di Poste

Condividere e aiutarsi: la ricetta delle squadre da Champions

di LUCA TELESE



Come si fa a costruire una squadra vincente? Breve nota sintetica per raccontare un evento unico: metti uno sport hotel illuminato dal sole nel verde di Roma, metti una "Champions" (che non ha a vedere con il

calcio) e un campione del mondo (di pallavolo) che parla di strategie aziendali usando lo spettacolo come metafora. Aggiungi le dodici migliori filiali d'Italia premiate dopo una serrata competizione aziendale, ed ecco il risultato finale: un racconto inedito, irripetibile, e anche divertente. Ed è esattamente quello che è accaduto il 14 e 15 giugno a Roma, all'Hotel Sheraton.

Fuori dagli schemi

La convention per la "Champions Quinto BancoPosta" era anche il punto di arrivo di un particolarissimo contest - una gara - che si è svolto nel mondo di Poste, ma anche una lezione irriparabile in cui un grande campione dello sport, Andrea Lucchetta, ha declinato la sua storia come se fosse un corso di management. Quindi bisogna immaginarsi questo caleidoscopio di cose diversissime tra di loro: l'elegante cornice dello Sheraton, le relazioni sulla cessione del quinto, i palloni blu da volley, i video con cartoni animati didattici e poi lui: ovvero il carisma, la dialettica e l'inconfondibile taglio di capelli scalettato a piramide di Lucchetta. Un look che, più che un vezzo, sembra il manifesto programmatico di una vita fuori dagli schemi. Ed ecco poche necessarie parole per inquadrare il personaggio: Lucchetta - 59 anni - è una leggenda dello sport italiano. È uno dei volti più noti della "generazione di fenomeni", ovvero del gruppo che diede lustro alla nazionale italiana, vincendo in sequenza il campionato europeo del 1989, quello del mondo del 1990 e ben due World League consecutive, dal 1990 al 1992. Esordio sul palco: «Ormai anche noi usciamo dai sarcofaghi».

L'obiettivo di elevarsi

Invitare Lucchetta nel giorno delle premiazioni è stata forse una delle intuizioni migliori del team che ha organizzato l'incontro di Roma. Perché le donne e gli uomini di Poste hanno potuto scoprire una incredibile abilità di Lucchetta: quando racconta di pallavolo riesce a far capire tutto anche ai più profani, e quando spiega lo sport è come se parlasse di marketing. E dunque spiega lo sport raccontando la storia della generazione dei fenomeni, e trasforma questo vissuto intensissimo in una lezione sulla vita: «Noi non abbiamo vinto una coppa, o un trofeo: noi abbiamo fatto quello che dovete fare voi. Abbiamo percepito il cambiamento». Lucchetta ama l'eclettismo: parte dalla sua gavetta, spiega che è arrivato alla pallavolo dal tennis: aggiunge che qualsiasi cosa tu faccia, nella vita, «bisogna imparare a incollare piccoli pezzi di



I colleghi della Filiale di Caltanissetta premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Gorizia premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Milano 1 premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Modena premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Napoli 3 Est premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Pinerolo premiati a Roma

puzzle». Un giorno, racconta Lucchetta, «quando ero solo un giovane raccattapalle della serie A, notai che un noto campione migliorava il suo gesto tecnico con un movimento impercettibile». Così il giovane raccattapalle (che un giorno sarà anche lui campione) si fa coraggio e va a chiedere al noto campione perché faccia proprio quella mossa, se la sua intuizione vedendolo maneggiare la racchetta sia giusta. La risposta è sgarbata e greve: «Se lo hai notato chiedilo al tuo maestro, e non rompere». Da questo aneddoto Lucchetta trae la prima lezione del suo discorso: «Perché non condividere? È un post-it che mi è rimasto dentro da allora. Voi dovete imparare a con-

dividere per due motivi: è la cosa più bella, ma anche quella più utile». Perché questo è il primo segreto delle grandi squadre: «Il secchione doveva aiutare il ragazzo in difficoltà per elevare il livello della classe, ed elevare se stesso». E questo anche perché il giovane Andrea, da ragazzo, nei ritiri spirituali da salesiano non parlava di religione, ma «dell'importanza per poter dare e ricevere». Mezzo secolo dopo, il ragazzo è un allenatore con qualche ruga, e tutto diventa insegnamento su come si arriva alla vittoria: «Questi piccoli frammenti di



Andrea Lucchetta, 59 anni, ha fatto parte della "generazione di fenomeni" della pallavolo azzurra che, con Julio Velasco, dominò i tornei internazionali all'inizio degli anni '90. Nel palmares di Lucchetta, oggi telecronista sportivo, gli Europei del 1989, i Mondiali del 1990 e tre World League



Sul palco, con i nostri team, la leggenda della pallavolo Andrea Lucchetta, che ha portato la sua esperienza di campione calandola nel mondo del lavoro: «C'è un momento in cui capisci che devi correre qualche rischio per il bene della squadra»



I colleghi della Filiale di Pistoia premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Pordenone premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Sondrio premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Terni premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Torino 1 premiati a Roma



I colleghi della Filiale di Bologna 1 premiati a Roma

evoluzione strategica, in realtà, è una lezione sull'ultimo colpo che sempre, nella vita, «deriva da un minuzioso lavoro di preparazione». Il popolo di Poste si appassiona alla lezione di questo campione che andava ai mondiali di pallavolo che con i suoi due metri di altezza, quando gira intorno a se stesso mimando a mani larghe il cerchio della sua area di intervento, sembra che stia mettendo in scena una coreografia. Di nuovo quel piacevole spiazzamento. Sembra che stai parlando di pallavolo e di alzate, di protezione della palla, invece quando spiega come «gestire il cerchio intorno a te», sta parlando anche di Poste, delle voci che ha sentito nella convention.

L'arte più difficile

L'ultima lezione, la più bella, riguarda il rapporto dei giocatori e/o dei dipendenti - a questo punto la fusione dei piani narrativi è totale - con se stessi e la visione del proprio ruolo in gruppo di lavoro. Racconta Lucchetta: «C'è quello, magari anche bravo, che ha la vocazione a non rischiare, per una attitudine a mantenere delle statistiche positive sul suo lavoro». C'è quello che si chiede, nell'area piccola: «Esco o non esco? Che nella vita di tutti i giorni, poi, significa: ti prendi il rischio oppure no?». Ed ecco la filosofia di vita: «C'è un momento in cui capisci che devi allargare il tuo cerchio di rischio, come individuo, perché altrimenti perdi troppi punti come squadra». Molte delle squadre che sono arrivate allo Sheraton perché hanno vinto, hanno fatto questo salto. Geometria, tattica o strategia aziendale: «La pallavolo è antigravitazionale, ed è una questione di tempi. Anche le nostre scelte, nella vita, spesso sono così». Lucchetta non ama quelli che affidano tutte le loro scelte alla «digitalizzazione e alla statistica». E nemmeno crede «ai tattici che forniscono all'allenatore le previsioni statistiche esatte di quello che accadrà. Se queste previsioni fossero attendibili - sorride - noi non avremmo mai vinto». E invece, in ogni squadra, «sono i singoli individui che gestiscono il cambiamento. Che leggono il contesto nell'immediato. Che sanno come capire un cliente, come scannerizzarlo». Nulla è lasciato al caso. Nulla deve essere sottovalutato. Forse, uno dei momenti più belli della lezione del campione, è quello in cui manda in onda un cartone animato con il suo alter ego (l'allenatore "Lucky", stesso ciuffo a scala) e in cui spiega attraverso la storia di una pallavolista sorda, e bravissima, come la sua disabilità le abbia consentito di anticipare le mosse degli avversari leggendo il linguaggio del corpo e delle labbra: «Le tue disabilità possono essere le mie abilità». Il finale della lezione è una grande schiacciata in mezzo ai premiati di Poste. La Champions più pazza del mondo, a Roma, in una giornata di sole, è un grande happening in cui si apprende contaminando i linguaggi, «per poter imparare l'arte più difficile che serve per vincere: fare squadra». Immaginate che bello, in un giorno così, vincere la Champions di Poste.

vita per me si sono ricongiunti dentro uno spogliatoio per capire come elevarsi. Come vincere».

Nel cerchio del campione

Il racconto dell'impresa sportiva diventa dunque racconto universale, e lezione per il mondo del lavoro. Si può vincere con Cuba dopo averci perso sette volte prima di allora. Si può vincere contro i campioni imbattibili dell'Argentina dopo «aver imparato come mettere la testa fuori dall'uovo». Spie-

ga Lucchetta che nello sport, come nel lavoro, come nella vita, spesso «quello che ti porta al successo è il mezzo passo indietro, quando ti chiudi nello spogliatoio, e inizi a ragionare dentro e fuori dalle camere d'albergo». Sta parlando della pallavolo? Della Champions di Poste? Di come gli individui trovano la loro strada? Di tutte le cose insieme. La platea dello Sheraton capisce che i tre piani narrativi, fusi nella grande capacità dialettica di Lucchetta si intersecano. E dunque, persino quando l'ex giocatore racconta la preparazione minuziosa di una alzata di palla per Luca Cantagalli, detto bazooka, sembra che nel racconto sia entrato un eroe omerico. Ma il culmine di questa





il nostro welfare

Per chi ha aderito al programma si apre la fase di fruizione dei vantaggi offerti ai dipendenti

Poste Mondo Welfare è tempo di realizzare la tua idea di benessere

di **LUISA SAGRIPANTI**



La fase di adesione del programma di welfare aziendale Poste Mondo Welfare si è conclusa e dal 27 giugno si apre quella della fruizione: chi ha aderito può iniziare ad utilizzare il proprio

portafoglio welfare con l'offerta disponibile in piattaforma, trasformando in beni e servizi di welfare l'importo del Premio di risultato che ha deciso di convertire. Il viaggio attraverso tutti i vantaggi del welfare si compie sulla nuova piattaforma Poste Mondo Welfare, facile da usare, intuitiva e agile, per migliorare l'esperienza e per facilitare la scelta di beni e servizi. Perché anche la semplicità è un beneficio che ci vogliamo regalare.

Tutte le opzioni per scegliere

Per facilitare la scelta di beni e servizi di

Nella propria area personale

sono presenti le opzioni

disponibili e le modalità

per utilizzarle. È possibile

richiedere nuove convenzioni

welfare, all'interno della piattaforma sono disponibili tutte le opportunità di utilizzo del proprio portafoglio welfare. È sufficiente scegliere il box di tuo interesse per selezionare i prodotti presenti all'interno di ciascuna categoria: Fondo pensione, Fondo sanitario integrativo aziendale, Spese scolastiche per i familiari, Spese socio assistenziali, Spese trasporti, Cultura, Sport, Tempo libero, Viaggi e vacanze, Salute, Voucher (il "Carrello della spesa"). Cliccando su ogni categoria si visualizza il dettaglio delle opzioni presenti e le mo-

dalità da seguire per la relativa fruizione. Puoi utilizzare il tuo portafoglio welfare in più modalità: attraverso i versamenti aggiuntivi sia al Fondo sanitario integrativo aziendale che al Fondo Pensione cui si risulti aderenti; scegliendo il rimborso di spese sostenute nel 2021 e nel 2022 fino al 20 novembre 2022 in determinati ambiti (spese scolastiche, assistenza ai familiari anziani o non autosufficienti, abbonamenti al trasporto pubblico); tramite acquisto diretto di servizi presenti in piattaforma in determinate aree (Viaggi e Vacanze, Cultura, Salute, Sport, Tempo libero); e di voucher relativi al c.d. "carrello della spesa" per l'acquisto di buoni spesa (gift card, buoni carburante, buoni shopping e tanto altro) fino all'importo di 258,23 € annuo. In piattaforma trovi, inoltre, il tutorial che ti accompagnerà nella navigazione alla scoperta delle principali funzionalità.

Sulla piattaforma

La nuova edizione di Poste Mondo Welfare è ancora più vicina alla nostra idea di benessere, anche grazie al fatto che direttamente in piattaforma è possibile suggerire l'inserimento di una o più strutture desiderate all'interno dell'offerta, nel caso non fossero presenti nelle categorie di acquisto diretto riferite a Viaggi e Vacanze, Cultura, Sport e Tempo libero. Per farlo è sufficiente cliccare sul link "Suggerisci convenzioni" presente in piattaforma al di sotto dei contatti dell'assistenza, ed inserire i dati richiesti di tutte le strutture

di interesse. Tutte le richieste verranno prese in carico dall'ufficio convenzionamenti. Sarà comunque la struttura a scegliere se aderire o meno alla piattaforma (tempi indicativi per il convenzionamento: 30 giorni). È sempre possibile verificare lo stato di avanzamento nella sezione "Le mie scelte". Ti ricordiamo che, al termine dell'iniziativa, eventuali importi residui del tuo portafoglio welfare saranno liquidati (al netto degli eventuali crediti welfare aggiuntivi residui) con le spettanze retributive del mese di dicembre 2022 ed assoggettati alla medesima imposizione fiscale e contributiva sulla base della normativa vigente prevista per la liquidazione in cedolino del Premio di risultato.

Informazioni e assistenza

Tutti i materiali informativi sull'edizione 2022 di Poste Mondo Welfare sono disponibili nell'area dedicata in Servizi per la Persona.

Per le tue richieste di assistenza è possibile contattare il numero dedicato 02.87.23.23.67 dal lunedì al venerdì dalle ore 9:00 alle 20:00, esclusi i festivi. Inoltre, è possibile anche utilizzare:

- la live chat e chat bot integrati in piattaforma
- l'indirizzo e-mail foryou@aon.it

Hai tempo fino al 20 novembre per scegliere le soluzioni più adatte alle tue esigenze personali e familiari. Buon viaggio verso la tua idea di benessere. ●

FACILE, COMPLETA
E DEDICATA A TE,
È LA NUOVA PIATTAFORMA
DEI SERVIZI.
IL WELFARE
SECONDO **NOI**.

Abbiamo la nostra idea di welfare.

Una nuova piattaforma digitale facile da usare, intuitiva e agile, per migliorare l'uso del programma welfare e per facilitare la scelta di beni e servizi.

Perché anche la "user experience" è un beneficio che ci vogliamo regalare.

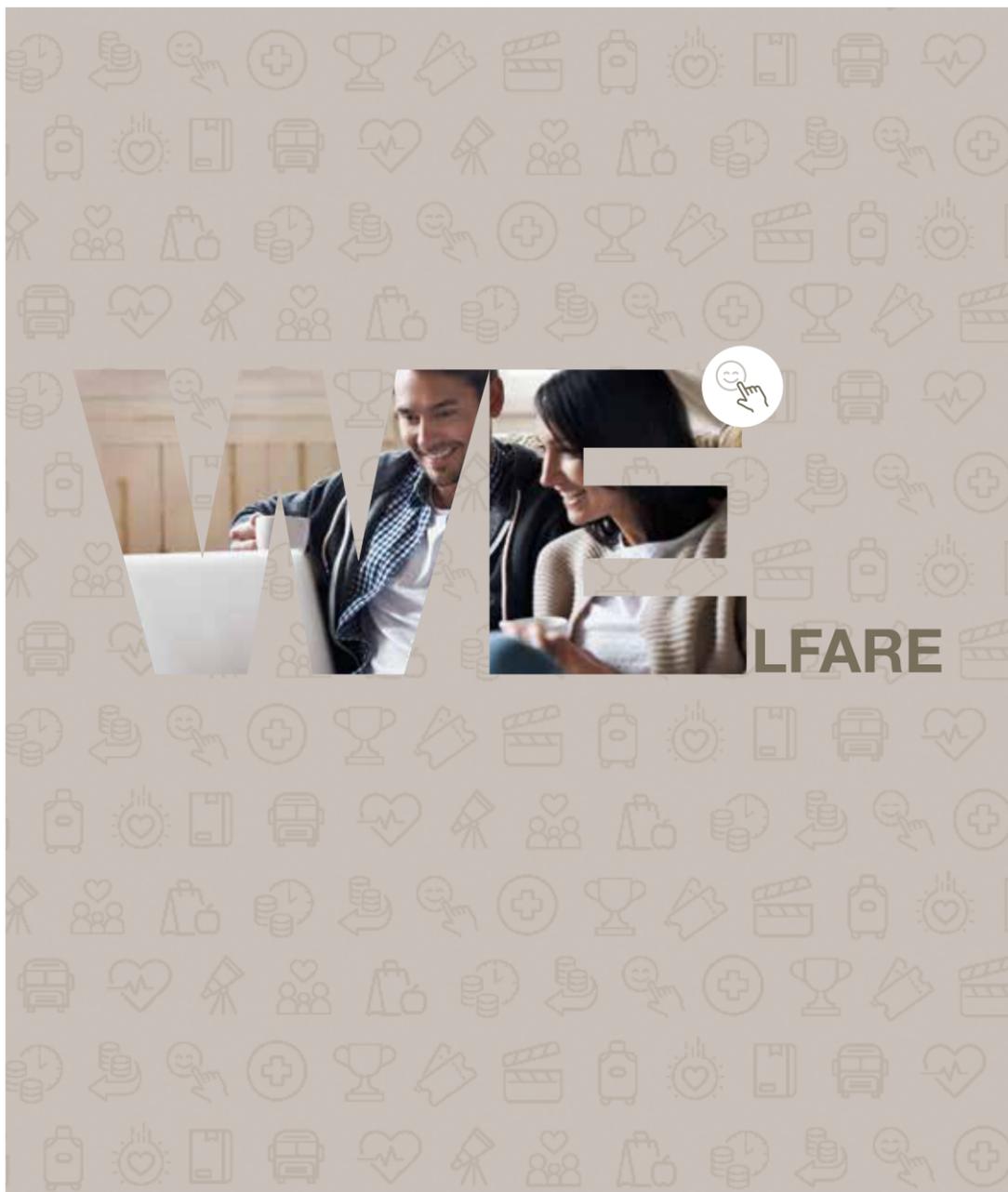
Scopri di più sulla intranet e tramite l'app NoidiPoste.

postemondowelfare

La scelta che ti premia.

160 1862 - 2022

NoidiPoste





il nostro business

I processi, i numeri e le attività della struttura di analisi e gestione del rischio di fornitura

Vendor Rating: i grandi risultati dello strumento di analisi che valuta le performance dei fornitori all'interno della strategia di sostenibilità

Una tessera importante nel più ampio ambito di integrità e trasparenza: definisce un modello di scoring che consente un'accurata valutazione in riferimento alla qualità, sicurezza, puntualità e anche al rispetto ambientale dei servizi offerti

Il progetto Vendor Rating, nato dall'esigenza di dotare l'azienda di un sistema di misurazione delle performance dei fornitori e di valutare i fornitori stessi in ambito ESG, rappresenta un elemento essenziale della catena di fornitura di Poste Italiane.

Gli obiettivi

Il Vendor Rating è uno strumento di analisi e gestione del rischio di fornitura, dalla fase di affidamento fino alla successiva fase di esecuzione del contratto. Il progetto ha l'obiettivo di definire e implementare un modello di scoring che consenta un'accurata valutazione dei fornitori in riferimento alla qualità, sicurezza, puntualità e rispetto ambientale dei servizi offerti, oltre che relativamente al comportamento commerciale e alla correttezza della fatturazione. Lo strumento consente quindi a Poste Italiane la possibilità di effettuare scelte consapevoli inerenti l'acquisto dall'esterno di beni e servizi. In particolar modo, l'attenzione dell'azienda nei confronti del rispetto della tematica ambientale dei propri fornitori conferma ancora una volta l'impegno rispetto allo sviluppo sostenibile. Vengono valutati tutti i fornitori che hanno svolto attività nel periodo di riferimento, fornitori che sono legati a Poste Italiane da contratti come accordi quadro e appalti spot.

I risultati raggiunti

Ad oggi sono state realizzate quattro campagne di rilevazione in ambito ICT relative alle annualità 2020 e 2021 e otto campagne di rilevazione in ambito immobiliare nelle stesse annualità. La soluzione in uso applica un modello di valutazione dei fornitori basato su informazioni che risiedono, in origine, su sistemi proprietari che trasmettono periodicamente dei flussi alimentanti che vanno a popolare la piattaforma di Vendor Rating. I modelli di Vendor Rating sono diversi in base all'area di applicazione e sono stati realizzati in sinergia con tutte le funzioni coinvolte.



La distribuzione delle informazioni

Le informazioni, specifiche per ogni comparto, sono attualmente così distribuite: per il comparto ICT, i dati riferiti alle performance tecniche messe a disposizione dai Direttori dei Lavori in ambito DTO, vengono arricchiti con le indicazioni di performance commerciale ed amministrativa, prodotte dalle altre funzioni competenti (acquisti e finanza e controllo); per il comparto Immobiliare-Lavori Edili e Impiantistici, vengono presi in considerazione solo i dati riferiti alle performance tecniche, messi a disposizione dai Direttori dei Lavori in ambito immobiliare. Per entrambi i comparti l'indice di Vendor Rating è reso disponibile attraverso un apposito portale web, accessibile dalla intranet aziendale previa apposita profilazione, sul quale risiedono i risultati sintetici e analitici delle valutazioni di ciascun fornitore, nonché delle singole forniture erogate nel corso del periodo di osservazione.

Forte attenzione a salute e sicurezza sul lavoro

Tra le attività in corso e quelle messe a piano per l'anno 2022, forte è l'attenzione nell'analisi - da parte di Poste - del rispetto delle prescrizioni in materia di salute e sicurezza sul lavoro dei fornitori. Poste Italiane ritiene da sempre fondamentale, sia per i propri dipendenti sia per tutte le terze parti, che vengano sempre rispettati i criteri di salute e sicurezza sul lavoro. Questa attenzione per le regole in materia costituisce infatti un asset prioritario per definire le politiche aziendali del Gruppo Poste. Inoltre, la costante attenzione sulla sicurezza del lavoro rappresenta da sempre un elemento distintivo di Poste Italiane, anche al fine del posizionamento reputazionale e nei confronti di clienti e stakeholder che, grazie a strumenti come il Vendor Rating, vedono garantito il rispetto delle prescrizioni.





ricordi di poste

La famiglia Caputo, tre generazioni unite dalla posta

“Sulle orme di mio padre” con quella cartolina spedita dal campo di concentramento

di FRANCESCA TURCO



Come un cerchio che si chiude. Con una cartolina in mano che lega tre generazioni della famiglia di Domenico Caputo, portatore di lettere di Barletta. Lui di cartoline oggi ne consegna un po' meno, mentre suo

padre, Pasquale, sta attraversando mezza Europa per circa 1.700 km, dalla Germania alla Puglia, consegnando, in 68 tappe e 68 città, una riproduzione della cartolina che il padre Francesco (nonno di Domenico) riuscì a inviare alla famiglia dal campo di concentramento nazista in cui si trovava prigioniero. Francesco, Pasquale, Domenico, che oggi racconta: «Con questa storia alle spalle, considero il mio lavoro alle Poste un segno del destino. Ogni volta che consegno una lettera o una cartolina ai clienti penso alle storie che possono contenere».

La storia della cartolina

È Domenico, 38 anni, a raccontarci l'iniziativa di suo padre Pasquale Caputo che, all'età di 73 anni, sta ripercorrendo a piedi il tragitto che intraprese suo padre Francesco nel 1945, quando fu liberato dai campi di prigionia di Moosburg, Memmingen e Kaufbeuren nei dintorni di Monaco di Baviera. Il percorso a tema è stato intitolato “Sulle orme di mio padre e di tutti gli Internati Militari Italiani”. Francesco Caputo, soldato in forza al Reggimento di Cavalleria “Ferrara”, in seguito all'armistizio dell'8 settembre 1943, fu catturato a Verona e deportato nei campi di prigionia tedeschi, andando a far parte di quella schiera di internati militari italiani ritenuti traditori dell'ex alleato nazista. Sulla cartolina che riuscì a spedire, in cui salutava e rassicurava la moglie sulla sua salute, è riportato il numero del campo di prigionia (VII B) e il suo numero identificativo 123887. Quella cartolina fu custodita in una scatola di cartone e alla morte di Francesco, nell'88, Pasquale, partendo dagli elementi contenuti nella cartolina (timbro postale, numero del campo, numero del prigioniero), iniziò le ricerche per ricostruire la storia del padre. Francesco era analfabeta per cui fu aiutato sia nello scrivere sia nell'in-

Dalla Germania alla Puglia

a piedi per 1.700 km: così

Pasquale ha deciso di rivivere

il tragitto compiuto da Francesco

nel 1945 dopo la fine del nazismo

viare la cartolina, perché i tedeschi non consentivano di inviare notizie.

Il viaggio di Pasquale

Pasquale, con il sostegno dell'Associazione Barletta Sportiva di cui anche Domenico fa parte, è partito da Monaco l'8 maggio scorso (data della Liberazione della Germania da Hitler) dai primi tre luoghi di prigionia per scendere poi attraverso 68 tappe verso Barletta. Il percorso è stato ricostruito da Pasquale, insieme all'Associazione, grazie a



Domenico Caputo con suo padre Pasquale



cenni storici, ricerche telematiche e testimonianze: la strada che ripercorre era l'unica che i prigionieri, una volta liberati nei campi, potevano battere per arrivare in Italia passando per il Brennero, fino a Bolzano (dove furono sfamati, vestiti e curati) e poi fino alla Puglia. I tempi del cammino sono stati concepiti in modo che Pasquale possa arrivare a Barletta il giorno in cui nel 1945 ci giunse 28enne suo padre, tra il 26 e il 27 luglio. È stato possibile risalire alla data grazie al foglio complementare della pensione che riporta lo storico del servizio militare. In ogni tappa del cammino, Pasquale rende un omaggio a Poste, lasciando simbolicamente una riproduzione fedele della cartolina del padre per farsi portatore di messaggi di pace e speranza contro la guerra. E per chiudere quel cerchio di cui il nostro collega Domenico va giustamente orgoglioso.

CASERTA

E la vita di Pasquale allo sportello postale diventò un Poema di Letteratura Popolare

Pasquale Torellini riavvolge il filo della sua avventura a Poste. E lo fa partendo da poco prima dell'inizio: «Prima di entrare a far parte della famiglia delle Poste – ci scrive – l'1 marzo 1967 avevo ricevuto la nomina di corrispondente da parte dell'importante testata giornalistica “Il Mattino” di Napoli, riferita al mio paese natio Parete, allora piccolo centro agricolo, cuore un tempo della fertillissima Campania Felix».

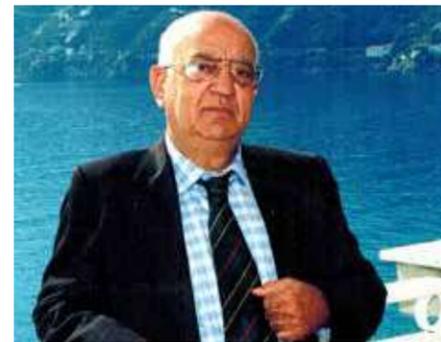
L'inizio della carriera

La passione per la scrittura viene solo accantonata per un po' per fare spazio al cammino professionale: «Nel novembre del 1969 fui assunto per un periodo straordinario di tre mesi presso l'Ufficio Postale di Casale di Carinola (CE). Nel mese di marzo dell'anno successivo fui assunto

presso l'Ufficio Postale di gruppo B di Casale di Principe (CE) con la mansione di vice direttore. Nel 1971 chiesi il trasferimento nell'Ufficio Postale del mio paese natio Parete, ove in qualità di cassiere ebbi l'opportunità di conoscere vita e miracoli dei miei concittadini, acquisendo un'esperienza di vita popolare che dovevo poi sollecitare la mia fantasia a scrivere libri sugli usi, costumi e tradizioni, in una trama di personaggi insieme concreti e tipizzati, quasi “maschere” della quotidianità meridionale. I racconti sono narrati nel libro dal titolo “Poema di Letteratura Popolare Amena”».

Un racconto d'epoca

Proprio in quelle pagine si trova un racconto dal titolo “Le liemme gli salvarono la pensione”, che è uno spaccato di vita del tempo. Un vecchio pensionato si presenta con la consorte allo sportello per riscuotere il rateo di pensione. Dopo aver firmato il cedolino, raccoglie il libretto e i soldi e pone il tutto cautelativamente all'interno della camicia. «Dopo circa mezz'ora il pensionato – racconta Torellini – sempre accompagnato dalla consorte, in preda ad una confusione mentale ritorna nell'Ufficio e, sopraffatto da una forma d'isterismo, sbracciandosi tra la folla arriva davanti al cassiere tutto tremolante e dice: “Ragioniere, vedete a chi avete consegnato la mia pensione, perché a me sicuramente



Pasquale Torellini

non l'avete data”. Il cassiere rivolgendosi alla consorte le dice: “Signora nemmeno voi avete visto dove suo marito li ha messi i soldi?” “Sì, – risponde – per sicurezza li ha messi nella camicia”. Poi pensando che si fossero infilati giù nei pantaloni, si cala e nota che effettivamente il libretto e i soldi erano rimasti incagliati nei mutandoni, che all'epoca i vecchi indossavano legandoli alle estremità con le liemme ovvero le stringhe. La consorte rialzandosi dice al consorte: “Rimbambito, i soldi e il libretto sono caduti giù nei mutandoni e grazie alle liemme non si sono sfilati”» conclude Torellini.



Mandateci fotografie e testimonianze per condividere le vostre esperienze

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

Le parole del pensionato dal piccolo borgo di Laconi, nel cuore della Sardegna

Il centenario postale Agostino: «I pacchi? Li portavo con l'asino»

Anche Luigi, il papà del signor Enis, lavorava alle Poste: «Ho portato avanti il suo lavoro dal 1960, quando sono stato assunto, alla pensione nel 1984». Il racconto delle consegne di un tempo: «Quanta strada ho fatto, a volte dovevo rincorrere il somaro»

di **BARBARA PERVERSI**



Come ogni mattina il signor Agostino Enis attraversa il piccolo borgo di Laconi, nel cuore profondo della Sardegna, da Corso Gramsci, dove risiede, verso il centro. Incontra persone, saluta i suoi compaesani, passeggia nel centro di questo piccolo comune di meno di 2.000 abitanti. Non ci sarebbe nulla di strano, se non fosse che il signor Agostino cammina su e giù, salite e discese per un dislivello di 300 metri, all'invidiabile età di 103 anni. Anzi, quando gli si chiede l'età lui risponde, ridendo: «104 a febbraio prossimo!».

Uno di noi

Il signor Agostino è uno di noi. Era il postino del paese e faceva lo stesso mestiere di suo padre. «Sono nato a Laconi il 15 febbraio 1919 - ci racconta a voce alta circondato da figli, generi, nuore e nipoti - e ho lavorato alle Poste dal 15 febbraio 1960, giorno del mio 31esimo compleanno, fino al 1984 portando avanti il mestiere di mio padre Luigi, anche lui portalettere». Agostino ricorda con lucidità e ricchezza di dettagli il lavoro lasciato da quasi 40 anni: «La posta all'epoca arrivava a Laconi con quattro treni, due da Cagliari e due da Sorgono. Mi ricordo pacchi strapieni di carta che io andavo a prendere



Agostino Enis, 103 anni. A destra, l'attestato del padre Luigi

con l'asinello. Attraversavo il paese e poi la consegnavo a piedi, anche io carico come un asino. Lettere, raccomandate, cartoline: erano talmente tante che spesso dovevo uscire la mattina e poi anche la sera per consegnare tutto. A Natale e Pasqua la quantità di cartoline era esagerata e quando arrivavo io per le persone era sempre una festa».

Il rispetto del paese

Quel lavoro, duro ma gratificante, ha permesso ad Agostino di crescere sei figli e - scherza lui - anche di mantenersi in forma: «A volte l'asino mi scappava via e dovevo inseguirlo... Se sono arrivato a questa età, forse è anche per tutta la strada che ho fatto consegnando quei pacchi di posta. Era un servizio che facevo tranquillamente, mi comportavo bene con tutti, sempre onestamente, e tutti in paese mi hanno sempre rispettato, ancora oggi qualcuno si ricorda di me come il postino del paese. Oggi, al posto mio, c'è una donna, la vedo passare in automobile e con la divisa da portalettere; io uscivo con l'asino ed ero sempre in borghese perché la divisa che ci davano doveva durare anni. Erano proprio altri tempi, ma anche allora abbiamo fatto il nostro lavoro per la gente». Anche uno dei figli di Agostino, Ignazio, lavora per Poste a Tortoli in Mercato Privati, continuando l'antica tradizione di famiglia. ●

LA TESTIMONIANZA

«Sapevo andare in bici e in motorino: così cominciò la mia carriera»

Mi chiamo Vittorio, ho 84 anni, sono un ex dipendente di Poste Italiane e provengo da un paese della Calabria. Da circa un anno ricevo il vostro giornale PosteNews, leggerlo è per me un grande piacere, mi fa sentire ancora in servizio, sebbene sia ormai in pensione da tempo.

All'epoca del mio primo contatto con l'azienda avevo circa 22 anni, quando ricevetti un telegramma che mi chiedeva di presentarmi il tal giorno a Crotona per sostenere un colloquio di lavoro. Il giorno successivo sono partito alla volta di Crotona, all'Ufficio Postale ho trovato un dipendente che mi ha accompagnato dal direttore. Mi accorsi che nella stessa stanza vi erano altri tre candidati per lo stesso colloquio, tutti della provincia di Cosenza. Il direttore, dove aver verificato i nostri dati anagrafici, chiese subito se sapevamo andare in bicicletta, motorino o guidare l'auto; gli altri tre candidati risposero negativamente,



solo io potei dichiarare di essere in grado di andare in bicicletta e in motorino e di essere munito di patente. A questo punto il Direttore esclamò «finalmente ho trovato uno che sa guidare!». Mi assegnò l'incarico di portalettere e fattorino. Mi venne consegnata l'apposita borsa da portalettere e ricoprii tale ruolo a Crotona per circa nove anni. Imparai così a conoscere molto bene la città, tanto da ricevere l'encomio del direttore e, dopo solo un anno, l'incarico di formare i neo assunti.

Dopo due anni dall'assunzione hanno consegnato la divisa, di cotone di ottima qualità, da me indossata sempre con orgoglio e piacere.

Dopo circa nove anni che lavoravo per Poste, è stata emessa una disposizione che prevedeva per chi avesse maturato almeno quattro anni di servizio e disponesse di un titolo di studio almeno di III media, la possibilità di partecipare a un concorso a livello nazionale che comportava un avanzamento di ruolo. Avendo visitato Milano in occasione del mio viaggio di nozze, decisi di partecipare al concorso optando per tale destinazione e, dietro consiglio di un collega, di scegliere il ruolo di telegrafista nazionale e internazionale.

Ho quindi seguito un corso, sia teorico che pratico, della durata di sei mesi al Politecnico di Milano, comprensivo di test ed esame finale. Il tema dell'esame scritto aveva come argomento "parli il candidato dell'importanza della corrispondenza fra le persone e i popoli". Sono stato promosso al ruolo di telegrafista e telefonista e negli anni sono stato selezionato diverse volte per andare in trasferta, per esempio a Udine in occasione del terremoto del 1976, oppure a Roma per istruire i colleghi sul funzionamento della centrale per la commutazione dei telegrammi provenienti da tutto il mondo. Ho continuato a lavorare presso l'azienda postale fino alla pensione, ricoprendo con il tempo varie posizioni e ruoli.

Termino qui il racconto dei miei primi anni in Poste Italiane, dove ho sempre lavorato con soddisfazione fino al 2001.

Vittorio Poerio



dentro l'azienda

In "Voci digitali" centinaia di contenuti realizzati da analisti ed esperti

Un lungo percorso di formazione per l'innovazione digitale in Azienda

Otto webinar in collaborazione con il Politecnico di Milano per l'aggiornamento continuo sull'innovazione in Poste Italiane: contenuti sempre accessibili sulla piattaforma e-learning

di MANUELA DEMARCO



Poste Italiane investe sulla formazione dei dipendenti grazie al percorso chiamato "Voci Digitali", promosso in collaborazione con la School of Management del Politecnico di Milano,

che mette a disposizione docenti e contenuti digitali degli Osservatori Digital Innovation, una piattaforma multimediale e interattiva per l'aggiornamento professionale sull'Innovazione Digitale, con centinaia di contenuti ed eventi realizzati da analisti ed esperti. Obiettivo del programma, promosso dalla Digital Academy e Innovation della Corporate University di Poste Italiane, in collaborazione con gli esperti di Market Data Analysis, è coinvolgere il personale dell'azienda favorendo lo sviluppo e la diffusione della cultura dell'innovazione digitale in azienda mostrando anche le opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno sulle persone, sulle imprese e sulla pubblica amministrazione. I contenuti del corso sono stati articolati in otto webinar disponibili sulla piattaforma e-learning e consultabili in qualsiasi momento da tutta la popolazione aziendale.

Crescita e sviluppo con l'Open Innovation

Accelerare la trasformazione digitale nelle imprese. È questo l'obiettivo del primo webinar del percorso dedicato ai temi dell'Open Innovation che richiama la scelta strategica di aziende quali Poste Italiane di ricorrere non soltanto a idee e risorse interne, ma anche a idee, soluzioni, strumenti e competenze tecnologiche che arrivano dall'esterno, in particolare da startup, per promuovere innovazione e sviluppo.

Strategia omnicanale

È la scelta di una strategia omnicanale che ha trasformato Poste Italiane in una platform company, resiliente rispetto alla pandemia e che prosegue il suo percorso di innovazione con iniziative che rafforzano questa visione. Questo uno dei temi focali del percorso formativo proposto da Poste, per promuovere la consapevolezza che un approccio omnicanale della customer experience è fondamentale per gestire i cambiamenti in atto, in particolare nei processi d'acquisto dei consumatori.

Identità Digitale, una grande sfida

È ormai evidente la centralità dei sistemi di riconoscimento per la ripresa della nostra economia e la necessità di utilizzare l'identità digitale nel quotidiano di tutti: per accedere all'app IO, mostrare il Green Pass, oppure scaricare referti dal fascicolo sanitario elettronico. Poste Italiane con il sistema Poste ID abilitato a SPID si posiziona come il maggiore provider di identità digitali in Italia.

Oltre
6.000

Le iscrizioni
volontarie ai webinar

Oltre
3.000

Le consultazioni on
demand di video lezioni,
materiali didattici
e booklet di ricerca
disponibili nella Open
Learning Area della
piattaforma eLearning

Molto alto il livello di motivazione
e ingaggio dei colleghi che hanno
partecipato da tutto il territorio e
da ogni funzione aziendale

Molto alto il livello di gradimento,
efficacia e utilità dell'iniziativa
formativa

E-commerce e innovazione digitale

Non poteva mancare tra gli approfondimenti del corso un focus sull'e-commerce, business in rapida crescita in Poste Italiane che si posiziona tra i maggiori player del mercato. Tra i contenuti proposti dal corso di rilievo le considerazioni sulle prossime evoluzioni del commercio, nel cui ambito sta maturando un atteggiamento di maggiore responsabilità verso ambiente e società, e una consapevolezza sempre più forte della centralità della logistica per il successo del proprio business.

Intelligenza Artificiale, le prime applicazioni

Tema cruciale dell'innovazione digitale è sicuramente l'intelligenza artificiale (AI), che ha spinto anche Poste Italiane alla ridefinizione delle strategie di business. In particolare, l'AI in azienda ha trovato ampia applicazione nelle diverse funzionalità, in progressiva evoluzione, dell'Assistente Digitale che fornisce assistenza ai clienti, rispondendo in linguaggio naturale sui canali web, telefonico e whatsapp di Poste Italiane.

Internet of Things: oggetti intelligenti

Grazie alla connettività diffusa e a strumenti tecnologici piccoli e potenti, il digitale si sviluppa e si diffonde rapidamente. Così l'Internet Of Things (IoT), gli oggetti intelligenti connessi che generano dati controllabili da remoto, permette di cogliere le opportunità offerte dall'evoluzione tecnologica digitale. È dedicato proprio a questo uno dei moduli di formazione, che Poste ha già proposto come webinar digitale, proprio perché l'utilizzo di queste tecnologie sarà decisivo nei prossimi anni, anche dal punto di vista economico.

Logistica sempre più green e digitale

Interessante una ricerca condotta dal Politecnico che esplora trend della logistica. Packaging, network design, trasporto e il magazzino sono i principali ambiti di innovazione che trainano la trasformazione sostenibile, con la sperimentazione di nuove tecnologie di alimentazione green per le flotte, come il CNG (Compressed Natural Gas) e l'elettrico BEV (Battery Electric Vehicle). In questa direzione si sta muovendo anche Poste Italiane che ha dichiarato di puntare verso la carbon neutrality (neutralità del carbonio) già entro il 2030.

Il mondo dei pagamenti digitali

In Italia c'è stata una crescita dei pagamenti digitali che nel 2021 raggiungono i 327 miliardi di euro, +22% rispetto al 2020. Effetto trainato dalla pandemia e dalla crescita dell'e-commerce, che ha visto proprio Poste Italiane svolgere un ruolo da protagonista del mercato.

FUTURE LAB

Insieme verso il domani dei ragazzi



Tre sono state le edizioni del progetto "Future Lab", realizzato in collaborazione con Italiacamp, che si sono svolte tra novembre 2021 e marzo 2022. A partecipare i figli dei nostri colleghi, tra i 16 e i 23 anni, che si sono messi in gioco per capire cosa "fare da grande" e come trovare la giusta strada per farlo. L'iniziativa ha avuto l'obiettivo di supportare i ragazzi che hanno partecipato, nelle scelte di studio, avvicinandoli al mondo del lavoro in modo più consapevole per intraprendere percorsi in linea con le loro capacità e passioni e per conoscere i principali orientamenti di mercato sulle future professioni.

Il lavoro del futuro

È stato un percorso ricco di spunti per i ragazzi, che hanno avuto la possibilità, attraverso molti esercizi, di ricevere un feedback individuale sui loro piani di sviluppo individuale attraverso il modello di autoconsapevolezza costruito durante gli incontri. Il futuro? Molte idee anche se, comprensibilmente, c'era chi ancora è alla ricerca della propria strada. «Psicologo, a contatto con i bambini», «Giurisprudenza ... ma non voglio fare l'avvocato», «Lotto con mia mamma che vuole che prenda un indirizzo all'università, ma io voglio lavorare e fare la scenografa», «Diventare musicista o musicoterapeuta»: queste alcune delle risposte che denotano, comunque, un grande entusiasmo.

Passioni e aspettative

La passione per la musica è stata un fattore comune nelle diverse edizioni: molti ragazzi suonano strumenti o compongono. Ma non è solo la musica che occupa il tempo dei nostri ragazzi; anche lo sport, la playstation, lo yoga, l'uncinetto (un'arte antica scoperta grazie alla nonna), leggere, guardare serie tv, disegnare: passioni che un giorno potrebbero trasformarsi in un lavoro. I ragazzi hanno ascoltato anche le testimonianze di chi nella vita ha iniziato a lavorare dopo le medie, ma a un certo punto si è rimesso in gioco e, dopo anni, ha deciso di tornare sui libri e intraprendere un nuovo percorso di vita e di studio. Si è ritrovato grande tra giovani studenti, ma non si è perso d'animo: il suo obiettivo era laurearsi e reinventarsi, e così è stato. È stato dunque raggiunto l'obiettivo di generare in ognuno dei ragazzi curiosità e riflessioni per affrontare al meglio ciò che il futuro gli riserva.

Due "postali" all'MBA del CDP Academy

Si è conclusa con il Graduation Day la prima edizione del CDP Academy - Corporate Master in Business Administration, il primo progetto ad alta formazione svolto in collaborazione con la Luiss Business School che ha visto coinvolte 30 persone selezionate tra i dipendenti del gruppo Cassa Depositi e Prestiti e otto società partecipate. In rappresentanza di Poste Italiane hanno concluso il percorso formativo i colleghi Cristiano Ricci ed Eleonora Troiani, impiegati rispettivamente nel marketing di BancoPosta e Postepay. L'MBA ha avuto la durata di due anni, con lezioni sulle principali materie economiche, tra cui Economics, Accounting, Finance, Banking, Marketing, Business Law, Statistics, Strategy e alcuni focus su industry specifiche come Pharma, ICT e Media & Communication.





Sostenibilità e inclusività: ecco come aderire al progetto dedicato a tutti i dipendenti

Tante strade, un unico cammino: l'iniziativa "IlNostroXcorso"



L'iniziativa coinvolge tutti in questa esperienza: una cartolina dell'Italia e della nostra voglia di muoverci nei posti dove viviamo, lavoriamo o più importanti per la vita di ognuno di noi



di **CONCETTA GELARDI**



Corri, cammina, pedala, allenati, usa il mezzo ecologico che preferisci per spostarti, partecipa come e quando vuoi "al nostro percorso": hai 160 giorni da dedicare al tuo benessere e a Poste. «Parte una nuova iniziativa, per stare insieme, per fare un viaggio capillare, fisico e anche digitale, un po' come siamo noi oggi. Indipendentemente dalla nostra collocazione geografica e dalle nostre passioni, possiamo collegare virtualmente e fisicamente tutto il Paese, così come facciamo normalmente nel nostro lavoro». In occasione dell'evento "Poste Italiane 160 anni", alla presenza dei nostri vertici aziendali, è stata annunciata "IlNostroXcorso", una nuova iniziativa per tutti NoidiPoste.

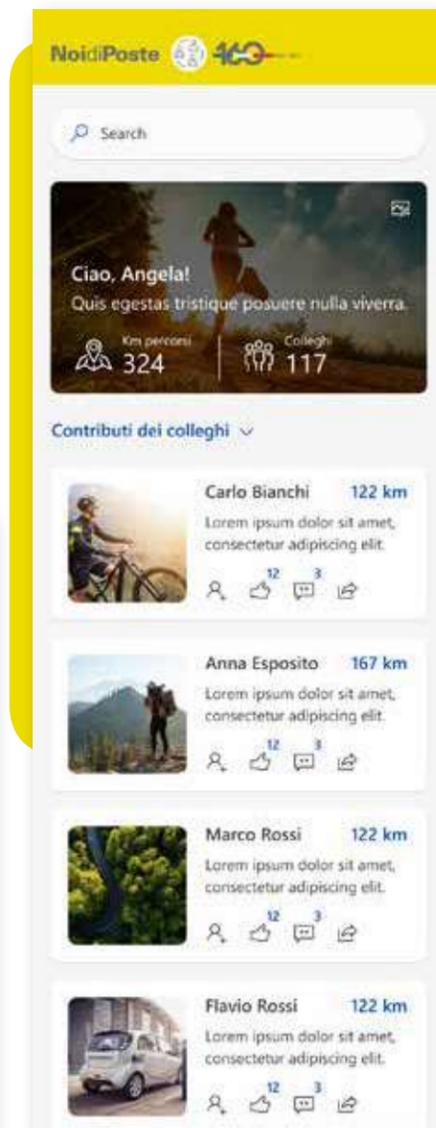
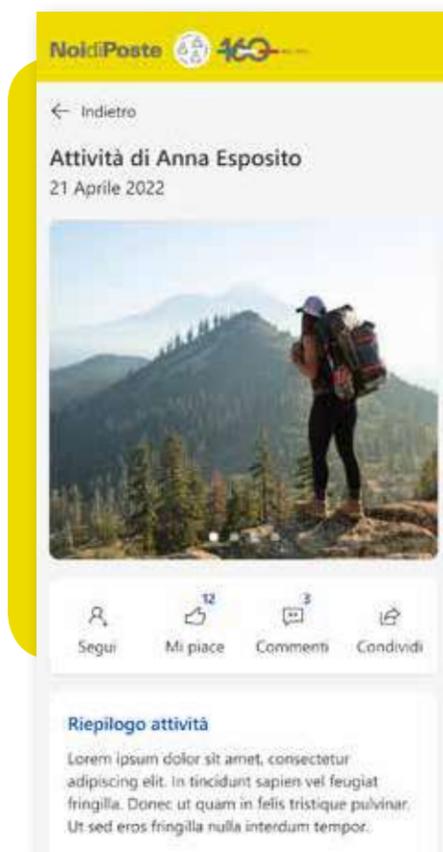
Il progetto

La "metafora del viaggio", a rappresentare il cammino che l'Azienda ha compiuto e continua a compiere da 160 anni, è alla base del progetto, un'occasione per percorrere insieme un pezzo di strada con lo sguardo verso il futuro. Attraverso un'applicazione creata ad hoc e disponibile sull'app e sulla intranet NoidiPoste, potrai condividere la tua esperienza di viaggio che sceglierai di fare da solo o in compagnia, correndo, camminando, in bicicletta, con un mezzo green, etc., partendo dai posti in cui vivi, dove lavori o quelli più importanti per te. Questo progetto è per conoscere le persone di un'azienda grande, diffusa in molte parti d'Italia, inclusiva, attenta alla sostenibilità ambientale, unita nel gioco di squadra per raggiungere obiettivi sempre più sfidanti, alla ricerca del benessere di tutti. Accettiamo la sfida come un viaggio alla scoperta di NOI: un racconto che sarà il contributo di tutti, una moltitudine variegata e presente su tutto il territorio. La famiglia di Poste.

Come fare

Collegati all'applicazione IlNostroXcorso o dall'app NoidiPoste alla voce "IlNostroXcorso" o dalla intranet, entra con il profilo personale di Office 365 (inserendo le credenziali di rete, [userid@posteitaliane.it](mailto:user@posteitaliane.it), password) e carica il "post" del tuo viaggio in Italia tra le strade, i panorami, gli scorci che vedi e vivi ogni giorno arricchendolo di informazioni

con diverse opzioni: i km percorsi, il mezzo ecosostenibile, la foto e la frase per accompagnare il viaggio. Quanti km? Lo puoi decidere in base alla disponibilità, ogni passo in più si aggiungerà ai km percorsi da tutti. Solo o in compagnia? Anche in questo caso puoi scegliere se coinvolgere un familiare con l'opzione "Viaggia con un familiare". E per chi non può muoversi per impegni, difficoltà di ogni tipo? L'app consente di donare dei km anche a altri colleghi che vorrebbero partecipare ma non possono con l'opzione "Viaggia per un collega". Per ciascun utente sarà disponibile una pagina personale con il numero di km percorsi, numero di post pubblicati, numero di followers, numero di like ricevuti. Un modo per socializzare con i colleghi, incoraggiarli e conoscerli anche se distanti, un modo per fotografare la famiglia di Poste diffusa da nord a sud d'Italia. Condividi l'app IlNostroXcorso con i colleghi, percorriamo insieme il nostro viaggio per celebrare i 160 anni di Poste, all'insegna della partecipazione, della sostenibilità e dell'inclusività, passo dopo passo per il nostro benessere. In questo numero di Postenews troverai un adesivo che potrà essere applicato su zaini e vestiti e accompagnerà chiunque deciderà di raccontare il suo percorso e far conoscere l'applicazione ad altri colleghi.



L'ANNIVERSARIO

Le Saette di Poste Italiane compiono 10 anni di attività

Una locandina viene affissa sulle macchinette del caffè nei corridoi della sede di Poste Italiane in Viale Europa: «Hai fiato da vendere e gamba allenata? Vuoi pedalare nella storia insieme a mille bikers da tutto il mondo?». Inizia così, con una chiamata all'azione a cui risponderanno in cinque, la lunga storia decennale del Team MTB Poste "Saette", per iniziativa dei primi due colleghi ciclisti Alessandro Leonardi e Alberto Papi. Fiato, inteso come capacità agonistica e affiatamento, cioè forte spirito di squadra: questa è la migliore sintesi per comprendere cosa ha guidato il Team "Saette" al grande traguardo dei primi dieci anni di attività. La squadra è oggi composta da oltre 50 colleghe e colleghi di ogni funzione aziendale

e con rappresentanti anche sul nostro territorio nazionale, amanti della natura e di un modo di viverla in libertà, mettendosi alla prova fisicamente. I tratti salienti delle Saette sono lo spirito di gruppo, la forte identità con i valori e i colori di Poste Italiane, la voglia di stare insieme e divertirsi, ma anche di aiutarsi e di pensare a chi ha più bisogno di aiuto. Il Gruppo delle Saette è un condensato di diversità e inclusione aziendale: è un gruppo trasversale per genere con una discreta presenza femminile, con provenienze da tutte le divisioni e società del gruppo, con età che variano dai 30 ai 60 anni, con esperienze agonistiche e amatoriali a diversi livelli, senza vincoli derivanti da inquadramenti e ruoli aziendali.



Due momenti della storia delle Saette



SIAMO VERDI. MA NON D'INVIDIA. NASCE L'ENERGIA 100% GREEN

Per il nostro **anniversario**
160 € di promozione
grazie a **“Energia160”**

Il Gruppo Poste Italiane entra nel settore dell'energia: nasce **Poste Energia**. Per **NoidiPoste** un'offerta esclusiva: per il primo anno sconto fino a **160 €** (fino a 50 € dal secondo in poi) se sottoscrivi l'offerta per due forniture (gas e luce). Se sottoscrivi l'offerta per una fornitura (solo gas o solo luce) avrai fino a 80 € di sconto per il primo anno (fino a 25 € dal secondo anno in poi). La promozione “Energia160” è valida dal 15 giugno fino al 30 settembre 2022 salvo eventuali proroghe che potrai verificare sul sito www.poste.it/poste-energia-promo-energia160 o inquadrando il QR Code.

Lo sconto sarà erogato direttamente nelle tue bollette luce e gas, suddiviso in quote mensili di pari importo, finché le forniture **Poste Energia** saranno attive.

In caso di recesso, beneficerai della quota parte di sconto mensilmente riconosciuto fino alla data di efficacia del recesso.

Vai sulla intranet o sull'app **NoidiPoste**, scopri l'offerta e le modalità di adesione.

posteenergia

L'energia vicina.



Inquadra
il QR Code
per accedere
all'offerta



Per ulteriori dettagli di costo consultare le Condizioni Tecnico Economiche e la restante documentazione contrattuale relativa all'Offerta Poste Energia, resi disponibili prima della sottoscrizione della proposta contrattuale e presenti sul sito www.poste.it/poste-energia-promo-energia160 ed in Ufficio Postale.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Energia160 è la promozione dedicata ai dipendenti del Gruppo Poste Italiane che sottoscrivono il servizio somministrazione di energia elettrica e gas naturale “Poste Energia” dal 15 giugno al 30 settembre 2022. La sottoscrizione contestuale del servizio di somministrazione di energia elettrica e gas naturale consente di usufruire dello sconto di 160,00 € per il primo anno e di 50,00 € dal secondo anno in poi finché le forniture di Poste Energia saranno attive. Se è sottoscritto il solo servizio di somministrazione di energia elettrica o il solo servizio di somministrazione di gas naturale lo sconto praticato sarà di 80,00 € il primo anno e 25,00 € dal secondo anno. Per usufruire della promozione sarà necessario disporre dei codici promozionali. Poste Energia è il servizio somministrazione di energia elettrica e/o gas naturale a condizioni di libero mercato fornito da PostePay S.p.A., soggetta a direzione e coordinamento di Poste Italiane S.p.A.. L'attivazione della fornitura, che può essere richiesta sia su poste.it, che presso gli Uffici Postali abilitati e a far data dal 30 giugno 2022 presso tutti gli Uffici Postali, è subordinata alla valutazione di PostePay S.p.A.. Se il contratto è sottoscritto con tecniche di comunicazione a distanza, ai sensi del Codice del Consumo (D.Lgs. 206/05) il consumatore dispone di un termine di 14 giorni per esercitare il diritto di recesso. Per le condizioni contrattuali ed economiche e per informazioni sulle caratteristiche del servizio, sulle modalità di proporre reclamo e sull'esercizio del recesso consultare la documentazione contrattuale reperibile su www.poste.it/poste-energia-promo-energia160 e presso gli Uffici Postali. Per informazioni ed assistenza chiamaci all'800.00.11.99: il numero è gratuito ed è attivo dalle 8:00 alle 20:00, dal lunedì al sabato. Per informazioni sulle caratteristiche della promozione, sull'acquisizione e modalità di utilizzo dei codici promozionali, sulle modalità e termini della scontistica vai su www.poste.it/poste-energia-promo-energia160.