

# La Nuova Era

SuperApp, trasformazione logistica e nuovo modello di servizio commerciale: Poste Italiane presenta il nuovo piano strategico The Connecting Platform **2024-2028**



L'AMMINISTRATORE DELEGATO MATTEO DEL FANTE

«La nostra piattaforma modello per il business e pilastro per l'Italia»



IL DIRETTORE GENERALE GIUSEPPE LASCO

«Polis dà valore al territorio, sarà completato in anticipo»

Presentato il “2024-2028 Strategic Plan”: l’intervento integrale dell’Amministratore Delegato

# THE CONNECTING PLATFORM

## «Piano solido, credibile e sostenibile Poste si conferma pilastro del Paese»

Del Fante ha illustrato agli analisti e alla stampa gli obiettivi dei prossimi anni: la SuperApp, la trasformazione della logistica e l’evoluzione dell’infrastruttura fisica avvicineranno ulteriormente la nostra Azienda alle esigenze quotidiane dei clienti



M. Del Fante

L’Amministratore Delegato di Poste Italiane Matteo Del Fante

Abbiamo avviato il nostro percorso di trasformazione già nel 2017 con una semplice ambizione: massimizzare il valore per i nostri clienti ed essere la rete di distribuzione più efficace e affidabile in Italia. Siamo andati oltre, ci siamo affermati come la più grande piattaforma phygital in Italia, facendo leva sull’integrazione di molteplici punti di contatto e creando un ecosistema omnicanale dove ogni parte della piattaforma va a complemento delle altre: 13.000 uffici postali in ogni angolo del Paese, spesso in luoghi dove non esistono altre istituzioni degne di fede; 51.000 punti di contatto di terze parti, che portano a 23 milioni le interazioni giornaliere con i nostri 45 milioni di clienti. Che il cliente inizi il proprio percorso online, per poi visitare fisicamente un ufficio postale, o che avvenga il processo contrario, comunque si tratta di una transizione senza soluzione di continuità. L’Italia può contare su Poste Italiane come pilastro strategico efficace e affidabile per tutto il Paese. Noi abbiamo costantemente sovraperforma-

to rispetto ai nostri obiettivi chiave ogni singolo anno nel corso degli ultimi sette. Abbiamo dato prova di essere un’azienda anti-fragile, siamo sempre riusciti ad adattarci rapidamente a un contesto operativo in rapida evoluzione, trasformando le sfide in opportunità, come è avvenuto durante la pandemia.

### I risultati ottenuti

Sono fiero di potervi dire che oggi abbiamo registrato un Ebit record di 2,62 miliardi, il doppio rispetto al 2017, con un trend analogo per quanto riguarda la distribuzione di dividendi, che è cresciuta a una velocità lievemente inferiore. Abbiamo assicurato un flusso di dividendi sostenibile e affidabile in qualsiasi circostanza, con dividendi distribuiti persino sui risultati del 2020, con la pandemia. Da quando siamo stati quotati in Borsa, complessivamente abbiamo distribuito circa 6 miliardi di euro in dividendi ai nostri azionisti. Al tempo stesso, il patrimonio netto del nostro Gruppo è costantemente aumentato,



passando da 6,6 miliardi di euro nel 2016 a 11 miliardi nel '23. Il nostro dividendo per azione è cresciuto a un’elevata velocità, 11% annualizzato, dal 2016, con obiettivi che sono stati migliorati ogni singolo anno a partire dal '21. Guardando al Total Shareholder Return, la nostra performance è stata ben superiore a quella dell’indice della Borsa Italiana. La distribuzione

dei dividendi è stata resa possibile da una performance finanziaria forte e sostenibile supportata da un modello di business diversificato. A partire dal 2017 abbiamo lavorato per trasformare Poste facendola passare da un operatore tradizionale focalizzato sulla corrispondenza a un’azienda-piattaforma omnicanale. Ci sono dei risultati veramente notevoli che sono stati

## Postenews

Il giornale del Gruppo Poste Italiane



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

**DIRETTORE EDITORIALE**  
GIUSEPPE LASCO

**DIRETTORE COMUNICAZIONE**  
PAOLO IAMMATTEO

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
GIUSEPPE CAPORALE

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

**MANUELA DEMARCO**  
**ANGELO LOMBARDI**  
**BARBARA PERVERSI**  
**ERNESTO TACCONE**  
**FRANCESCA TURCO**

**GRAFICA ED EDITING**  
AGENZIA  
GIORNALISTICA  
9COLONNE

**CREDITI IMMAGINI**  
ARCHIVIO STORICO  
DI POSTE ITALIANE

**MARCO MASTROIANNI**  
9COLONNE  
ANSA  
I STOCK

**HANNO COLLABORATO**  
FILIPPO CAVALLARO  
ANTONELLA DEL SORDO  
VINCENTO FRASCÀ  
MARCELLO LARDO  
ISABELLA LIBERATORI  
PAOLO PAGLIARO

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

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



CHIUSO IN REDAZIONE IL 22 APRILE 2024

raggiunti: nella corrispondenza e pacchi abbiamo anticipato la crescita del mercato e-commerce italiano e siamo diventati un operatore leader nel comparto pacchi B2C, focalizzandoci sulle esigenze degli shopper, mettendo a punto una importante rete di ritiro, di acquisti e di spedizione di resi. Entrare poi nel mercato della logistica è stata un'evoluzione naturale del nostro business, di modo da poter fornire ai nostri clienti delle soluzioni end-to-end. Nel 2023 questa divisione ha raggiunto il punto di pareggio; un anno in anticipo rispetto agli obiettivi.

**Business omnicanale**

Per quanto riguarda i servizi finanziari, abbiamo messo a punto un business omnicanale e abbiamo ridefinito tutta la nostra offerta commerciale per soddisfare le esigenze dei clienti in termini di risparmio,

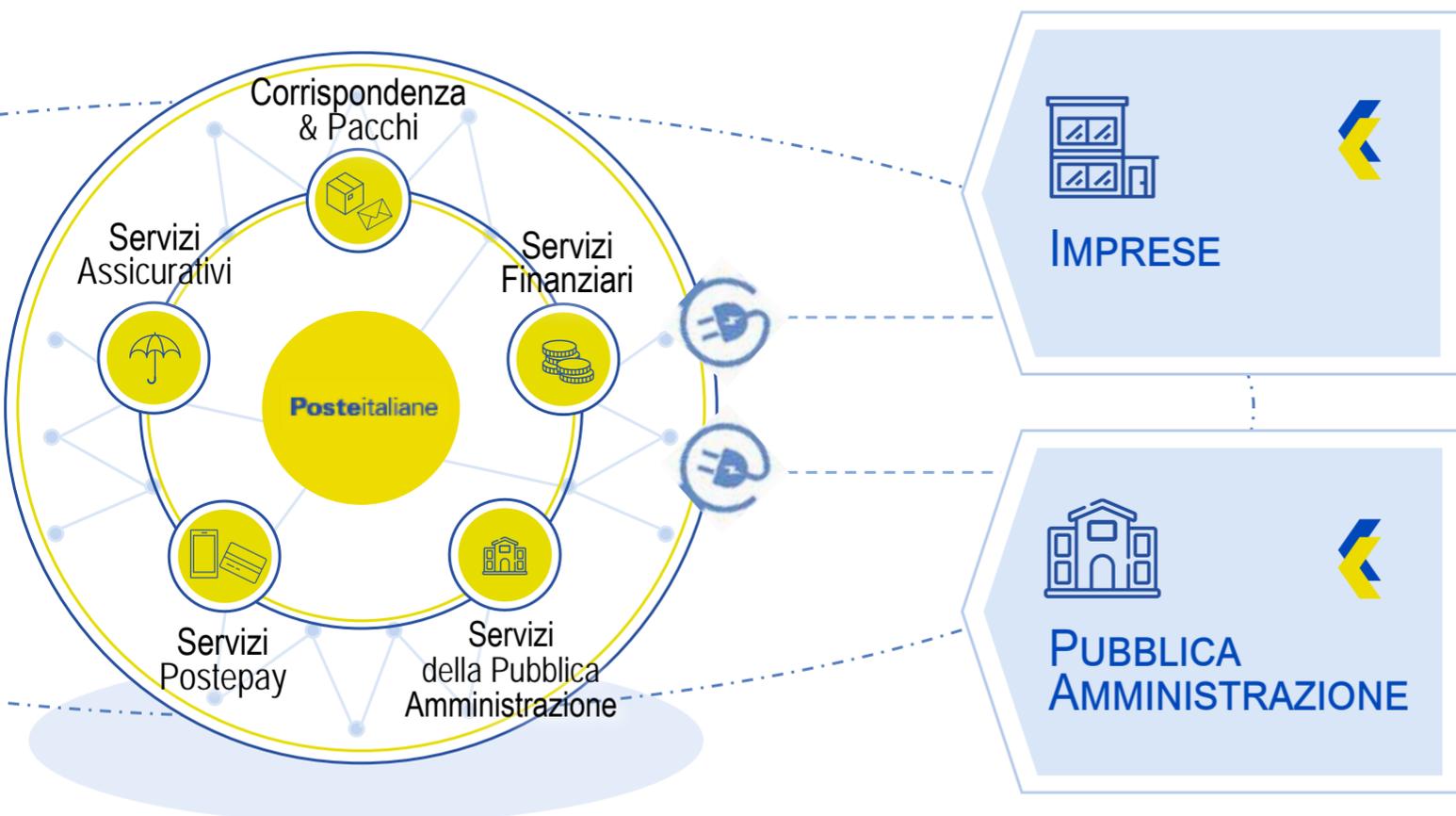
finanziamenti, investimenti e assicurazione. Le nostre masse gestite sono cresciute costantemente in qualsiasi condizione di mercato. Per quanto riguarda i servizi assicurativi, abbiamo messo a punto una compagnia assicurativa molto resiliente, in grado di fornire dei flussi positivi netti nel comparto Vita, a fronte anche di difficoltà di mercato, e di crescere e consentire di accelerare la crescita dell'attività assicurativa della protezione, anche grazie all'acquisizione di Net Insurance. L'unità di Business Postepay Services è diventata il più grande ecosistema in Italia per le esigenze di tutti i giorni con al cuore i pagamenti. Il valore delle transazioni è aumentato di quasi quattro volte a partire dal 2017, arrivando a 80 miliardi di euro. Abbiamo completato l'integrazione di LIS e abbiamo varato con molto successo le attività nel comparto Energia, con mezzo

milione di contratti firmati in poco più di un anno. Continueremo a focalizzarci su digitalizzazione, esperienza del cliente, trasformazione della forza lavoro. Questi sono i pilastri della nostra strategia. Il nostro modello basato su piattaforme è veramente omnicanale: siamo in grado di fare da "ponte" tra cittadini, aziende e Pubblica Amministrazione attraverso interazioni fisiche e digitali che avvengono su base quotidiana; i nostri clienti vogliono soltanto avere accesso ai nostri servizi attraverso il canale che sia per loro più conveniente e più comodo. Si può trattare di un ufficio postale, della rete Punto Poste o dei loro device digitali. Gestiamo più di 23 milioni di interazioni giornaliere su tutta questa piattaforma. Grazie ai dati, alla tecnologia, all'intelligenza artificiale generativa, siamo in grado di offrire un'esperienza unica ai clienti.

**Gli investimenti tecnologici**

A partire dal 2017, abbiamo speso quasi 5 miliardi di euro in tecnologie all'avanguardia, trasformando in modo profondo la nostra infrastruttura IT che si basa su quattro pilastri chiave. Innanzitutto, una forte spinta sull'adozione del cloud, con più di 100 milioni di euro spesi nel 2023 e con circa il 90% dei nuovi progetti implementati che nascono già cloud native. In secondo luogo, gli investimenti nell'intelligenza artificiale che ci hanno portato a scalare verso l'alto e a processare un'elevata quantità di interazioni e transazioni. Terzo: una nuova piattaforma di dati distribuiti di nuova generazione basati su un sistema innovativo di Data Mesh per l'analytics e per lo streaming in tempo reale per ogni dominio di business. Infine, acquisizioni di aziende specializzate, come Agile Lab, Sourcesense e N&TS, con un programma di insourcing di talenti, di upskilling e di reskilling delle no-

**L'INEGUAGLIABILE PLATFORM COMPANY ITALIANA**



«La nostra piattaforma è un "ponte" tra cittadini, aziende e pubblica amministrazione»

stre persone. (...) I clienti digitali sono cresciuti di circa il 50%, passando da 11,6 milioni nel 2020 a 17,2 milioni nel '23. Abbiamo 12 milioni di wallet di pagamento e siamo un identity provider Spid per più di 27 milioni di italiani. La nostra customer experience è cresciuta in modo esponenziale dal 2017, soprattutto sulle nostre App, con un aumento dell'utilizzo e un miglioramento della fidelizzazione per i nostri clienti. Uno su quattro utilizza le nostre app ogni giorno. La digitalizzazione è anche un fattore trainante per quanto riguarda la creazione di valore per il gruppo: i clienti ibridi che usano canali sia fisici sia digitali sono cresciuti del 64% negli ultimi tre anni e questi clienti sono caratterizzati da un più elevato tasso di cross selling; il che ovviamente si ripercuote favorevolmente sui risultati finanziari.

**DATI, IA E TECNOLOGIA**



**Platform Company**

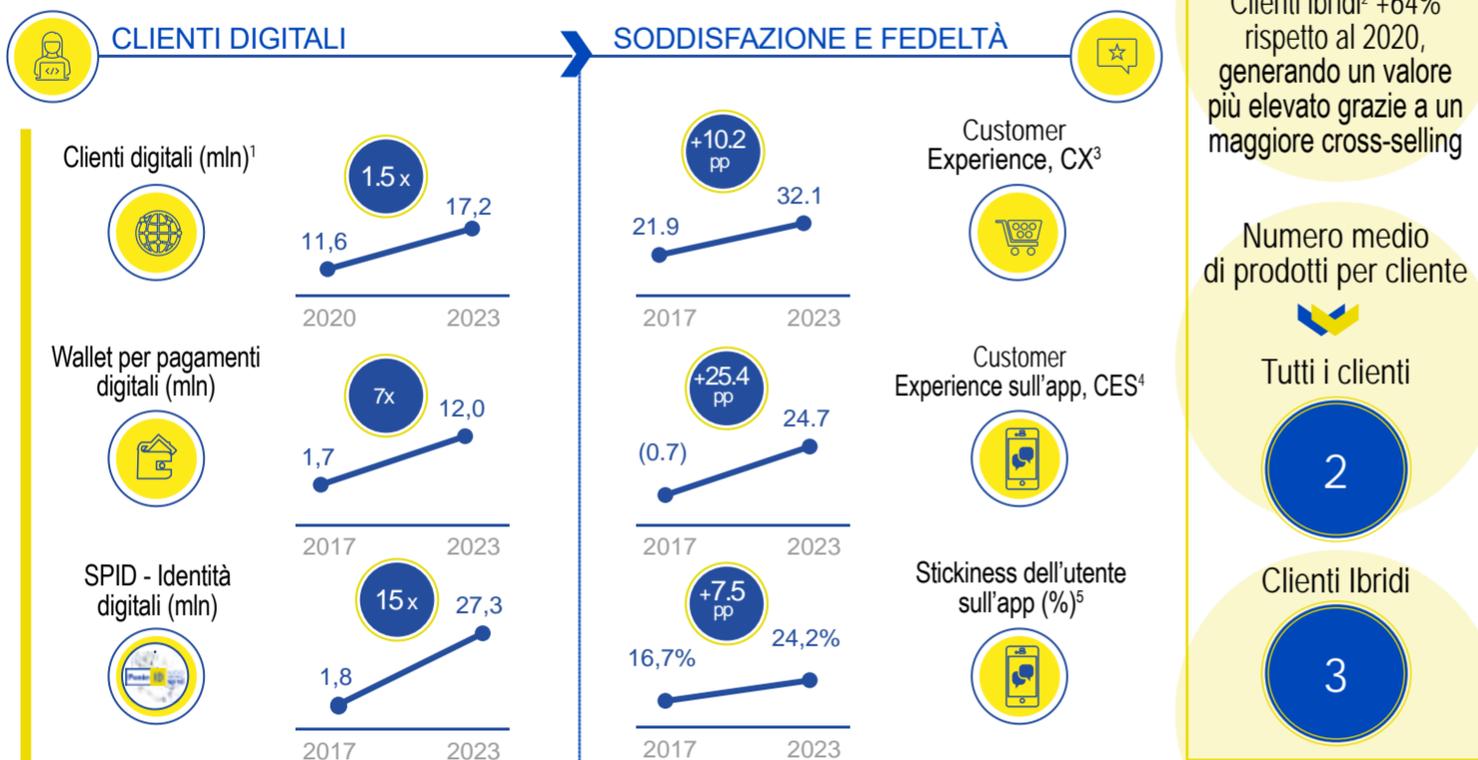
Le interazioni omnicanale adesso ammontano a 6,9 miliardi l'anno. Di queste, 3,3 miliardi avvengono sui nostri canali digitali, quattro volte rispetto ai livelli registrati nel 2017, con un aumento notevole della quota del totale, che adesso è pari a 48%. Delle 2,8 miliardi di transazioni e vendite annuali, quasi un miliardo sono completate grazie ai canali digitali. Mezzo miliardo di ricavi sono generati attraverso i nostri canali digitali, quasi quattro volte rispetto al livello del 2017. Voglio essere chiaro: non stiamo parlando di fare le stesse cose in modo diverso. Il nostro scopo è quello di raggiungere chiunque in modo inclusivo attraverso i canali da loro preferiti: digitali, fisici, con l'ausilio dell'assistenza da remoto. Introduciamo un nuovo modello di servizio commerciale per massimizzare il valore della nostra piattaforma. La nostra copertura di clientela retail verrà ottimizzata e sostenuta dagli enabler digitali. Continueremo a trasformare i nostri uffici postali da punti transazionali a punti relazionali incentrati sulla costruzione e il mantenimento di relazioni forti con la clientela. Inoltre, rinnoveremo il nostro focus sulle piccole e micro imprese. Per quanto riguarda la logistica, ci troviamo di fronte al declino del



Il "2024-2028 Strategic Plan" di Poste è stato presentato durante il Capital Markets Day del 20 marzo scorso nella sede centrale del Gruppo

## I CLIENTI IBRIDI CREANO VALORE

LA TRASFORMAZIONE TECNOLOGICA FAVORISCE IL MIGLIORAMENTO DELL'ESPERIENZA E DELLA FEDELTA' DEI CLIENTI



1. Clienti che hanno utilizzato un canale digitale di Poste Italiane; 2. Clienti che hanno almeno un accesso su canali digitali e uno in UP durante l'anno; 3. La CX si riferisce alla Customer Experience ed è calcolata come media tra Net Promoter Score "NPS" (70%) e Customer Effort Score "CES" (30%); 4. Il CES è calcolato come percentuale di promotori meno percentuale di detrattori per le App di Poste Italiane; 5. La stickiness degli utenti sull'app è calcolata come utenti attivi giornalieri/utenti attivi mensili sulle App di Poste Italiane

Clienti ibridi<sup>2</sup> +64% rispetto al 2020, generando un valore più elevato grazie a un maggiore cross-selling

Numero medio di prodotti per cliente

Tutti i clienti

2

Clienti Ibridi

3

sibili e soluzioni di trasporto customizzate sono strategie che ci mettono in una posizione di controllo. Svilupperemo delle aree di micro fulfillment nei nostri siti di logistica e questo ci consentirà di consegnare prodotti di alto consumo entro quattro ore dall'invio dell'ordine. Porteremo a termine una joint venture con dei partner nel settore immobiliare-logistico tra i migliori del loro settore e miglioreremo la nostra infrastruttura fisica. La trasformazione del nostro comparto logistico verrà sostenuta anche da investimenti in tecnologia, analisi dei dati, apprendimento automatico e tecnologie all'avanguardia e questo ci consentirà di migliorare l'efficienza operativa e l'esperienza cliente. Infine, continueremo a dedicarci alla riduzione dell'impronta ambientale o impronta di carbonio, poiché anche la sostenibilità è un vantaggio competitivo essenziale. La disciplina dei costi rimane un pilastro della nostra strategia: l'obiettivo è sostenere costantemente la crescita del business cercando un equilibrio tra efficienza e maggiore produttività. Sul fronte dei costi del personale, andiamo avanti nei negoziati con i sindacati sul nuovo contratto collettivo sulla base di un rapporto consolidato. Il nostro piano include una proiezione che risponde al migliore interesse di entrambe le parti. Questo è in linea con le nostre ambizioni in termini di redditività. Continueremo

volume della corrispondenza. Per tutelare la sostenibilità finanziaria, trasformeremo la nostra rete in una rete dedicata ai pacchi, svilupperemo la nostra infrastruttura immobiliare dedicata alla logistica e faremo leva sulla tecnologia per migliorare l'efficienza operativa e l'esperienza cliente. Queste iniziative, coniugate a una forte posizione patrimoniale, a una visibilità del flusso di cassa e alla crescita sostenibile, sono ingredienti fondamentali per migliorare la remunerazione degli azionisti da qui agli anni a venire. La piattaforma del gruppo ha raggiunto i 45 milioni di clienti con l'aggiunta dell'identità digitale e dei servizi essenziali, attraverso la digitalizzazione dei servizi tradizionali. Per servire i nostri clienti sulla nostra piattaforma abbiamo operato una distinzione dei modelli commerciali a seconda di due macro esigenze che sono l'una complementare all'altra: la necessità di tutti i giorni - quindi pacchi corrispondenza, pagamenti, telecomunicazioni, energia - e la necessità a lungo termine, quindi risparmio, investimenti e assicurazione. Questi due modelli hanno caratteristiche distinte in termini di operazioni, tecnologia e obiettivi, ma sono interconnessi sulla nostra piattaforma e questo ci consente di identificare i clienti everyday, di tutti i giorni, che hanno un grande potenziale, anche per far fronte alle loro necessità a lungo termine. L'approccio incentrato sui dati è particolarmente pertinente perché ci aiuta

a servire i nostri clienti quotidiani attraverso i canali digitali e gli uffici postali, perché stiamo continuando a portare avanti questa transizione da punti di contatto transazionali a relazionali e abbiamo incrementato di 2.000 i corner Punto Poste Casa&Famiglia. Per quanto riguarda i servizi a lungo termine, l'attività di consulenza è fondamentale: stiamo riconfermando la nostra presenza diffusa nel Paese e abbiamo messo in atto una decisione in controtendenza, di sfruttare il potenziale inesplorato; miglioreremo ovunque la copertura della nostra clientela affluente per migliorare la produttività, con vantaggi anche per la riorganizzazione della nostra rete in veste Hub&Spoke. (...)

### La SuperApp

La nuova SuperApp è la punta del nostro iceberg di evoluzione tecnologica, che consente l'integrazione delle nostre linee di business e conferma il ruolo di Poste Italiane come Platform Company. La SuperApp è in fase di rilascio e diventerà il nuovo sportello unico dell'ecosistema di Poste Italiane. Consentirà un'esperienza senza soluzione di continuità e migliorerà anche il potenziale di cross-selling e upselling. Ci avvaliamo dei modelli di IA generativa e tradizionale in modo etico, lo facciamo per customizzare il nostro engagement omnicanale e massimizzare l'esperienza utente. Conseguiremo questi obiettivi grazie alle nostre capacità uniche di analisi dei dati. Nel 2023,

attraverso l'IA, abbiamo analizzato circa 3,3 miliardi di transazioni che equivalgono a oltre 23 petabyte di dati. Immaginate di avere la capacità di memoria di un normale PC per ogni singolo cliente di Poste Italiane e, in particolare, attraverso un rapporto uno a uno con i clienti omnicanale, potremo identificare i servizi più adatti o il prodotto che maggiormente soddisfa le specifiche esigenze dei clienti. Offriremo questi servizi al momento giusto, attraverso il canale giusto. L'esperienza cliente deve essere il nostro miglior prodotto. Ecco perché stiamo raccogliendo feedback in modo attivo dai clienti, per migliorare senza soluzione di continuità la loro esperienza. In breve, riteniamo che questo approccio ci consentirà di percorrere un circolo virtuoso e allo stesso tempo migliorare la lealtà dei clienti e il cross-selling.

### Trasformazione della logistica

I volumi di corrispondenza sono in declino e abbiamo bisogno di trasformarci in una rete logistica dedicata ai pacchi a prova di futuro. Il comparto pacchi è più stagionale rispetto a quello della corrispondenza e prevede delle consegne nei pomeriggi e nei fine settimana. L'attuale modello Joint Delivery deve svilupparsi ulteriormente per introdurre una maggiore flessibilità, consentendo alle nostre postine e ai nostri postini di consegnare un maggior numero di pacchi. Fornire opzioni di consegna fles-

«L'esperienza cliente è il miglior prodotto che offriamo: questo crea un circolo virtuoso»

mo a far fronte ai cambiamenti in termini di FTE: gestiremo i pensionamenti e le assunzioni. L'incremento degli FTE si incentrerà sulle imprese figlie, in cui ci attendiamo una maggior crescita di ricavi; l'insourcing, il reskilling e l'upskilling dei dipendenti saranno sostenuti perché rappresenteranno uno strumento per migliorare la strategia incentrata sul capitale umano. Prevediamo di ridestinare fino a 8.000 FTE alla crescita dei pacchi, così potremo ridurre i costi variabili. Inoltre, miglioreremo le efficienze e ridurremo i costi unitari per i comparti pacchi e pagamenti. Per ottimizzare i costi dell'energia sfrutteremo l'expertise di Postepay. Inoltre, vogliamo semplificare il nostro processo di procurement per mitigare le pressioni inflazionistiche.

### Strategie ESG

Il nostro piano strategico in ambito ESG continua a essere incentrato sugli otto pilastri chiave che abbiamo identificato nel

## Greco: «Puntiamo sui mercati in crescita e su una maggiore produttività»

«Tutte le nostre divisioni contribuiranno alla crescita dei ricavi con una più alta crescita da parte dei servizi finanziari e assicurativi di Postepay, mentre nel campo di corrispondenza, pacchi e distribuzione ci aspettiamo che pacchi e logistica diano ricavi che andranno a compensare la contrazione dei ricavi dalla corrispondenza». Camillo Greco, Chief Financial Officer di Poste Italiane, ha illustrato nei dettagli la parte finanziaria del Piano strategico durante il Capital Markets Day dello scorso 20 marzo. «Trimestre dopo trimestre, abbiamo sempre raggiunto i nostri obiettivi chiave superando la guidance ogni anno dal 2018», ha ricordato Greco evidenziando come anche nel 2020, anno della pandemia, Poste sia stata capace di distribuire il dividendo promesso ai suoi azionisti. «I ricavi cresceranno costantemente nei prossimi cinque anni con una crescita annua del 3%. L'Ebit arriverà 3,2 miliardi nel 2028, partendo da un utile operativo record di 2,62 miliardi nel 2023. La nostra politica di dividendi ci consentirà di distribuire più di 6,5 miliardi di euro ai nostri azionisti in arco piano, assicurando una remunerazione competitiva oltre a una forte flessibilità finanziaria». La composizione dei ricavi su cui Poste punta nei prossimi anni, ha spiegato Greco, «prevede un business ben diversificato, sempre più esposto a mercati in crescita e nuovi settori. In particolare, la quota di ricavi che proviene dai mercati in crescita aumenterà, passando al 55% nel 2028; ridurremo invece la nostra esposizione ai mercati in contrazione. Nei prossimi cinque anni - ha concluso - l'Ebit crescerà di 0,6 miliardi con tutti i segmenti di business che daranno un contributo positivo».



Il CFO Camillo Greco

2021. Per il periodo 2024-2028 abbiamo aggiunto ulteriori 53 KPI che includono una maggiore attenzione all'accessibilità e inclusività per i nostri clienti e dipendenti. Monitoreremo da vicino i progressi compiuti verso il conseguimento di questi obiettivi e forniremo al mercato aggiornamenti regolari in merito. Il nostro impegno perdurante sul fronte della sostenibilità ci ha fatto guadagnare l'inclusione negli indici e il rating globale più prestigiosi. E questo, ovviamente, ha rafforzato la nostra reputazione di mercato. Abbiamo ridotto positivamente le emissioni di CO2 del gruppo, in linea con il nostro obiettivo di medio termine della riduzione del 30% entro il 2025. Siamo a buon punto verso il conseguimento della neutralità delle emissioni di carbonio entro il 2030. (...) Abbiamo introdotto un indice verde, un calcolatore dell'impronta di carbonio per ogni anello della nostra catena di fornitura logistica. Il programma di gestione immobiliare è incentrato sull'ottimizzazione dell'energia e proseguirà. Aumenteremo il numero di edifici neutrali dal punto di vista del carbonio da uno a dieci entro il 2028. Il nostro progetto Polis e la nostra joint venture nel settore immobiliare-logistico ci consentiranno di migliorare ulteriormente questi obiettivi. Il miglioramento di circa 7.000 uffici postali e di diversi siti logistici è in linea con i più alti standard ambientali; per rafforzare l'impegno del gruppo a favore della transizione verde, in linea con gli Accordi di Parigi, ci siamo dati un obiettivo di azzeramento delle emissioni nette entro il 2050 per il nostro portafoglio di investimenti. Riteniamo che le nostre persone siano il volano della nostra trasformazione: negli ultimi sei anni abbiamo assistito a un grande cambiamento generazionale. Questo cambiamento ha riguardato 80.000 FTE sia in termini di assunzioni che uscite: l'età dei nostri dipendenti è passata da 50 a 48 anni in soli sei anni. Le donne rappresentano il 54% della nostra forza lavoro e occupano il 46% di posizioni direttive di fascia medio-alta. Qual è la chiave del nostro successo? Il contributo fornito da ogni singolo individuo. Sosteniamo una cultura inclusiva che incoraggia l'impegno e consente di liberare il potenziale inesplorato. Dal suo lancio, nel 2021, l'iniziativa Insieme 24 SI ha consentito di raccogliere oltre 41.000 contributi alla nostra strategia ESG.

## «L'iniziativa "Insieme" testimonia l'importanza del contributo di ogni singola Persona di Poste»

### Il progetto Polis

Come parte del piano nazionale per la ripresa e la resilienza abbiamo già avviato il progetto Polis per i piccoli comuni, con l'obiettivo di sostenere la coesione socio-economica e ridurre il divario digitale. Alla fine di febbraio, abbiamo ultimato il rinnovo di circa 1.200 uffici postali ed entro il 2026 tutti gli uffici postali in 7.000 comuni di piccole dimensioni in tutta Italia saranno completamente trasformati, offriranno servizi digitali per la Pubblica Amministrazione, miglioreranno la vita di cittadini e imprese. Le attese negli uffici postali diminuiranno. Polis è anche la più grande rete di coworking in Italia: abbiamo "Spazi per l'Italia" per 80.000 metri quadri; grazie a questa

# Poste Italiane sa guardare al futuro senza perdere di vista la collettività

Tra la logistica, i servizi della PA allo sportello e il percorso verso la carbon neutrality gli interessi degli azionisti e degli stakeholder convergono nel nuovo piano industriale



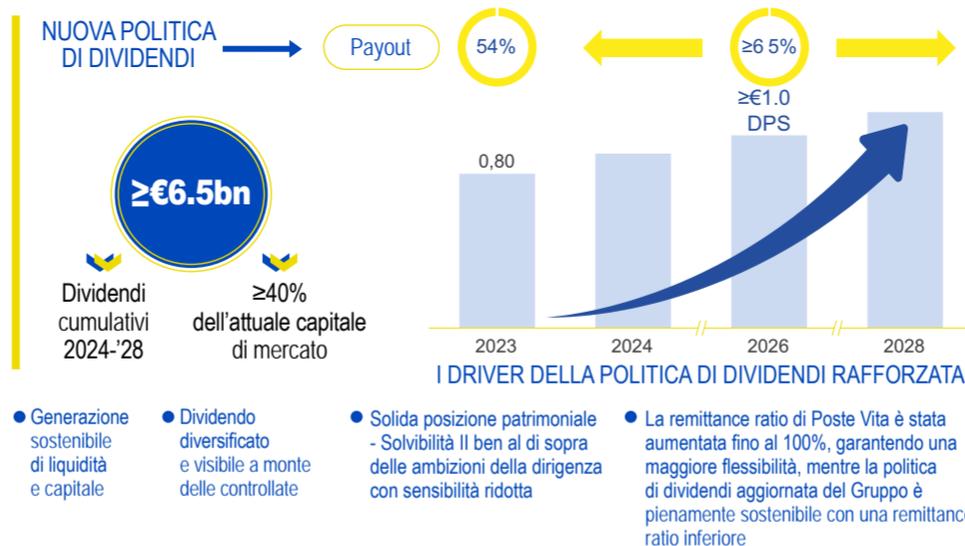
di Paolo Pagliaro

Ci sono due scuole di pensiero a proposito di impresa. Una è collegata allo "shareholder value principle", ovvero alla convinzione che l'unico scopo dell'azienda sia quello di creare valore per gli azionisti. L'altra privilegia un approccio di "stakeholders value", per cui l'impresa ha una responsabilità nei confronti dell'intera società. Il bravo manager - io credo - è quello che si ispira a entrambe, e le mette in pratica. Un buon esempio di convergenza dei due principi è rappresentato dal nuovo piano industriale di Poste Italiane, che già per il fatto di essersi dato un orizzonte temporale di cinque anni, rivela l'ambizione di cimentarsi con un'idea di futuro. Sul valore che l'azienda Poste intende creare per i propri azionisti (che sarebbero poi i cittadini attraverso lo Stato, oltre che i risparmiatori e gli investitori istituzionali) sono sufficienti pochi dati. I nuovi obiettivi prevedono ricavi per 13,5 miliardi, un risultato operativo di 3,2 miliardi e un utile netto di 2,3 miliardi con l'obiettivo di distribuire da qui al 2026 almeno 6,5 miliardi di dividendi. Questa performance finanziaria e gestionale sarà resa possibile da una progressiva, radicale evoluzione dei servizi che Poste Italiane

fornisce alla collettività. Il piano prevede che, grazie a importanti investimenti nelle piattaforme digitali, gli uffici postali si trasformino in luoghi di relazioni sempre meno occasionali con i clienti. Entro il 2026, circa 7.000 uffici postali nei piccoli comuni saranno trasformati in hub di servizi digitali, per un accesso rapido e facile ai servizi della Pubblica Amministrazione. Ci sarà una rinnovata attenzione al segmento della clientela costituito da piccole e medie imprese, con iniziative e servizi dedicati. La rivoluzione della logistica prevede che Poste diventi un operatore end-to-end, trasformando la rete in un network sempre più guidato dalla gestione dei pacchi. In quest'ottica si svilupperà una Joint Venture nel settore immobiliare per la gestione del business dei pacchi e per lo sviluppo di nuovi magazzini per la contract logistics. Ci sarà una SuperApp, che - completamente personalizzata rispetto al profilo del singolo cliente, grazie a tecnologie all'avanguardia e all'intelligenza artificiale - costituirà un punto di accesso unico all'ecosistema di Poste Italiane. Sono in programma continui investimenti in formazione e sviluppo, numerose iniziative di inclusione. Continuerà poi il percorso del gruppo verso la carbon neutrality prevista entro il 2030, fissando nuovi obiettivi per migliorarsi e migliorare il nostro Paese.

## IMPEGNO PER UNA REMUNERAZIONE COMPETITIVA DEGLI AZIONISTI

UN PAYOUT RATIO MINIMO DEL 65% CHE SI TRADUCE IN ≥€6,5 MLD DI DIVIDENDI CUMULATIVI ATTRAVERSO IL PIANO



### Futuro radioso

Siamo la più grande piattaforma fisica e digitale del Paese, un pilastro strategico per l'Italia. Facciamo leva sui nostri risultati di sovraperformance negli ultimi due piani strategici, stiamo spianando la strada per il prossimo passo del nostro viaggio, il nuovo servizio commerciale ci consentirà di massimizzare il valore della nostra piattaforma e la trasformazione del business della logistica ci garantirà la sostenibilità a lungo termine. Siamo incentrati sulla volontà di fornire una strategia sostenibile, come azienda, incentrata sulla tecnologia e guidata dai dati. Sappiamo bene che la remunerazione degli azionisti è la pietra angolare del nostro successo in materia di investimenti. Il nostro piano è solido ed è credibile e i nostri risultati a oggi confermano che stiamo andando nella giusta direzione. "Non fare mai promesse che non possiamo mantenere": questo è il nostro motto. A nome della Presidente Silvia Rovere, insieme al Direttore Generale, Giuseppe Lasco, vorrei ringraziare tutti gli attori che hanno fatto in modo che i nostri piani siano stati realizzati con successo e che hanno contribuito a vario titolo al piano presentato, fiduciosi che tutti insieme lavoreremo con la passione che ci contraddistingue, per fare sempre meglio, per un futuro radioso di Poste Italiane. In particolare, vorremmo ringraziare le istituzioni per la fiducia rinnovata, tutto il consiglio d'amministrazione, le organizzazioni sindacali, ovviamente i nostri investitori, e in particolare i 150.000 piccoli risparmiatori, ma soprattutto, permettetemi, tutti i colleghi di Poste che ogni giorno contribuiscono con grande impegno e dedizione ai risultati della nostra Azienda.

rete avremo 250 siti per postazioni di lavoro, luoghi di incontro per le conferenze, a disposizione del pubblico. Diventeremo anche più intelligenti: aggiungeremo 1.000 pannelli solari, 5.000 stazioni di ricarica e 500 locker per far fronte alle necessità dei nostri clienti, riducendo al contempo l'impronta di carbonio. L'unicità di questo progetto è tale che ci ha fatto annoverare tra gli operatori all'avanguardia in Europa e sono molto lieto di dire che abbiamo rilasciato i primi passaporti dai nostri uffici del programma Polis: è un successo veramente straordinario per noi come impresa.

### Gli obiettivi finanziari

Prevediamo la crescita del risultato operativo del 4% in media, per arrivare a 3,2 miliardi nel 2028. I ricavi organici continueranno a crescere in maniera stabile raggiungendo 13,5 miliardi nel 2028 con un contributo positivo di tutti i segmenti. Vogliamo migliorare il nostro dividendo per azioni incrementandolo a un tasso annualizzato del 7% sulla base di un tas-

so di distribuzione di almeno il 65% nel periodo del piano. L'obiettivo è quello di avere un euro di dividendo per azione nel 2026. Questi obiettivi porteranno alla distribuzione di oltre 6,5 miliardi di euro in dividendi accumulati tra il '24 e il '28, con una crescita del 40%. Il passaggio a questo nuovo tasso consentirà una maggiore distribuzione e di sovraperformare rispetto ai nostri obiettivi anche dal punto di vista della generazione di capitale. E questo grazie a un upstreaming dei dividendi da parte di tutte le imprese figlie. Stiamo facendo leva su una forte posizione patrimoniale con un indice di solvibilità solido, ben al di sopra delle nostre posizioni manageriali, e abbiamo una minore correlazione della posizione patrimoniale con lo spread BTP. Questo porterà a una generazione di valore maggiormente stabile per tutta l'impresa. E questo ha anche consentito un tasso di remessa Poste Vita fino al 100% a partire dal 2024, in linea con la nostra strategia di gestione del patrimonio centralizzata.



Inquadra il QR Code per vedere il servizio sul TG Poste

Il Direttore Generale Giuseppe Lasco ha ricordato l'impegno al fianco delle Istituzioni

# «Il progetto Polis procede spedito lo completeremo in netto anticipo»

La scelta di non abbandonare il territorio e di investire sulla combinazione tra fisico e digitale si è dimostrata vincente su tutti i fronti:

«Abbiamo circa 1.600 cantieri aperti e al più presto saremo operativi su 140 uffici postali che potranno erogare il passaporto»



Il Direttore Generale Giuseppe Lasco

«Su Polis siamo in linea con il piano che era stato stabilito: sul processo di avanzamento del progetto abbiamo aggiudicato il 97% delle gare, abbiamo circa 1.600 cantieri aperti e presto saremo operativi su 140 uffici postali che potranno erogare il passaporto». Il Direttore Generale di Poste Italiane, Giuseppe Lasco, durante la conferenza stampa di presentazione del nuovo piano strategico 2024-2028 "The Connecting Platform", ha tracciato un bilancio più che positivo di uno dei Progetti che stanno caratterizzando l'operato dell'Azienda, ponendola come una best practice a livello internazionale.

## In linea con il programma

«Su Polis siamo in linea con il piano – ha ribadito Lasco – c'è una risposta bellissima da parte del territorio; in queste aree vivono 13 milioni di persone, che è come dire l'ottavo Paese d'Europa, e c'è un'esigenza molto forte di non muoversi per usufruire dei servizi della Pubblica Amministrazione. Il piano di chiusura delle attività di Polis – ha ricordato il Direttore Generale di Poste Italiane – è fissato entro il 31 dicembre del 2026 ma già ai primi del 2026 avremo portato a compimento tutto il progetto Polis». Parallelamente, ha aggiunto il Direttore Generale di Poste, «portiamo avanti anche le 250 sedi di coworking in quelle aree dove i grandi player di questo settore non sono andati a investire, nelle città me-

«Chiuderemo il piano già nei primi mesi del 2026: dal territorio una grande risposta»

## IL PROGETTO POLIS LA CASA DEI SERVIZI DIGITALI DELLA PA

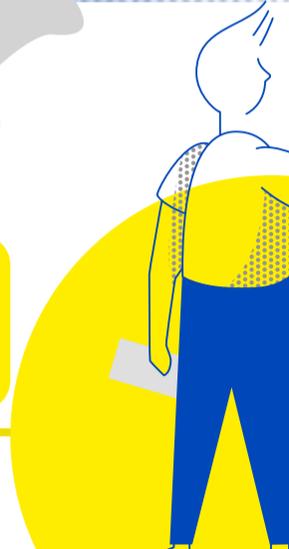
A CONFERMA DEL RUOLO CHIAVE DI POSTE ITALIANE  
NEL SOSTEGNO ALLE COMUNITÀ LOCALI

## Progetto Polis

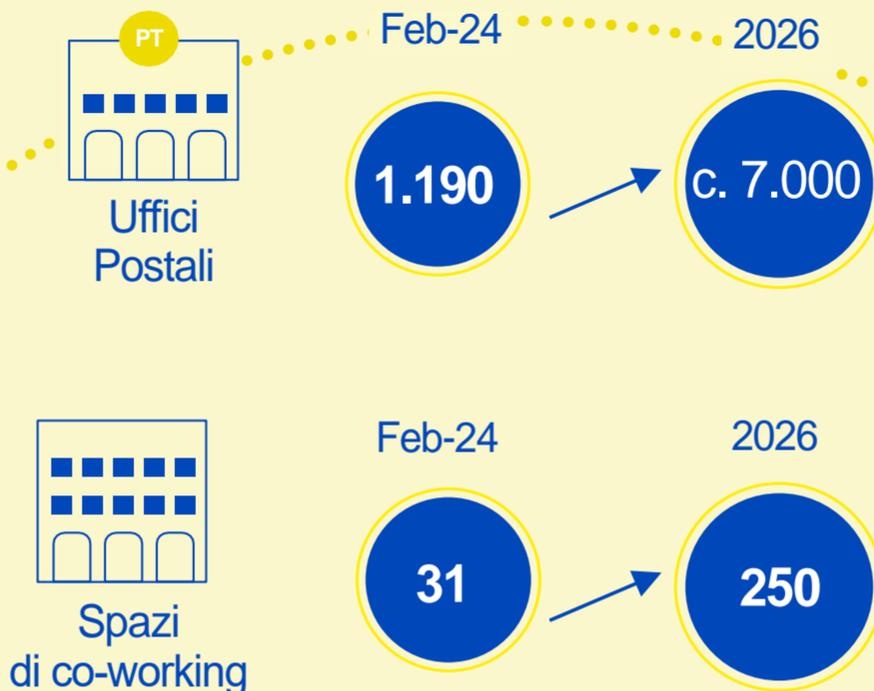
- Promuovere la coesione sociale e colmare il divario digitale
- Rafforzare la rete di Poste Italiane nelle aree remote
- Nuovi servizi della Pubblica Amministrazione, aumento dell'affluenza negli Uffici Postali
- Contribuire alla transizione verde dell'Italia



Inquadra il QR Code per vedere il servizio sul TG Poste



## Avanzamento di Polis



dio-piccole. Avere aree logistiche da poter utilizzare per attività professionali e start up è importante soprattutto al Sud, dove si trova la maggior parte delle sedi finalizzate a queste attività».

### I servizi di Polis

In questi uffici Polis sono erogati gran parte dei servizi autorizzati, come i certificati anagrafici e quelli dell'Inps. Il progetto pilota del rilascio e del rinnovo dei passaporti - avviato in due comuni del bolognese, San Pietro in Casale e Toscanella - ha portato a decine di richieste in meno di due settimane: «Ora - ha concluso Lasco - estenderemo il servizio ad altri 131 uffici postali». Parlando del personale di Poste Italiane, Lasco spiega poi che «oltre a essere il Gruppo con il più alto numero di dipendenti, siamo un'azienda che tende sempre a creare politiche attive del lavoro. Negli ultimi sei anni abbiamo fatto un ricambio generazionale fra entrate e uscite di circa 90mila persone - ha sottolineato Lasco - che ci

## Iniziative fino al 2026



Un nuovo modello di ufficio postale in circa 7 mila comuni



Circa 30 nuovi servizi (ad es. passaporto, certificati civili e giudiziari)



Potenziamento digitale per l'accesso 24/7 ai servizi della Pubblica Amministrazione



Soluzioni per edifici intelligenti, circa 1.000 pannelli solari, circa 5.000 stazioni di ricarica, circa 500 locker



La rete di co-working più grande d'Italia

## «In controtendenza al sistema finanziario rimaniamo presenti in tutte le aree del Paese»

ha consentito di abbassare l'età media delle persone e alzare la scolarizzazione del nostro personale». «In controtendenza al sistema finanziario rimaniamo presenti sul territorio, come quando nel 2017 ci siamo impegnati con i sindaci a non chiudere gli uffici postali». Il progetto Polis «nasce dalla precedente idea di non chiudere gli uffici postali - ha aggiunto Lasco - avevamo 17 progetti sul tavolo del Pnrr e ne abbiamo scelto uno solo che vale 1,3 miliardi: 800 dal piano complementare al Pnrr, 500 milioni di investimento dell'azienda. Noi continueremo a investire sulle risorse nell'ottica dell'equilibrio del sistema finanziario».

### Poste prima scelta delle istituzioni

Infine, secondo il Direttore Generale di Poste, «quando vengono prese delle decisioni da parte del Governo che individuano Poste per determinate attività» è anche per la sua volontà di rimanere sul territorio, «che significa fare business per l'azionista ma anche essere un'azienda di Sistema Paese. È naturale che Poste poi venga valutata per questa particolare attività». L'obiettivo di Polis è infatti promuovere la coesione sociale e ridurre il divario digitale nel Paese. Il progetto, come noto, mira ai comuni con una popolazione inferiore a 15.000 abitanti, dove l'accesso ai servizi pubblici essenziali può essere limitato. Al centro di Polis c'è l'obiettivo di rafforzare la connettività e l'accessibilità per i residenti. Sfruttando l'ampia infrastruttura degli uffici postali già presenti in queste comunità, il progetto mira a colmare il divario digitale fornendo servizi vitali della Pubblica Amministrazione direttamente in questi luoghi. L'integrazione dei servizi della Pubblica Amministrazione negli Uffici Postali non solo affronta l'urgente necessità di accessibilità, ma stimola anche il traffico verso queste strutture. Di conseguenza, Poste Italiane prevede un aumento dell'interazione con i suoi servizi, consolidando ulteriormente il suo ruolo come risorsa fondamentale per la comunità. Inoltre, il progetto Polis si allinea agli obiettivi più ampi dell'Italia di trasformarsi in un'economia più verde.

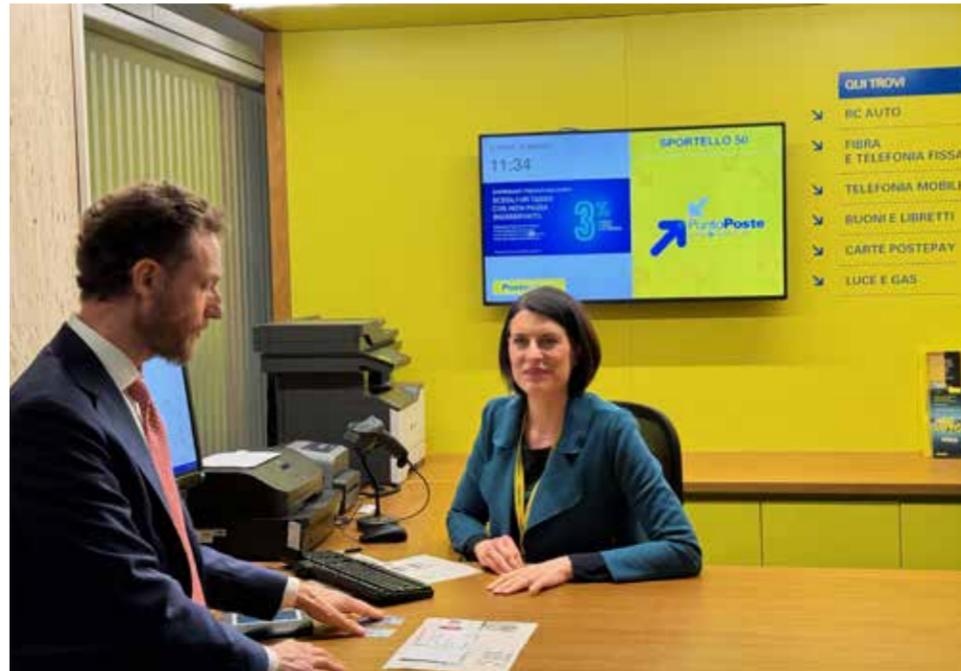
# Il progetto Polis è la prova di una sinergia efficace: l'apprezzamento delle istituzioni

## Boom di richieste di passaporti ecco perché Poste risulta risolutiva

L'impennata di domande dopo la pandemia e la Brexit hanno reso complesso il lavoro delle Questure: determinante la collaborazione del Gruppo Poste, come nel caso dei vaccini. La richiesta e la consegna negli uffici postali sono un'innovazione con grandi prospettive

Nel 2023 le Questure italiane hanno rilasciato 2.750.000 passaporti, cioè un milione in più rispetto a tutti gli anni del periodo precedente alla pandemia. I dati del 2024 forniti dal Viminale mostrano un trend in ulteriore crescita: basti pensare che sono stati emessi circa 250.000 passaporti al mese dall'inizio dell'anno e che solo nei primi dodici giorni di marzo la cifra ha toccato quota 113.000. È un combinato disposto di più effetti ad aver generato il boom di richieste di passaporti che lo Stato ha dovuto fronteggiare. Sicuramente, il motivo principale è da attribuirsi alla fine della pandemia di Covid: una forza centrifuga che, dopo due anni di nulla o scarsa mobilità, ha generato l'effetto opposto, spingendo gli italiani a ritrovare la voglia di viaggiare, sia per vacanza che per lavoro. D'altronde, quando nel 2020 (e nelle successive ondate pandemiche) seguivamo con ansia dal divano i bollettini quotidiani dei contagi della Protezione Civile, il pensiero che il passaporto stesse per scadere, fosse scaduto (o non ci fosse proprio) non era certo in cima alla lista delle cose da fare. Nel frattempo, però, molti documenti sono scaduti. Una volta superata la fase più complessa della pandemia, quando abbiamo ricominciato a viaggiare, le richieste si sono moltiplicate andando a creare un inevitabile collo di bottiglia. Ma non c'è

**Nel 2023 le Questure italiane hanno rilasciato oltre 2.750.000 passaporti**



solo il Covid ad aver reso più delicata la questione del rilascio dei passaporti: si pensi ad esempio alla Brexit, che ha reso necessario un documento che prima si poteva sostituire con la semplice carta d'identità per approdare in Inghilterra.

### Poste riferimento principale della PA

Per far fronte a questa nuova situazione, lo Stato ha avuto la necessità di ridisegnare le procedure di rilascio fino ad oggi utilizzate, snellendole e alleggerendo le attività amministrative svolte dalle Questure. Inoltre, si è girato verso i propri partner, chiedendo di collaborare come accaduto molte volte in passato. E il partner principale, lo abbiamo ripetuto più volte su queste pagine, è sempre Poste Italiane. È accaduto durante la pande-

mia, quando i vaccini hanno segnato un punto di svolta nella lotta al coronavirus e Poste, che mai aveva interrotto i suoi servizi, è scesa in prima linea per la consegna in tutto il Paese, dando un contributo fondamentale anche sul fronte delle prenotazioni ai portali delle Regioni. È successo anche con lo Spid, esploso anch'esso negli anni pandemici, con il Gruppo come primo provider in Italia per distacco in termini di identità digitali emesse. Più che normale dunque che lo Stato, a fronte di una nuova emergenza come quella del rilascio dei passaporti, si sia girato verso chi più si è dimostrato in grado di poter fornire un supporto risolutivo. L'occasione, poi, era già stata creata: i servizi digitali della Pubblica Amministrazione erogati grazie al Progetto Polis nei comuni sotto i 15mila abitanti.

**Attraverso Poste lo Stato eroga servizi essenziali per i cittadini sul territorio**

### Presenti sul territorio

Così è andata: Poste Italiane ha accelerato i tempi e si è fatta trovare pronta di fronte alla richiesta di collaborazione del Governo. Del resto, «se lo Stato si rivolge sempre a noi – aveva detto il Direttore Generale Giuseppe Lasco, parlando dell'efficacia di Polis – significa che le nostre qualità sono apprezzate». La soluzione della questione dei tempi di rilascio dei passaporti è stata in buona parte affidata all'attuazione di Polis, a cui il Governo ha dato avvio nei mesi scorsi e che viene progressivamente esteso a tutti i Comuni coinvolti. In prospettiva, ha spiegato il Ministro dell'Interno Matteo Piantedosi in aula al Senato, potrà essere esteso anche ai comuni con popolazione superiore su tutto il territorio nazionale. Grazie al progetto Polis i cittadini possono richiedere o rinnovare il passaporto, presentando la documentazione direttamente agli sportelli di Poste Italiane, senza doversi recare in Questura e con la possibilità di ricevere il passaporto a domicilio.

### Risorse e competenze

L'avvio della sperimentazione per i passaporti è un nuovo passo in avanti del progetto Polis su cui Poste Italiane sta investendo risorse e competenze. Poste Italiane mantiene gli impegni presi, confermando la sua visione di azienda da sempre vicina alle persone e ai territori per contribuire allo sviluppo sociale ed economico del Paese. «L'obiettivo – ha spiegato il ministro per la Pubblica Amministrazione Paolo Zangrillo in una intervista rilasciata alla Stampa – è facilitare l'accesso ai servizi pubblici anche nei centri più piccoli e meno raggiungibili, come già previsto per i certificati anagrafici e di stato civile. Il progetto con Poste Italiane è una grande opportunità che, in fase di sperimentazione, sta già registrando effetti positivi e che una volta a regime potrà ridurre significativamente i tempi di rilascio». Il progetto Polis è dunque la prova che l'apertura di un canale distributivo, in più dotato di un buon tasso di efficienza e della reputazione dovuta alla decennale confidenza di molti cittadini, crea domanda e aguzza l'ingegno di chi gestisce l'offerta. Semplificando la vita dei cittadini e alleggerendo la burocrazia.

## Si laurea in Economia e Management grazie a una tesi sul Progetto Polis

Una tesi sul Progetto Polis, sul suo impatto come moderno ufficio postale e sulle best practice di Poste tra tecnologia e sostenibilità. È il risultato raggiunto da **Francescachiara Barbieri** (nella foto), che si è laureata in Economia e Management e lavora presso il CD di Faenza, dove è arrivata due anni fa dopo aver iniziato come portalettere nel comune di Trebisacce, in provincia di Cosenza. «Pensavo fosse impossibile gestire lavoro, studio e famiglia – racconta a Postenews – ma alla fine ce l'ho fatta. Sono diventata "dottoranda bis" portando in sede di discussione l'esempio di Poste Italiane e intitolando la tesi: "Gestione-tecnologia-sostenibilità, Poste Italiane: il valore dell'innovazione"». Nella sua tesi, Barbieri ha esaminato come gestione, tecnologia e sostenibilità siano tra loro interconnesse e come hanno avuto e abbiano tuttora un impatto significativo sull'azienda. Fondamentale anche l'analisi del Progetto Polis, vera creazione di valore dei processi descritti dalla neodottoranda: «Nella quinta sezione, ho esaminato il progetto Polis, ovvero la creazione di un "nuovo modello di ufficio postale"». A coronare il lavoro, una serie di interviste ai dipendenti. «Credo fortemente in questa azienda e mi ritengo pronta e determinata per poter crescere al suo interno» conclude Francescachiara e siamo certi che questo accadrà.



LA DIRETTRICE DI DONNA MODERNA

# Polis e i servizi nei piccoli comuni: questa è l'Italia che ci piace

di **Maria Elena Viola**

Quando sento parlare di “transizione digitale”, penso subito a un paesino sul mare con poco meno di 11.000 anime e tramonti mozzafiato, in cui ho una piccola casa di famiglia.

Mi viene in mente perché non molti anni fa, dovendo fare delle verifiche su dei tributi locali (l'immancabile TARI), un vicino del posto, chiaramente più pratico di me, mi suggerì di recarmi all'ufficio competente non più tardi delle 6.30 del mattino. Eh!? Mi spiegò che quello era l'unico modo per procurarmi il “numerino” e disbrigare la pratica. Ovviamente non lo feci. Ma alle 7.59, esattamente 1 minuto prima dell'apertura degli sportelli ero lì, pronta a sudare per il mio documento. Niente da fare. Davvero c'erano decine di persone già asserragliate davanti alla porta con thermos in mano e diritto di precedenza. E tutti i numerini già esauriti (insieme ai nervi)! Pur essendomi rassegnata a perdere un'altra giornata di mare per dare degna sepoltura ai miei

rifiuti, m'incaponii a parlare con un responsabile per suggerire un modo più “civile” di gestire il lavoro, per esempio tramite prenotazione su sito o app. Accolta da una cortese dirigente capii che il problema non era di cattiva volontà ne' tantomeno di personale inefficiente, semplicemente di risorse e di strumenti.

Per questo non posso che gioire del nuovo “Progetto Polis - Case dei servizi di cittadinanza digitale”, promosso da Poste Italiane in collaborazione col Governo, grazie ai fondi del PNRR. Un piano che prevede la creazione in 7.000 Comuni italiani sotto i 15.000 abitanti di uffici postali super tecnologici, capaci di garantire a tutti i cittadini, anche quelli delle aree periferiche, l'accesso ai principali servizi amministrativi. Con duplice vantaggio: superare il digital divide che spesso penalizza i centri piccoli e poco urbanizzati e alleggerire tempi e costi della complessa macchina burocratica. Il programma, già avviato in vari Comuni del territorio nazionale, prevede l'installazione di postazioni self-service per l'erogazione di servizi di pubblica utilità, ATM Postamat, vetrine interattive e oltre 500 lockers per la consegna

e il ritiro dei pacchi. In pratica, in una stessa struttura sarà possibile fare le comuni operazioni di posta ma anche richiedere certificati anagrafici e giudiziari, documenti di identità e di stato civile, passaporti, cedolini pensionistici, atti previdenziali e tutti quei documenti per i quali finora era necessario fare lunghe file in uffici differenti. Uno sportello unico che semplifica la vita di tutti, 24 ore su 24, in modo agile e veloce, azzerando le differenze tra cittadini di serie A e B, ovvero quelli che vivono nelle grandi città e hanno un'ampia offerta di servizi e quelli che vivono tagliati fuori in piccole realtà. Un bello scatto in avanti per la digitalizzazione della Pubblica Amministrazione e del Paese. A cui si aggiunge l'attenzione alla sostenibilità ambientale e “umana”, con la creazione di colonnine per la ricarica di veicoli elettrici e impianti fotovoltaici e la realizzazione di un'ampia rete di spazi per il co-working dove sarà possibile condividere postazioni di lavoro, fare riunioni, organizzare eventi culturali e corsi di formazione. Ma questo è un altro capitolo. Ne parliamo nella prossima puntata. Questa, sì, è l'Italia che ci piace!

VIMINALE

## Piantedosi: «La capillarità di Poste ci permette di essere più vicini alle comunità dei piccoli centri»



«Grazie alla collaborazione con Poste Italiane, e alla sua capillare rete di uffici sul territorio, stiamo progressivamente spostando il baricentro delle attività del Viminale per renderlo sempre più vicino alle esigenze dei cittadini». Sono le parole del Ministro dell'Interno Matteo Piantedosi all'avvio, lo scorso 1° marzo, della sperimentazione «di un progetto che, a regime,

renderà possibile, nei piccoli Comuni, richiedere o rinnovare il passaporto direttamente negli uffici postali: una importante novità sulla strada della semplificazione dei canali di accesso ai servizi della Pubblica Amministrazione. Un segnale di attenzione verso le comunità di quei piccoli centri abitati che rappresentano la spina dorsale del nostro Paese».

IL SERVIZIO

## Come richiedere il passaporto allo sportello: la sperimentazione partita in diverse zone del Paese

Grazie alla Convenzione firmata tra Poste italiane, Ministero dell'Interno e Ministero delle Imprese e del Made in Italy, i cittadini residenti o domiciliati nei Comuni inclusi nel progetto Polis (7.000 Comuni al di sotto di 15mila abitanti) possono aprire la pratica di richiesta o rinnovo del passaporto presentando la documentazione direttamente allo sportello dell'ufficio postale, senza doversi recare in Questura, con la possibilità di ricevere il passaporto a domicilio. La novità è partita in via sperimentale in provincia di Bologna, a San Pietro in Casale e Toscanella (frazione di Dozza), e si è poi estesa su tutto il territorio nazionale.

### Come funziona il servizio

Basterà consegnare all'operatore del più vicino ufficio postale del proprio Comune un documento di identità valido, il codice fiscale, due fotografie, pagare in ufficio il bollettino per il passaporto ordinario della somma

di 42,50 euro e una marca da bollo da 73,50 euro. In caso di rinnovo bisognerà consegnare anche il vecchio passaporto o la copia della denuncia di smarrimento o furto del vecchio documento. Grazie alla piattaforma tecnologica in dotazione agli Uffici Postali Polis, sarà lo stesso operatore a raccogliere le informazioni e i dati biometrici del cittadino (impronte digitali e foto) inviando poi la documentazione all'ufficio di Polizia di riferimento. Il nuovo passaporto potrà essere consegnato da Poste Italiane direttamente a casa del richiedente.

### I servizi di Polis

Il servizio di rilascio del passaporto si aggiunge agli altri già attivi negli uffici postali Polis, nei quali è possibile ritirare certificati anagrafici e di stato civile, certificati previdenziali, certificato per le pratiche di volontaria giurisdizione. Ad oggi sono stati richiesti oltre 5.000 documenti.



Le parole di Massimo Rosini, Responsabile della funzione Strategia della Logistica di Gruppo

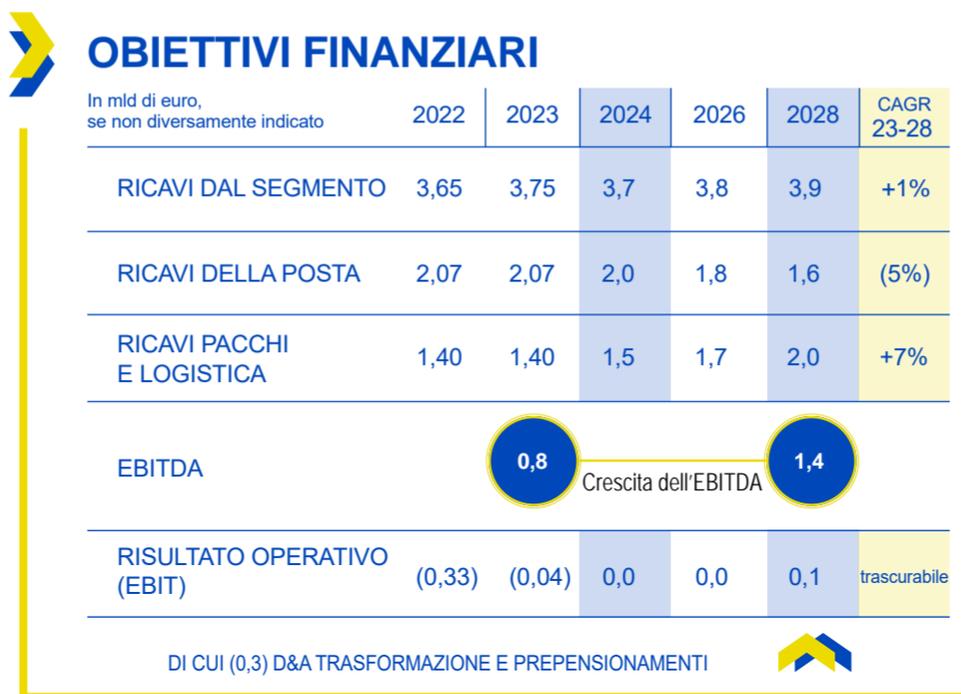
# «Consegna dei pacchi in quattro ore nel nostro modello a prova di futuro»

Per raggiungere i traguardi fissati da "The Connecting Platform", PCL punterà su tecnologia, sostenibilità, una nuova partnership immobiliare e l'implementazione della rete: «Sarà possibile fare un ordine online all'ora di pranzo e riceverlo entro l'ora di cena»

«La priorità negli ultimi anni è stata l'inversione di tendenza di un'unità di business in perdita: con il piano Insieme 24 SI, avevamo promesso di raggiungere il break even entro il 2024 e questo target è stato raggiunto un anno prima rispetto alla nostra guidance. Con il nuovo piano la nostra trasformazione sarà portata a compimento: l'obiettivo è garantire un futuro luminoso ai nostri portalettere, che svolgeranno un ruolo essenziale nell'attuazione della nostra strategia per diventare un operatore logistico pienamente sostenibile end-to-end». Il Piano strategico 2024-2028 di Poste Italiane costruirà una rete di distribuzione «a prova di futuro», secondo Massimo Rosini, Responsabile della funzione Strategia della Logistica di Gruppo, che ha ricordato la trasformazione dell'azienda, oggi leader nel mercato dei pacchi. Nel mirino ci sono il consolidamento di questa leadership nel comparto internazionale, lo sviluppo della logistica conto terzi, la crescita ulteriore della logistica sanitaria e, soprattutto, una rete sostenibile. «Tutte queste ambizioni – ha sottolineato Rosini – potranno potenziare il nostro posizionamento sul mercato, con un 50% dei ricavi che proviene dai mercati in crescita e redditizi dei pacchi e della logistica alla fine del 2026. Una grossa differenza rispetto al 20% registrato nel 2017». L'obiettivo dichiarato è quello di arrivare a 700 milioni di euro di nuovo business grazie a pacchi e logistica conto terzi.

## Fattori chiave

Per raggiungere i traguardi fissati da "The Connecting Platform", PCL punterà su tecnologia, sostenibilità, una nuova strategia immobiliare e l'implementazione della rete. «Stiamo lavorando su un approccio predittivo che si basa su data analytics e machine learning, migliorando la customer experience e ottimizzando l'allocation dei pacchi all'interno delle nostre reti», ha detto Rosini. «Al tempo stesso, ci stiamo muovendo verso un approccio proattivo, facendo leva sull'intelligenza artificiale generativa, utilizzando le preferenze espresse dai nostri clienti per migliorare la loro esperienza». La strategia di sostenibilità comprende il completamento della flotta green, con una riduzione delle emissioni di CO2 del 40% nel



**Massimo Rosini, Responsabile Strategia della Logistica di Gruppo**

2024 rispetto al 2019, in linea con il nostro obiettivo», così come un'offerta basata su «soluzioni con un impatto ambientale più basso» e l'innovazione di processo, con la riduzione dei rifiuti. Dal punto di vista immobiliare, ha affermato Rosini, «la crescita del comparto pacchi richiederà la conversione dei centri di distribuzione in centri multifunzionali e lo sviluppo di nuove warehouses, nuovi magazzini per la logistica conto terzi». Al fine di accelerare questo processo Poste entrerà in una joint venture con un partner specializzato nella logistica immobiliare che consentirà, ha aggiunto Rosini, la creazione di strutture



innovative e all'avanguardia che rispettino i più elevati standard qualitativi di ESG. «Nel nostro modello a prova di futuro agguinceremo anche una rete dedicata per i pacchi. E questo al fine di cogliere nuove opportunità di mercato, come ad esempio la possibilità di avere delle consegne di pacchi in quattro ore grazie a delle aree di micro-fulfillment all'interno dei centri

logistici. E attività logistiche specializzate per i prodotti farmaceutici e refrigerati. Questa nuova rete è un elemento chiave che ci porterà ad avere un aumento ulteriore del numero di pacchi».

## Consegne veloci e sostenibili

Per gli shopper, quindi, «sarà possibile fare un ordine online all'ora di pranzo e ricevere il pacco all'ora di cena: questa è una soluzione che è resa possibile da una presenza fisica che non ha pari in quanto le nostre strutture sono situate in tutti i principali centri urbani e abbiamo anche un ampio parco di mezzi elettrici. Questo significa che noi saremo in grado di offrire ai nostri clienti recapiti molto veloci e verdi». Rosini ha poi ricordato le caratteristiche distintive del modello di servizio che ha permesso a Poste e ai suoi partner di costruire il loro successo: una rete di portalettere sempre più orientati ai pacchi, la performance resiliente, le soluzioni flessibili per i resi. «Nel mercato e-commerce i recapiti non a domicilio rappresentano il segmento a più rapida crescita, grazie anche alla vendita di prodotti di seconda mano. Questo è un segmento che si stima crescerà dell'11% l'anno, quasi tre volte rispetto al mercato complessivo dei pacchi. La nostra rete Punto Poste non ha pari, è già senza rivali, grazie anche all'acquisizione di LIS con 28.000 punti che offrono un'esperienza di elevata qualità e una gamma completa di servizi». L'obiettivo è espandere la rete fino a 40.000 punti nel 2028 «con quasi il 100% della popolazione italiana a una distanza massima di 5 minuti dai nostri punti». La partnership con DHL porterà a incrementare la rete di locker e allo sviluppo delle spedizioni, mentre continuerà a consolidarsi la leadership sui pacchi spediti dalla Cina, supportata da Sengi. Rosini ha poi annunciato che un'azienda dedicata, Postelogs, «offrirà soluzioni personalizzate end-to-end ai nostri clienti, rispettando i più elevati standard operativi». Capito a parte, la logistica sanitaria che, dopo l'acquisizione di Plurima, vede Poste in prima linea. Infine, «Poste sta collaborando con la Fondazione Milano-Cortina per occuparsi della logistica delle prossime Olimpiadi e Paralimpiadi invernali del 2026, con l'obiettivo di diventare partner logistico per questo evento».

## Target finanziari

I ricavi di PCL aumenteranno in media di un punto percentuale per ogni segmento, mentre la linea pacchi e logistica crescerà del 7% l'anno, compensando quello che si prevede sarà un declino dei ricavi da corrispondenza. I ricavi da corrispondenza si ridurranno del 5% l'anno e la strategia di repricing di Poste compensa in parte questo declino. L'Ebit dovrebbe raggiungere un incremento di 600 milioni rispetto al 2023.

## PASSARE ALLA FASE SUCCESSIVA DELLA TRASFORMAZIONE DELLA NOSTRA RETE



L'evoluzione dei servizi finanziari nei prossimi cinque anni

# «Digitale e semplificata: l'offerta commerciale sarà cucita su misura»

Il Responsabile BancoPosta Guido Nola: «Modificheremo il nostro modello per rispondere a diverse esigenze, anche grazie alla formazione e alla crescita professionale dei consulenti»



ELEMENTI CHIAVE

Un nuovo modello di servizio commerciale per ottimizzare la copertura, massimizzando il valore per cliente

Focus su Risparmi e Investimenti rinnovando l'offerta di Risparmio Postale e ribilanciando in modo proattivo il portafoglio

Strategia omnicanale del Gruppo per migliorare ulteriormente l'esperienza del cliente facendo leva sul digitale e sulla nuova SuperApp

Crescita del flusso di ricavi dal portafoglio di investimenti con maggiore visibilità in diversi scenari di mercato

Il gestore di patrimoni più trasparente, più presente sul territorio, più conveniente e orientato al cliente di tutti gli italiani

Presenza fisica capillare, offerta omnicanale, consulenti sempre più incentrati sulle esigenze dei clienti e capaci di costruire una relazione più forte. Durante la presentazione del nuovo piano, Guido Nola, Responsabile BancoPosta, ha illustrato le sfide che attendono il comparto per i prossimi cinque anni: «Nel 2017 abbiamo lanciato il primo servizio di consulenza – ha ricordato – Attraverso il modello incentrato sull'ufficio postale, la progressione della copertura è continuata e abbiamo assegnato diversi segmenti a specifici consulenti: affluent, itinerant, mass e premium. Entro il 2026 – ha proseguito Nola – l'evoluzione di questo modello sarà completata». Questo intervento è stato ben accolto dai clienti e ha portato a ulteriori 80 miliardi di Afi (attività fruttifere di interessi) al 2023. «Abbiamo anche accelerato il nostro programma di trasformazione digitale per migliorare l'esperienza cliente nella nostra strategia omnicanale. L'esperienza digitale ora riguarda tutti i principali prodotti, dai prestiti al risparmio postale. Questa strategia non è stata progettata per avere un'offerta esclusivamente digitale, ma per consentire ai clienti di accedere ai nostri prodotti nel modo in cui ritenevano più opportuno, attraverso gli uffici postali oppure in modo digitale sul web, attraverso l'App o con i call center. E le vendite digitali sono aumentate del 71% annuale».

## Presenza inalterata

L'evoluzione dei canali digitali non modificherà il pilastro della capillarità di Poste Italiane sul territorio, determinante nel rapporto con i clienti: «La nostra presenza fisica rimane inalterata e questo conferma le opportunità offerte dalla desertificazione bancaria nelle comunità locali, dove gli uffici postali rimangono un caposaldo. I nostri clienti modificano le loro abitudini – ha sottolineato Nola – Anche noi modificheremo il nostro modello omnicanale per rispondere a queste esigenze: la nostra SuperApp aiuterà i clienti a godere di esperienze agevoli con Poste Italiane». Nola ha ricordato che i servizi finanziari hanno due fonti di ricavo: le commissioni per la distribuzione dei prodotti di Poste e per conto terzi; i profitti netti da interessi e trading che derivano dal portafoglio dei titoli di Stato. «Sulle commissioni il piano è incentrato sull'evoluzione del modello di servizi commerciali – ha aggiunto – Inoltre, ottimizzeremo il controllo della rete di servizi postali applicando il modello Hub&Spoke a raggiera. Questa attività ci consentirà di rafforzare il modello e il flusso di redditi, di ricavi, da risparmi e investimenti e un incremento degli Afi.



## OBIETTIVI FINANZIARI E KPI

In mld di euro, se non diversamente indicato	2022	2023	2024	2026	2028	CAGR 23-28
RICAVI LORDI	5,76	6,09	6,1	6,5	7,0	+3%
RISULTATO OPERATIVO (EBIT <sup>1</sup> )	0,89	0,86	0,8	0,8	0,9	0%
TFA	576	581			624	>1%

	2022	2023	2024	2026	2028
COPERTURA CLIENTI AFFLUENT+	32%	32%	45%	>70%	>80%
% DI CONSULENZA FINANZIARIA SPECIALIZZATA SU CLIENTI TARGET	47%	50%	53%	>70%	>80%

1. Esclusi gli oneri di sistema relativi al fondo di garanzia assicurativa, attualmente stimati in circa 20 milioni in media all'anno nell'arco di piano



Guido Nola, Responsabile BancoPosta

I prestiti al consumo comporteranno un aumento del tasso di approvazione, ci saranno ulteriori volumi e commissioni. Il nuovo modello consentirà anche di ridefinire e riprogrammare la nostra posizione rispetto ai clienti business».

## La relazione con i clienti

L'obiettivo del nuovo piano strategico è quindi seguire i clienti sulla base delle loro reali esigenze. La principale innovazione è rappresentata dall'introduzione di un

cluster per upper mass destinato ai clienti con attivi finanziari inferiori a 100.000 euro che generano ricavi annuali superiori a 100 euro. «L'80% dei nostri clienti private e affluent – ha chiarito il Responsabile di BancoPosta – saranno coperti da consulenti finanziari specializzati con un piccolo portafoglio e questo consentirà a ogni cliente di discutere i loro investimenti a scadenza. Questo team di consulenti guiderà i clienti nelle situazioni più complesse. Incrementeremo il numero di consulenti affluent con l'upskilling e il reskilling, forniremo loro opportunità di formazione, sosterremo la loro crescita professionale. I consulenti saranno dunque incentrati sui clienti e sulle loro esigenze. Gli altri clienti di massa saranno serviti dai cassieri e dai 4.000 corner Casa&Famiglia e relativi operatori. Questi corner possono ovviare a esigenze di tutti i giorni per prodotti assicurativi quotidiani e altre situazioni analoghe». L'ambizione resta quindi quella di garantire uno stock stabile nell'orizzonte del piano attraverso un modello commerciale rivisto, un'offerta di prodotti specializzati continuando a lavorare con Cassa Depositi e Prestiti, l'adozione di un'ulteriore gamma di prodotti e un processo semplificato per ottimizzare l'attività degli uffici postali e online. «Noi – ha sottolineato Nola – riteniamo che la digitalizzazione e la semplificazione ci consentiranno di ampliare la base clienti e questo ci renderà più appetibili per i giovani adulti».

## Gli investimenti

La priorità è mettere al centro i clienti: «Dobbiamo favorire una forte relazione con clienti affluent e private adeguando i loro attivi al portafoglio target, mettendo in atto un approccio proattivo per ottimizzare le dinamiche di rischio e ricompensa e ribilanciando i loro investimenti». L'obiettivo del 2028 è anche quello «di massimizzare l'efficienza e l'efficacia dei nostri consulenti, grazie all'arricchimento dei dati e a un'attenzione particolare ai clienti con un rating più elevato». Opportunità di incrementare il business arrivano anche dalla joint venture con Financit per la cessione del quinto e dalla strategia sulle piccole e micro imprese. «Altro pilastro chiave del nuovo modello, soprattutto per i consumatori professionisti, sarà la leva che possiamo esercitare con i nostri cassieri e con i consulenti sulla piattaforma digitale – ha aggiunto Nola – Entro il 2028 dal punto di vista dei servizi finanziari, prevediamo 400.000 conti correnti con 11.000 euro di media».



## LANCIO DEL NUOVO MODELLO DI SERVIZIO COMMERCIALE

RAFFORZARE LA COPERTURA PER MASSIMIZZARE IL VALORE PER CLIENTE



1. Al 31 dicembre 2023, esclusi i clienti corporate e quelli della Pubblica Amministrazione

Gli obiettivi illustrati da Andrea Novelli, Amministratore Delegato del Gruppo assicurativo

# «Investimenti, previdenza, protezione: Poste Vita avrà una crescita rapida»

La graduale ripresa del Pil, la normalizzazione dell'inflazione e la fine delle politiche a interesse zero delle banche centrali creeranno un ambiente favorevole: «E noi cominciamo questo viaggio dalla posizione di mercato più forte mai conseguita»

«La nostra ambizione strategica in ambito assicurativo è di fornire un rifugio sicuro per tutte le esigenze di investimento e di protezione dei nostri connazionali. Per quanto riguarda il mercato protezione, ci attendiamo di crescere molto rapidamente, mantenendo sempre elevati livelli di buona redditività». Sono gli obiettivi fissati dall'Amministratore Delegato e Direttore Generale di Poste Vita, Andrea Novelli, durante la presentazione del piano "The Connecting Platform". Poste Vita ha ottenuto una crescita costante a partire dal 2017, con una sovraperformance rispetto agli obiettivi. «Abbiamo raggiunto questi risultati grazie soprattutto alla resilienza di investimenti e prodotti previdenziali, con una sovraperformance rispetto al mercato. Inoltre, abbiamo messo a punto un comparto di protezione molto solido con una crescita accelerata rispetto agli anni recenti, grazie anche all'acquisizione di Net Insurance. Quindi ci troviamo a iniziare il nostro viaggio dalla più forte posizione mai conseguita». Alcuni trend di lungo periodo continueranno a spingere il business: il previsto lieve aumento del Pil italiano, la normalizzazione del tasso di inflazione e la fine delle politiche di tasso d'interesse zero da parte delle banche centrali creeranno un ambiente molto più favorevole. Guardando al mercato della protezione, la domanda elevata di assicurazione personale ha continuato a crescere dalla fine della pandemia, ha aggiunto Novelli, «non abbiamo nessun motivo di



OBIETTIVI FINANZIARI	2023	2024	2026	2028	CAGR 23-28
RICAVI DAL SEGMENTO	1,6	1,6	1,8	1,9	+4%
INVESTIMENTI VITA E PENSIONE	1,4	1,4	1,5	1,6	+3%
PROTEZIONE	0,1	0,2	0,2	0,3	+15%
RISULTATO OPERATIVO (EBIT')	1,4	1,4	1,5	1,6	+3%
REDDITO NETTO	1,0	0,9	1,0	1,1	+2%

1. Esclusi gli oneri di sistema relativi al nuovo fondo di garanzia assicurativa attualmente stimati in circa 60 milioni in media all'anno nell'arco di piano

dalla volatilità di mercato significativa che ha caratterizzato gli anni recenti e grazie a questo approccio quasi tutti possono contare su ritorni e rendimenti positivi. Siamo premiati dalla loro fidelizzazione». Con il mercato che ha cominciato a stabilizzarsi e con un contesto di tassi più favorevoli, «siamo fiduciosi che questo modello di business continuerà a dare risultati». Il ritorno dei prodotti a capitale garantito aumenterà e raggiungerà il rendimento di altri investimenti a reddito fisso: «Ridurremo il rischio complessivo del nostro portafoglio di investimenti come combinazione di una maggiore esposizione ai titoli di Stato europei, un miglioramento del rating medio dei titoli societari e un aumento di investimenti alternativi». A guidare le decisioni di investimento e di progettazione dei prodotti saranno anche i fattori ESG: «Entro la fine del 2024, tutti i nostri prodotti di investimento saranno in linea con l'articolo 8 del regolamento riguardante le informazioni relative alla sostenibilità nel settore dei servizi finanziari. Pensiamo al futuro: continueremo in questo nostro viaggio riducendo l'impronta di carbonio del nostro portafoglio e ci impegniamo ad azzerare le emissioni nette entro il 2050, lanciando progetti di investimento che abbiano un preciso obiettivo di investimenti sostenibili, in conformità all'articolo 9 dello stesso regolamento».

## Nuove opportunità

La maggior parte dei prodotti di Poste Vita sono destinati alla clientela retail, ma negli ultimi anni è stato sviluppato un importante comparto Corporate che fornisce polizze assicurative sanitarie alle imprese come fringe benefit dei loro dipendenti. Anche

in questo ambito Poste Vita è diventata leader. «La domanda di prodotti assicurativi privati - ha aggiunto Novelli - è cresciuta e siamo riusciti negli ultimi anni a integrare il servizio di consulenza e la vendita di prodotti di investimento e di protezione. Tuttavia, la penetrazione della protezione nella nostra base clienti rimane ancora bassa, quindi c'è margine di miglioramento. Vogliamo passare da 0,8 miliardi nel 2023 ad almeno 1,5 miliardi nel 2028 mantenendo buoni livelli di redditività». Un target che comprende il contributo positivo di tutte le entità, a cui si è aggiunta l'importante partnership con IBL Banca nel settore dei prestiti. «Presentiamo questo nuovo piano con una posizione più forte che mai - ha ribadito Novelli - Le nostre tendenze di mercato, macro e micro, sostengono questo nostro viaggio. Grazie al nostro modello di business unico, speriamo di poter sovraperformare in tutti i comparti, pensioni, investimenti e Vita abbracciando una crescita redditizia e rapida».

## UN BUSINESS RESILIENTE E SOSTENIBILE

- Afflussi netti costanti sostenuti da un modello di business unico, dalla normalizzazione dell'inflazione e dei tassi d'interesse
- Ulteriore integrazione dei principi ESG negli investimenti e nella progettazione dei prodotti

## I PILASTRI CHIAVE DELLA STRATEGIA 2024-'28

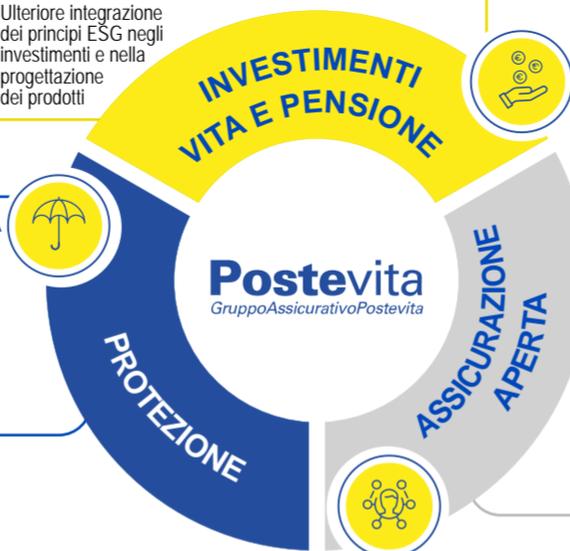
DRIVER DI CRESCITA PER UNA REDDITIVITÀ SOSTENIBILE

## RETE DI DISTRIBUZIONE AMPLIATA

- Nuovi canali di distribuzione di terzi abilitati da Net Insurance
- Digitalizzazione per rafforzare la distribuzione omnicanales e la customer experience come parte della SuperApp del Gruppo

## CRESCITA SIGNIFICATIVA

- Rapida crescita della raccolta premi lorda grazie all'aumento della domanda e alla bassa penetrazione dei clienti
- Miglioramento della redditività grazie allo spostamento del mix verso l'attività retail



## POSIZIONE PATRIMONIALE DI SOLVIBILITÀ SOLIDA E MENO VOLATILE

ritenere che ci sarà un'inversione di tendenza, dal momento che questo è anche il risultato di alcuni trend di lungo periodo, come l'invecchiamento progressivo». Se il mercato di investimenti e pensioni «continuerà il suo percorso di crescita regolare», l'acquisizione di Net Insurance consentirà di incrementare le attività di protezione sviluppando prodotti complementari e canali distributivi terzi. «La resilienza dei nostri risultati - spiega l'Ad di Poste Vita - è dovuta soprattutto al nostro modello di business, che è unico nel suo genere. Innanzitutto, abbiamo un portafoglio molto diversificato: 7 milioni di polizze con una media inferiore a 30.000 euro. E questo perché noi ci rivolgiamo a tutti i segmenti della clientela con una concentrazione più bassa nella fascia alta del mercato, dove tendenzialmente i clienti tendono a essere



Andrea Novelli, Ad di Poste Vita

più opportunistici nel loro comportamento di investimento». Poste Vita continuerà quindi a vendere prodotti a capitale garantito, come ha continuato a fare anche con i tassi negativi. «Così facendo - ha precisato Novelli - abbiamo protetto i nostri clienti

## ELEMENTI CHIAVE

● Comprovata esperienza di forte crescita superiore agli obiettivi finanziari

● Tendenze macro e di mercato a lungo termine a supporto dell'attività

● Ramo Investimenti e Pensione resiliente e sostenibile, con performance superiori al mercato

● Ramo Protezione in rapida crescita e redditività, ulteriormente accelerata dalle recenti attività di M&A

● Coefficiente di solvibilità molto forte e meno volatile che consente di raggiungere il 100% di remittance ratio

● Crescita costante dei ricavi e del risultato operativo (EBIT) previsti

La società nata nel 2018 continua la sua accelerazione

# PostePay corre ancora: «La SuperApp diventerà il wallet degli italiani»

Il Direttore Generale Laura Furlan: «Il nostro ecosistema di prodotti e servizi riceverà una spinta dalla tecnologia e dalla relazione con i clienti nei Punto Poste Casa&Famiglia»

Trenta milioni di carte di pagamento, 12 milioni di Wallet digitali, 4,7 milioni tra Sim e reti telefoniche, oltre mezzo milione di contratti di gas ed energia elettrica. Sono i numeri con cui PostePay, l'ecosistema dei pagamenti di Poste Italiane, si presenta alla partenza del nuovo piano "The Connecting Platform". «Dal 2018, quando PostePay è stata incorporata come spin-off di servizi finanziari, abbiamo registrato una crescita a due cifre su tutte le metriche finanziarie, con un tasso di crescita annuale dei ricavi del 20% e abbiamo più che raddoppiato l'Ebit. Sostenuti da un passaggio ai pagamenti digitali, ora abbiamo un valore di transazioni pari a 80 miliardi di euro e abbiamo processato 2,7 miliardi di transazioni lo scorso anno: questo ci prepara a un futuro luminoso», chiarisce Laura Furlan, Direttore Generale di PostePay, che aggiunge: «La cosa più importante è che abbiamo perseguito il nostro obiettivo di costruire un ecosistema di prodotti e servizi per la vita di tutti i giorni». Dai pagamenti digitali alle telecomunicazioni, dall'energia ai 45mila punti di prossimità legati all'acquisizione di LIS, non c'è ambito in cui l'offerta omnicanales di PostePay non sia presente. «Il nostro obiettivo - spiega ancora Furlan - è connettere i servizi per le esigenze quotidiane e sviluppare il nostro ecosistema dei pagamenti aperti. Abbiamo costruito una proposta unica: il nostro obiettivo è raggiungere 15 milioni di nuovi contratti per le carte, il mobile, le reti di casa e l'energia nel prossimo periodo». Tra gli asset chiave per centrare questi obiettivi si inseriscono i Punto Poste Casa&Famiglia per la relazione con i clienti, nonché le analisi dei dati tramite l'intelligenza artificiale, che «ci consentono di personalizzare le esperienze e massimizzare le vendite». Senza dimenticare l'attenzione alla sicurezza e alla tutela dei clienti contro i rischi di frode.

## La strategia sui pagamenti

«Anche dopo la grande accelerazione dei pagamenti digitali durante la pandemia, la quota al 40% della spesa totale è ancora relativamente bassa rispetto agli standard europei e questo dimostra che c'è margine di crescita - ha proseguito Furlan - Si attende un tasso di crescita annualizzato superiore al 7% su tutto il periodo del piano. La crescita che ci aspettiamo è persino maggiore. Questo mercato rappresenta una corsia di accelerazione considerando la penetrazione dell'e-commerce qui rispetto ad altri Paesi». PostePay può fare affidamento su una base di clienti diretta, ampia, «che ci consentirà commissioni ricorrenti». La base



## OBIETTIVI FINANZIARI

In mld di euro, se non diversamente indicato

	2022	2023	2024	2026	2028	CAGR 23-28
RICAVI DI SEGMENTO <sup>1</sup>	1,13	1,45	1,6	1,9	2,2	+9%
RISULTATO OPERATIVO (EBIT)	0,38	0,44	0,5	0,6	0,7	+9%
UTILE NETTO	0,27	0,34	0,4	0,4	0,5	+8%

1. I ricavi sono riesposti al netto dei prezzi delle materie prime e degli oneri passanti del settore energia



Laura Furlan, Direttore Generale PostePay

di 10 milioni di carte Postepay Evolution consente di intercettare le tendenze a rapida crescita, come per esempio i pagamenti P2P. «Il nostro obiettivo al 2028 è superare i 130 miliardi di euro di transazioni, gestendo quindi 4,6 miliardi di transazioni, con una crescita annualizzata a due cifre». La SuperApp darà un'ulteriore spinta a questo sprint, «diventerà naturalmente il wallet di elezione per gli italiani». PostePay svilupperà inoltre soluzioni di acquiring per aziende micro e piccole, ampliando il modello di servizio

LIS, generando commissioni ricorrenti e connettendo gli esercenti a una base clienti retail senza paragoni.

## Obiettivi raggiungibili

Tra gli obiettivi del nuovo piano ci sono 4 milioni di clienti in più per la fibra (per un totale di 8,8 miliardi), e 5,5 milioni clienti Telco. Ma è soprattutto l'energia, un servizio relativamente "giovane" per Poste Italiane, il maggiore terreno di sfida: «Dall'inizio del '23 abbiamo siglato più di 500.000 contratti, è un mercato molto dinamico: ogni anno vengono firmati 8,8 milioni di contratti e si registra uno switch rate veramente elevato sia per quanto riguarda l'elettricità, 19,4%, sia per il gas, 14,4%. Continueremo la nostra crescita con un'offerta 100% green, anche grazie alla possibilità di realizzare buona parte dei preventivi. La nostra aspettativa è di migliorare e aumentare la nostra base clienti Energia di 2 milioni di contratti, raggiungendo un totale di 2,5 milioni nel 2028. La quota di mercato arriverà 4-5% alla fine del piano. Consideriamo questi obiettivi raggiungibili, dal momento che le vendite annuali implicite rappresentano il 7% del mercato di riferimento».



## PILASTRI DELLA STRATEGIA OMNICANALE DI POSTEPAY

COLLEGARE I SERVIZI PER LE ESIGENZE QUOTIDIANE DEI CLIENTI E SVILUPPARE L'ECOSISTEMA DEI PAGAMENTI OPEN



### CONNETTERSI ALLE ESIGENZE QUOTIDIANE DEI CLIENTI

- Proposta di vendita unica che fa leva su un ecosistema ineguagliabile (pagamenti, telefonia ed energia)
- La piattaforma omnicanales di Poste Italiane e gli strumenti di campagna basati sui dati dell'IA
- Quadro Connect per favorire le opportunità di cross-selling che premiano gli acquisti di più servizi



### SVILUPPARE PIENAMENTE UN ECOSISTEMA DI PAGAMENTI OPEN

- Aumentare il valore della "transazione on-us" attraverso i pagamenti digitali (e-commerce, P2P, NFC)
- Ecosistema di pagamenti open che consente conti e carte di terzi
- Wallet per pagamenti digitali nella SuperApp come check-out di elezione



1. La cifra comprende: carte, telefonia fissa, SIM, contratti di energia e gas; 2. Comunicazione di prossimità (Near Field Communication)

## PostePay premiata all'Eletto Prodotto dell'Anno 2024

La ricerca costante dell'innovazione e la propensione alla semplificazione dei servizi ha portato PostePay Spa ad aggiudicarsi uno dei premi all'Eletto Prodotto dell'Anno 2024. Un premio è andato al servizio "Paga e Preleva" che si è distinto nella categoria Servizi Smart Innovation. La soluzione è stata particolarmente apprezzata perché consente di effettuare prelievi di contanti presso una delle oltre 11.000 tabaccherie PuntoLis abilitate, senza doversi recare a uno sportello automatico ATM. Il cliente potrà chiedere

di prelevare denaro contante (da un minimo di 30 euro a un massimo di 100 euro) contestualmente all'acquisto di beni o servizi per un importo pari o superiore ai 5 euro effettuato con le carte prepagate e di debito Postepay o di altri Istituti aderenti al circuito PagoBANCOMAT. Il premio Eletto Prodotto dell'Anno viene assegnato sulla base delle preferenze espresse da una "giuria" di 12.000 consumatori attraverso la più importante ricerca italiana sull'innovazione e la soddisfazione del cliente.



## ELEMENTI CHIAVE

Postepay: l'ecosistema di servizi per tutti i giorni con un track record di superamento degli obiettivi

Collegare pagamenti e servizi per la casa, sfruttando la piattaforma omnicanales di Poste Italiane

Il wallet per pagamenti digitali nella SuperApp mette in contatto il retail e le micro-piccole imprese

Crescita solida dei ricavi e del risultato operativo (EBIT) sostenuta da tutti i prodotti Postepay

SuperApp, Polis e pacchi in quattro ore: i titoli dei quotidiani dopo il Capital Markets Day

# Digitale e logistica, Poste è già nel futuro il Piano domina sulla stampa nazionale

Sulle pagine dei principali quotidiani l'obiettivo "1 euro per azione" fissato al 2026 e lo sviluppo dell'intelligenza artificiale per prevedere in anticipo gli ordini dei prodotti acquistati sulle piattaforme e-commerce, adattando la rete di distribuzione

Il giorno dopo la presentazione, lo scorso 20 marzo, del nuovo piano industriale di Poste Italiane, la stampa nazionale ha messo in evidenza gli obiettivi fissati dal Gruppo per il 2028 e le novità riguardanti i servizi digitali e la distribuzione. "Poste Italiane alza i dividendi, ai soci almeno il 65% dell'utile", titola il Sole 24 Ore. «Poste Italiane alza il velo sul piano industriale 2024-28 che dovrà traghettare il gruppo verso il collocamento della seconda tranche sul mercato, presumibilmente nella seconda parte di quest'anno. Il piatto forte – sottolinea il quotidiano economico – è la revisione al rialzo della politica dei dividendi, per la quale torna il payout con la distribuzione di almeno il 65% di un utile netto che è destinato a restare attorno a 1,9 miliardi nel 2024, toccare 2 miliardi nel 2026 e raggiungere quota 2,3 miliardi nel 2028. L'Ad Matteo Del Fante – si legge ancora – promette la distribuzione di un dividendo di almeno 1 euro per azione dal 2026, con un tasso di crescita del 7% annuo e un monte dividendi di 6,5 miliardi per il prossimo quinquennio».

## Diversi campi di gioco

"Poste, piano di sviluppo a 5 anni. Dividendi per 6,5 miliardi" è il titolo di Repubblica, che punta l'attenzione sul "sistema nervoso" della rete capillare di distribuzione. «Poste, com'è naturale, aggancerà ancora di più il treno, anzi il "frecciarossa" del commercio elettronico – osserva Repubblica – Per questo adatterà ulteriormente la rete di distribuzione alla consegna dei pacchi.



Questa strategia richiede investimenti fisici, materiali. E dunque i magazzini saranno portati a 400 mila metri quadri (grazie anche ad un'alleanza nel settore immobiliare). Nello stesso tempo, Poste cercherà di perfezionare il sistema nervoso del modello, con un'energica iniezione di intelligenza artificiale nei sistemi di consegna. Azienda molto diversificata, Poste scommette in incrementi di utili in tutti i campi di gioco che calpesta». Sulla nuova SuperApp annunciata dall'Ad Del Fante puntano l'attenzione altri quotidiani. Il Messaggero titola: "Poste: più utili e cedola. Una nuova SuperApp e 19mila assunzioni". «L'introduzione della SuperApp – sottolinea il quotidiano romano – semplificherà la vita dei clienti che con un solo gesto avranno accesso a tutti i servizi di Poste». "Poste, parte il nuovo piano. SuperApp e pacchi in 4 ore" è invece il titolo della Stampa, che spiega: «Grande attenzione sull'evoluzione del commercio online: consegnare un pacco in quattro ore è la sfida di Poste per restare al passo con i tempi. La sperimentazione è iniziata in Campania: in alcune aree verranno accumulati nel magazzino di partenza del postino quei beni acquistati sulle piattaforme di e-commerce in modo molto frequente, e sarà l'intelligenza artificiale a prevedere in anticipo gli ordini. Il consumatore che entro mezzogiorno compra online un prodotto già presente nel magazzino di zona potrà ragionevolmente sperare di vedersi recapitare il pacco a casa nel pomeriggio».

Il sito ha dedicato numerosi approfondimenti al piano strategico "The Connecting Platform"

# Oltre 5 milioni di visite su tgposte.poste.it nel 2023

La presentazione di "The Connecting Platform" è stata al centro dei contenuti di tgposte.poste.it, il sito curato dalla redazione di Postenews, che nel Capital Markets Day (e nei giorni successivi) ha dedicato ampio spazio al nuovo piano strategico di Poste Italiane. Per l'occasione, l'home page è stata curata in veste monografica, con tutti i contenuti di primo piano e di rilievo dedicati alle novità del piano di Poste Italiane. Un'attenzione che rientra a pieno nella linea editoriale di tgposte.poste.it: il sito, anche nell'anno passato, ha conosciuto una crescita continua e inarrestabile, che lo ha portato a ritagliarsi uno spazio molto ben definito nel mondo dell'informazione di settore.

## I numeri del sito del TG Poste

Nel 2023 le visite al sito del TG Poste sono state 5 milioni e 400mila, per un totale che supera i 24 milioni di pagine viste. L'app del TG Poste ha visto un incremento del 78 per cento dei download dagli store digitali dei diversi sistemi operativi, rispetto ai dati del 2022. Sempre considerando il raffronto tra l'anno 2022 e il 2023 si nota l'ottima

performance di traffico del sito TG Poste con una media mensile di 381mila visite: si tratta del +23 per cento rispetto all'anno precedente, quando il totale delle visite era di 3,7 milioni. Il mese di picco del 2023

è risultato gennaio con oltre 800mila visite. Decisamente marcato anche l'aumento delle pagine viste: 24 milioni del 2023 contro i 15 milioni e mezzo del 2022, per un aumento percentuale di 56 punti. Inoltre,

c'è stata una crescita di oltre la metà dei visitatori unici (4,3 milioni contro 2,8 milioni per un +54%); ottimo anche il risultato relativo al tempo medio di permanenza che è salito da 14 a 17 minuti per visita.



# La Valigetta Front End al centro del cambiamento degli uffici postali Priorità alla relazione con i clienti nella nuova era del Front End

Negli ultimi tre mesi la piattaforma interattiva ha registrato un aumento di visitatori pari al 275%

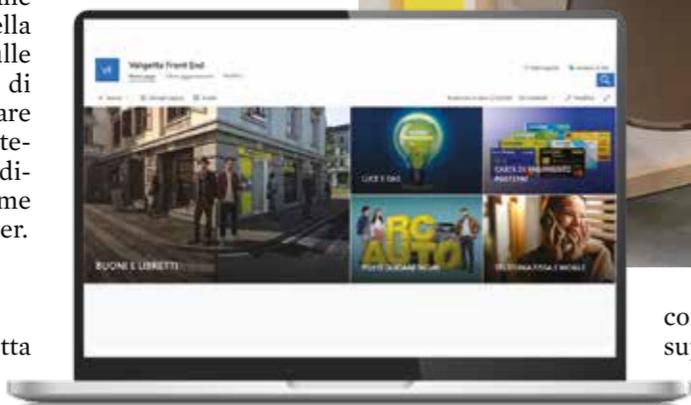
Nell'ambito del Piano strategico di Poste Italiane, che ha anche per oggetto l'evoluzione del Canale Front End verso un modello di servizio maggiormente relazionale, compie 6 mesi la Valigetta Front End, la nuova piattaforma di narrativa commerciale e di informazione dedicata alle figure dell'Ufficio Postale: Operatore di Sportello-OSP, Operatore Front End-OFE e Direttore. Lo strumento è stato sviluppato con la convinzione che queste figure professionali siano il pilastro della nuova relazione con la clientela, e che per supportarle è necessario dar loro accesso a contenuti che siano sempre allineati ai bisogni del Cliente e che siano espressi in modalità sempre nuove.

## Strumento dinamico e intuitivo

La nuova piattaforma, che si è aggiunta a quella del Consulente già attiva da quattro anni, è uno strumento dinamico, dalla grafica semplice e intuitiva, facilmente raggiungibile nell'applicativo SDP sotto la voce "Altre Applicazioni Web" e dal Cruscotto Front End dalla voce "Applicazioni". È inoltre disponibile anche in mobilità, per gli utenti abilitati, tramite il seguente link: <https://posteitaliane.sharepoint.com/sites/valigettafrontend>. La homepage offre subito una panoramica dei contenuti più importanti tra quelli vendibili dagli OSP/OFE, e permette una navigazione facile e veloce grazie alle sezioni dedicate. La finalità è quella di aggiornare tutti gli operatori sulle novità e le offerte commerciali e di fornire strumenti utili per agevolare l'ingaggio e il dialogo con la clientela: a questo scopo sono sempre disponibili i contenuti più attuali come promozioni, campagne e newsletter.

## Primi contatti in forte crescita

In questa prima fase la Valigetta Front End ha avuto una crescita notevole, tanto da registrare solo negli ultimi 3 mesi un aumento del 275% di visitatori unici e del 329% in termini di visite complessive. Ma il percorso della Valigetta Front End è solo al primo step: l'intenzione è quella di costruire nei prossimi mesi una piattaforma sempre più interattiva ed efficace, per



coinvolgere realmente il territorio e supportarlo concretamente nel lavoro quotidiano. Al momento la piattaforma ospita contenuti relativi alla gamma di offerta

sui prodotti di Risparmio Postale, Poste Guidare Sicuri, Energia, Telefonia fissa/mobile e carte Postepay, e Filatelia, e si arricchirà nel tempo di nuovi contenuti e di nuovi formati di racconto commerciale.



## Gli analisti puntano su Poste Italiane: «Fissati obiettivi coerenti e in linea con le aspettative dei mercati»

È iniziata l'era del "Connecting Platform", il nuovo Piano strategico 2024-2028 dell'azienda che rimodella il business di Poste Italiane per proseguire nel cammino di crescita intrapreso in questi anni. Un piano imponente che ha subito suscitato commenti positivi da parte dei principali broker nazionali e internazionali. Gli operatori finanziari confermano la fiducia nel piano e nell'azione del management, sottolineando che "The Connecting Platform" si pone obiettivi realistici con una supercedola capace di creare valore sostenibile. È proprio la cedola, secondo i broker, uno dei principali punti di forza del piano.

## La posizione dei vari operatori

Morgan Stanley, nel dettaglio, sottolinea gli obiettivi a breve termine "in linea con il consenso" e conferma il prezzo obiettivo del titolo di Poste Italiane a 14,2 euro con valutazione overweight. Intermonte parla a sua volta di un piano in linea con le aspettative, con giudizio titolo outperform e target price a 14,1 euro; mentre JP Morgan fissa il prezzo obiettivo a 13,5 euro con giudizio neutral. «Poste Italiane – commentano gli analisti della banca d'affari di New York – ha annunciato nuovi target che appaiono nel complesso in linea con le nostre aspettative». Sempre gli analisti newyorkesi sottolineano «l'aumento del rapporto di distribuzione dei dividendi sostenuto da migliori flussi di cassa dal settore assicurativo». Anche Mediobanca mette in risalto la distribuzione dei dividendi del 65% sopra le aspettative e conferma il prezzo obiettivo del titolo di Poste Italiane a 13,5 euro con valutazione outperform. Stessa valutazione e prezzo obiettivo a 13 euro per Stifel che commenta: «Ci aspettiamo che il mercato accolga con favore la nuova politica dei dividendi della società, che offre un livello minimo, senza porre un limite alla futura remunerazione degli azionisti se la redditività supererà le attuali aspettative di redditività del management». Rating buy e prezzo obiettivo del titolo di Poste a 12,5 euro per Equita; stessa valutazione e identico rating vengono assegnati anche da Banca Akros, che sottolinea come gli obiettivi del piano industriale siano «coerenti con i numeri del consenso». Infine, raccomandazione d'acquisto anche per Kepler Cheuvreux che conferma il target price di Poste Italiane a 12 euro.

## Un nuovo modello di servizio commerciale che valorizza la rete

Un nuovo modello di servizio commerciale che massimizza il valore della nostra piattaforma omnicanale. Una copertura dei clienti retail ottimizzata e supportata da soluzioni digitali. Trasformazione dell'ufficio postale, da spazio dedicato alle transazioni a luogo relazionale, focalizzato sulla costruzione e il mantenimento di solide relazioni con i clienti. Sono i principali punti di forza del Nuovo modello di servizio commerciale inseriti nel Piano Strategico 2024-2028.

### Il ruolo della strategia omnicanale

«La scelta consolidata di Poste Italiane di puntare su una strategia omnicanale ha confermato il ruolo centrale della rete degli uffici postali e sarà fondamentale anche per affrontare le prossime sfide», spiega in un'intervista al TG Poste, Massimo Porega, responsabile commerciale Mercato Privati, «l'approccio diverso dai competitor, che ha visto l'Azienda rimanere sul territorio, piccoli comuni compresi, rappresenta un'opportunità importante per essere vicini ai clienti e poter raccontare bene la nostra offerta». «In particolare, il lancio di Poste Energia, nel 2023 - continua Porega - ci ha messo nella condizione di avere un'opportunità in più per avere

un'interlocuzione fisica su una materia che non tutti conoscono e trattano bene, ci ha dato la possibilità di raccontare negli uffici postali le peculiarità della nostra offerta, molto trasparente e semplice anche nella comprensione dei costi. È andata bene e siamo molto contenti dei risultati e dei feedback che abbiamo conseguito».

### La forza dei Punto Poste Casa&Famiglia

«La scelta di continuare a esserci in maniera così importante e capillare sul territorio – aggiunge il Responsabile commerciale Mercato Privati – ci ha messo nella condizione di poter cogliere le opportunità a partire dagli uffici dove abbiamo un numero più alto di clienti serviti quotidianamente, con i nostri Punto Poste Casa&Famiglia. Adesso il cliente può sedersi, raccontarci i suoi bisogni e ascoltare le nostre proposte: rappresentano anche un punto di riferimento per l'on boarding digitale dei clienti meno avvezzi all'utilizzo delle App o di altre funzionalità online del proprio conto; consentono di abbattere alcune barriere che possono essere poco inclusive e creano opportunità di relazione, ma anche di vicinanza e di servizio, per i clienti sul territorio».



Inquadra il QR Code per vedere l'intervista al TG Poste



# WELFARE

**POSTE MONDO WELFARE 2024.**  
**PIÙ VANTAGGI E PIÙ VALORE**  
**AL NOSTRO PREMIO DI RISULTATO.**  
**UN WELFARE PIÙ CONVENIENTE,**  
**SOLO PER NOI.**

Poste Mondo Welfare è l'iniziativa di welfare aziendale mirata a soddisfare i bisogni di tutti noi, famiglie comprese. Infatti, convertire in servizi di Welfare il Premio di Risultato significa aumentarne il valore economico. **Più converti, più aumenti il suo valore.** Conveniente no? Inoltre: servizi medici e prestazioni sanitarie, voucher e rimborsi per bollette, spese per affitto e interessi su mutuo per tutti, aumento economico dei fringe benefit e moltissimo altro.

**Scopri di più sulla intranet e sull'app NoidiPoste.**

**postemondowelfare**

La scelta che ti premia.

**NoidiPoste**



Iniziative e linee guida per superare gli stereotipi e favorire un cambio di mentalità

# Inclusione, una Policy per essere sempre più liberi dai pregiudizi

Andrea Voltolina, responsabile People Care, Welfare e Diversity Management, in un'intervista al TG Poste ha illustrato la politica dell'Azienda sulle tematiche LGBTQ+: «Chiunque in Poste Italiane deve essere messo in grado di esprimere a pieno la propria identità»



di **Mariangela Bruno**

La Policy Inclusione LGBTQ+ di Poste Italiane crea un ambiente di lavoro sempre più positivo e libero da pregiudizi. Andrea Voltolina, responsabile People Care, Welfare e Diversity Management, in un'intervista al TG Poste, illustra la politica dell'Azienda in questo settore. «La Policy – spiega – nasce dalla grande attenzione alle persone e dalla consapevolezza che tutti e tutte devono essere messi in grado di esprimere la propria identità. Secondo una stima, il 5 per cento delle persone che lavorano appartiene al mondo LGBTQ+: in molti casi queste persone vivono il loro modo di essere nel silenzio, nascondendosi. Questo non è possibile per un'Azienda inclusiva come la nostra: è necessario dare voce a chiunque e fare in modo che si consolidi in Azienda la cultura dell'ascolto e del rispetto. Su questo fronte abbiamo definito una serie di linee di azione e di intervento che vanno declinate in progetti concreti».

## I punti cardine della Policy

Voltolina spiega quali sono i punti fondanti attorno ai quali questa Policy inclusiva viene declinata. «Il primo punto – sottolinea – è l'attenzione e la conoscenza dell'argomento



e la diffusione di un cambiamento culturale. Questo è fondamentale per superare gli stereotipi e i pregiudizi che girano attorno al tema. Su questo fronte abbiamo già lavorato con tutta una serie di interventi formativi per il personale. Poi c'è la questione della genitorialità sociale: sostegno alle famiglie, qualunque esse siano. Stiamo estendendo il nostro welfare alle famiglie omogenitoriali. Poi c'è il capitolo della transizione di genere, con un percorso che si attiva prima della sentenza del giudice che formalizza il cambio di genere. Infine, molto importante: contra-

sto a qualunque azione di discriminazione o micro-aggressione, anche solo verbale. Su questo abbiamo fatto partire un percorso formativo dedicato al linguaggio inclusivo».

## Cambio di mentalità

Tutto ruota, come è evidente, attorno al necessario cambio di mentalità su una tematica sulla quale c'è ancora tanto pregiudizio. Ma per fare questo è necessario un grande lavoro, che Poste ha avviato da tempo, per creare un ambiente quanto più possibile inclusivo. Voltolina spiega: «Un ambiente inclusivo

è quello in cui le persone sono in equilibrio con loro stesse e per crearlo ci vuole anzitutto un clima di ascolto e fiducia; poi c'è il tema della valorizzazione delle competenze delle persone; è anche necessario che le persone siano accolte e rispettate per quello che sono; poi è necessario creare condizioni per poter conciliare vita e lavoro, perché le persone non sono a un'unica dimensione, ma, viceversa, portano nell'attività tutte le loro dimensioni. Quindi bisogna costruire attorno alle persone una rete di sostegno e di servizi di welfare che rispondano alle loro esigenze».

## Le iniziative in cantiere

In chiusura, un passaggio è stato dedicato alle iniziative in programma per il futuro su questo fronte: «Abbiamo fatto partire gli Employee Resource Groups (E.R.G.), gruppi di colleghi e colleghe che si riuniscono spontaneamente promuovendo una cultura inclusiva e proponendo progetti all'Azienda, che poi dovranno entrare a fare parte del piano di diversità e inclusione dei prossimi anni. Inoltre, è stato avviato il Learning Path comprensivo di cinque corsi di formazione, tra cui uno dedicato alla tematica LGBTQ+. Infine, sul fronte del welfare comunitario, partirà un progetto sperimentale su Bologna, che renderà disponibili servizi di welfare al servizio della cittadinanza locale e non solo del personale dipendente».



Inquadra il QR Code per consultare la policy

## POSTE AL MESE VERDE

# Sostenibili ogni giorno: l'impegno ambientale parte dalle azioni quotidiane

Fra le iniziative cui Poste ha partecipato c'è L'Ora della Terra, in calendario lo scorso 23 marzo, giorno in cui l'Azienda ha spento o abbassato dalle 20.30 le luci nelle sue sedi. Un appuntamento dal respiro internazionale promosso da più di dieci anni dal WWF per incrementare, attraverso un gesto simbolico, la consapevolezza del valore della natura e della biodiversità e contribuire alla salvaguardia del pianeta. Insieme a cittadini, istituzioni e imprese di tutto il mondo si dona al Paese un'ora del proprio tempo per ricordare simbolicamente che sono i piccoli gesti quotidiani che possono fare la differenza per un mondo sostenibile. Il mese verde di Poste Italiane inizia, come di consueto, il primo giorno di primavera, il 20 marzo, anticipato dalla partecipazione a "M'illumino di meno" di RadioRai Caterpillar e alla Giornata Nazionale del Risparmio Energetico e degli Stili di Vita Sostenibili del 16 febbraio. La data non è casuale: nel 2005, proprio il 16 febbraio, è entrato in vigore il Protocollo di Kyoto, trattato in-



ternazionale che pone al centro del dibattito il tema del surriscaldamento globale e la necessità di agire a livello globale sulle scelte legate alle fonti energetiche.

## Il gemellaggio con Pošta Slovenije

Il focus di quest'anno è No Borders. Grazie al supporto dei colleghi dei Rapporti con gli Organismi Internazionali, quest'anno è attivo il gemellaggio con Pošta Slovenije,

che ha spento le luci insieme a Poste Italiane il 23 marzo, per l'Ora della Terra, nei centri di smistamento postale di Ljubljana e Maribor.

## Le iniziative di Poste per comportamenti quotidiani sostenibili

Per promuovere comportamenti responsabili sul tema del risparmio energetico è stata lanciata due anni fa la campagna

Eco routine, un percorso di 10 step corrispondenti ad altrettanti comportamenti virtuosi da adottare nella nostra quotidianità, tanto da diventare routine a tutti gli effetti: dai piccoli gesti quotidiani all'utilizzo di tecnologia efficiente, come i led per l'illuminazione, fino a una pianificazione razionale degli spostamenti casa lavoro. Attenzione anche ai comportamenti da adottare in casa e alle attività promosse nell'ambito della mobilità sostenibile: dalla pubblicazione annuale dell'E-book dedicato alla mobilità sostenibile fino a MyVirtual Drive e Video Test, per sperimentare in modalità virtuale il risparmio di CO2 nei propri spostamenti quotidiani. L'impegno per l'ambiente è uno dei pilastri cardine per arrivare all'obiettivo "zero emissioni" fissato per il 2030. La diffusione di un decalogo sui comportamenti sostenibili da adottare nella vita di tutti i giorni è l'ulteriore testimonianza dell'impegno di Poste Italiane verso una cultura sempre più attenta alla salvaguardia del pianeta.

## REPORTAGE

Una giornata all'ufficio postale di Viale Milano

# «A Varese Centro sono le persone a fare la differenza»

La direttrice Gabriella Ghiringhelli: «La nostra più grande soddisfazione è riuscire a risolvere i problemi dei clienti, ma anche quelli dei colleghi»



La facciata dell'ufficio postale del centro di Varese



di Angelo Lombardi

Un impiegato mi si avvicina gentilmente per offrire il proprio aiuto con un atteggiamento cordiale che subito cattura la mia attenzione. Poco distante da lui, **Gabriella Ghiringhelli**, il cui ruolo di direttrice si manifesta non solo nella presentazione formale, ma soprattutto nella dedizione e nell'attenzione che mostra verso i dipendenti e gli utenti dell'ufficio: «Da quasi un anno sono la direttrice di questo ufficio che è il più importante della filiale di Varese. Qui l'affluenza agli sportelli è molto alta, in continuo aumento rispetto al passato. Essere alla guida di questo ufficio vuol dire mettersi alla prova tutti i giorni. Occorre una forte motivazione per coordinare tutte le risorse presenti, gestire le tante richieste ed esigenze dei nostri clienti e raggiungere risultati positivi tutti i giorni a livello commerciale e non solo» spiega la direttrice che sottolinea, con orgoglio, gli oltre quattrocento clienti serviti quotidianamente dal suo ufficio.

## Fare squadra

«La differenza la fanno le persone. Sono contenta se posso risolvere un problema a qualcuno, sia che si tratti di clienti sia che si tratti di colleghi»: è la filosofia Ghiringhelli. E già... Perché la verità è che Gabriella è molto stimata e ben voluta nel suo ambiente di lavoro. Come ogni direttore che si rispetti, riesce a fare squadra. Il suo ricordo va a quel 1990: «Quell'anno decisi di partecipare all'ultimo concorso delle



La DUP Gabriella Ghiringhelli con Donatella Inì, Ada Ciardo, Rosalba Nania, Alessandra Natalino, Massimiliano Greco, Cinzia Andriolo, Paola Coniglio, Marika Caruccio, Patrizia Foti, Antonina Paci, Giuseppa Lo Nigro e Luisa Gallo

Poste. Lo feci un po' per gioco perché non nutrivo molte speranze. In ventimila persone correvano per 552 posti. Non pensavo di poterlo vincere ma alla fine, invece, arrivai 41esima. Ero felicissima. Presi servizio a Sesto Calende». Mentre chiacchiero con la direttrice, resto affascinata dal lavoro silenzioso e preciso che svolge un agente interno di supporto alla sportelleria. **Mario Barbagallo** gestisce l'arrivo della posta e di tutta la corrispondenza e provvede all'archiviazione e allo smistamento. Mentre parla della sua mansione, gli si inumidiscono gli occhi. Mario è un fiume in piena: «L'anno prossimo dovrò andare in pensione e sto già male perché vorrei continuare a lavorare. Quest'ufficio è la mia famiglia. Sono partito da Randazzo in Sicilia, mi sono trasferito e sono qui a Varese da una vita. Ho iniziato prima come postino per poi passa-

re agli sportelli». Nel retro-sportelleria la mattina passa piacevolmente con **Cinzia Andriolo** che si alterna anche allo sportello, con **Rosalba Nania**, collaboratrice back office, e **Antonina Paci**, consulente di prodotti finanziari. «Ho avuto un grave incidente e se sono riuscita a superare il trauma è anche grazie a questo lavoro e a questo ambiente straordinario che trasuda umanità» spiega **Donatella Inì**, sportellista del Filatelico. Tra i servizi offerti è presente il Punto Poste Casa & Famiglia. L'impiegata **Ada Ciardo** chiarisce che qui è possibile ricevere informazioni e vendite di prodotti di energia (luce e gas), telefonia mobile, fibra e Rc auto. I consulenti, grazie alla loro professionalità e attraverso la loro competenza, aiutano i clienti ad orientarsi al meglio tra le proposte e le offerte di risparmio di Poste italiane. Gli stessi consu-

lenti danno informazioni su prodotti di investimento, finanziamenti, assicurazioni di beni e persone nonché notizie dettagliate e chiarimenti sul piano pensionistico.

## La digitalizzazione

La giornata si chiude con **Paola Coniglio**, che vanta un record: è l'unica impiegata che lavora nello stesso ufficio postale da quando è stata assunta, ben 39 anni fa. «L'utenza in tutti questi anni è cambiata. Mi sono appassionata al mio lavoro soprattutto dopo l'avvento della digitalizzazione. Qui arrivano anche molti stranieri a cui tutti noi ci dedichiamo con abnegazione. Seguiamo con scrupolo e attenzione gli anziani e tutte le persone che hanno di bisogno di una mano e che non hanno familiarità con la burocrazia». Andando via, mi volto verso l'imponente edificio di Viale Milano, la cui facciata, nel suo nuovo splendore, sembra raccontare storie di rinascita e trasformazione. L'intervento di rifacimento fa parte di un progetto ambizioso, «Cento facciate», un'opera che va ben oltre la mera estetica, in quanto rientra nell'ampio piano di riqualificazione della città. Mi porto addosso l'atmosfera di cordialità e disponibilità che pervade l'ufficio postale dove lavorano, tra gli altri, **Giuseppina Bosso**, **Antonella Cinzia Cutri**, **Luisa Gallo**, **Massimiliano Greco**, **Giuseppa Lo Nigro**, **Serena Mancuso**, **Angela Mantarro**, **Angelina Pastore**, **Asja Tassone**, **Marika Caruccio**, **Luisa D'Angelo**, **Alessandra Natalino** e **Francesca Patrizia Foti**. C'è una dimensione umana che va al di là delle semplici operazioni allo sportello. ●

## VITA DA UFFICIO

### Immobiliare, a Milano riunione con selfie



Il Responsabile di Immobiliare F. Porcaro ci ha inviato un selfie di gruppo dallo staff meeting di dicembre 2023 a Milano. In primo piano anche il responsabile Engineering M. Piraino a destra, e i responsabili Facility Torino A. Marra e Milano A. Renzi a sinistra.

## IERI E OGGI



### Vent'anni dopo nell'ufficio postale di Vallecrosia

**Ieri** Da sinistra: I. Ferrari, G. Beccaria, M. Bianco (dir.), L. Russo, A. Cortesi, E. Pirozzi (direttore Filiale Sanremo), O. Laura

**Oggi** Mariangela Farano, Simona Virone, Erica Accardi (DUP) e Annunziata Cordiano

## PROBLEMI E SOLUZIONI

# Ecco la soluzione sviluppata per l'autostrada senza caselli In viaggio sulla Pedemontana Lombarda dove Poste rivoluziona i pagamenti: per il pedaggio basta la targa

Gian Luca De Fabiani, coordinatore della vendita finanziaria di MIPA, spiega il sistema studiato con DTO: «I dati registrati dalle telecamere vengono inviati a tutti i canali digitali e fisici»



di Riccardo Paolo Babbi

Siamo andati in Lombardia per raccontare un'opportunità di business trasformata dalle persone di MIPA in un'innovativa soluzione con l'apporto di DTO. Uno splendido esempio di come Poste tutti i giorni faccia sistema per sostenere il territorio anche attraverso la Pubblica Amministrazione.

«Parliamo di un cliente storico, Pedemontana Lombarda, che lavora con noi da marzo 2020 e ci ha segnalato di voler sviluppare un sistema di incasso per il pedaggio più smart» racconta Gian Luca De Fabiani, coordinatore in ambito commerciale finanziario e assicurativo Mipa, che segue per tutta la Lombardia i clienti business e Pubblica Amministrazione del segmento Large. «Pedemontana Lombarda è l'unica Autostrada italiana senza la presenza di casellanti fisici, quindi il tratto autostradale è monitorato solo da telecamere oppure da passaggi attraverso Telepass – spiega – Dal 2020 Poste segue tutta la parte dell'invio dei solleciti di mancato pagamento che partono se l'automobilista non paga entro 15 giorni. Per questo – aggiunge De Fabiani – conosciamo come le nostre tasche il cliente che si è rivolto subito a noi per una soluzione innovativa di questo tipo».

### Il riconoscimento della targa

Un tratto autostradale così innovativo permette di pagare attraverso tutti i sistemi presenti sul mercato che altrove vengono attivati sempre da una chiave fisica ossia una card da inserire ogni volta al casello che comporta un certo dispendio di tempo. Poste invece per le corsie extra telepass ha pensato a un sistema innovativo che non prevede soste, caselli e neanche l'utilizzo a bordo di alcun dispositivo. Il riconoscimento della targa. «Il sistema è efficacissimo ed è di una semplicità disarmante. La targa di un veicolo viene riconosciuta quando accede e transita per quel tratto e a quel punto il dato è registrato e condiviso con tutti i canali di pagamento digitali e fisici predisposti dall'automobilista per questa tipologia di pagamento. Se



La Pedemontana Lombarda. Sotto, Gian Luca De Fabiani

ad esempio – precisa De Fabiani – l'automobilista sceglie l'app Pedemontana verrà addebitata lì la tratta di viaggio. La soluzione funziona perché è aperta a tutti i sistemi di pagamento ma ovviamente Poste, oltre alla soluzione della targa a monte, ha la più ampia e comoda soluzione di pagamento a valle del processo: dal sito pagamenti.poste.it si possono pagare pedaggi, solleciti di pagamento o effettuare ricariche del servizio Ricaricabile Pedemontana. Si potrà pagare anche all'ufficio postale comunicando semplicemente la targa. La soluzione è stata sviluppata e prodotta interamente in Poste da DTO dal gruppo coordinato dal program manager Daniele Lioi ed è replicabile su qualsiasi tratto autostradale che abbia un casello. Il riconoscimento innovativo della targa automobilistica, tra l'altro, supera anche l'ambito di business per il quale è stato pensato perché potrà essere utilizzato, quindi proposto, nei più svariati contesti che riguardino trasporti e mezzi con targa, da garage a settori ospedalieri e logistici. ●



## BACHECA

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

Alessandra Mazza	Resp. Filiale Asti - MP/Macro Area MP
Concettina Restuccia	Resp. Filiale Cuneo - MP/Macro Area MP
Francesco Napoli	Resp. Filiale Imperia - MP/Macro Area MP
Christian Santonocito	Resp. Filiale Cremona - MP/Macro Area MP
Nadia Paternostro	Resp. Filiale Lodi - MP/Macro Area MP
Paolo Damiano	Resp. Filiale Pavia - MP/Macro Area MP
Mario Glielmi	Resp. Filiale Sondrio - MP/Macro Area MP
Paolo Di Casa	Resp. Polo Tecnologico Nord Ovest - DTO/IT/Field Service Management
Roberta Contino	Resp. Polo Amministrativo Nord Ovest - DTO/CO/SBO/Ciclo Passivo
Matteo Malaghini	Resp. Qualità di Ram4 LO - Macro Area Logistica

## NEOASSUNTI

### «Felice dell'ambiente e delle mansioni»

Serena Valeriani lavora all'ufficio postale di Pavia Centro da meno di due mesi: «Sono qui da pochissimo tempo ma già posso dire di trovarmi molto bene, in un ambiente nel quale si fa squadra e dove l'armonia regna sovrana. Sono felicissima – continua la neoassunta – perché le attività che svolgo mi appassionano: in particolare, amo molto il contatto con la clientela. Sono operatrice di sportello e ogni giorno cerco di offrire all'azienda tutto il mio impegno e il mio entusiasmo. La cosa che mi piace di più del mio lavoro è che ogni volta che esco dall'ufficio postale mi sento arricchita professionalmente, consapevole di aver imparato sempre cose diverse e nuove».



### «Un inizio stimolante al servizio dei clienti»

«La tipologia del mio nuovo lavoro in Poste è molto interessante, in un contesto dinamico che mi consente di essere in contatto con tante persone», esordisce Erika Porreca, operatore multilingue nell'ufficio più centrale di Torino. «Una mansione stimolante, che ogni giorno mi fa vivere esperienze uniche. Spesso, i miei clienti sono turisti o studenti stranieri, ai quali fa piacere avere una persona che parla la loro lingua e che, dunque, sia in grado di supportarli e di fornire assistenza. Vederli soddisfatti – conclude la neoassunta – è per me la più grande soddisfazione».



## I NOSTRI PALAZZI

### Restyling e coworking per la sede di Cuneo

A Cuneo il palazzo di via Bonelli ha ritrovato l'immagine originaria grazie a un intervento di restauro conservativo curato dall'architetto Giampiero Strangio, di Immobiliare Nord Ovest, nell'ambito del progetto Cento Facciate di Poste Italiane. Sono stati effettuati il rifacimento delle parti degradate in litocemento e il recupero delle scritte originali. I lavori hanno già restituito l'antica bellezza architettonica a tre delle quattro facciate dell'edificio. In parallelo è stata effettuata la ristrutturazione interna rispettando le caratteristiche storiche dell'edificio e utilizzando materiali di pregio. L'intervento ha restituito circa 2.500 mq di superficie destinata ad attività di coworking, spazi già affittati e fruibili.



## PAROLA ALLE ISTITUZIONI

### «Oyace ringrazia Poste Italiane»

Oyace, in Valle d'Aosta, è uno degli uffici postali del progetto Polis. Allo sportello sono disponibili i servizi Inps per i pensionati, che possono richiedere il cedolino della pensione, la certificazione unica e il modello "OBIS M", che riassume i dati informativi relativi all'assegno pensionistico.

«Il Comune è molto contento che Poste Italiane abbia deciso di investire e abbia scelto tra i primi uffici postali proprio il nostro, l'ufficio è situato in una posizione centrale e serve anche moltissimi turisti i cittadini sono molto contenti per l'incremento di questi servizi», ha dichiarato la sindaca Stefania Clos.



## REPORTAGE

Tra carriera, famiglie e amicizie, le storie dei portalettere che lavorano nel centro della città

# «Autonomia, responsabilità e fiducia: orgogliosi di essere i postini di Pordenone»

C'è chi, come Patrizia Del Zotto, da vent'anni sale in bicicletta per consegnare la corrispondenza ad avvocati e notai, e chi, come la Responsabile Deborah Ottolino, è arrivato dalla Puglia per Poste Italiane: «Amo la mia terra, ma non ci ho pensato due volte»

Indossa la camicia di Poste Italiane con grande orgoglio **Cinzia Conti**, portalettere dal 1988. «È un complimento per me se mi chiamano postina – afferma – Speravo in questo posto di lavoro e alla fine sono stata fortunata, me lo sono meritato. È un lavoro di responsabilità e di autonomia: non c'è un giorno uguale all'altro. Con le persone che incontro e a cui consegno la posta ho fatto tanta amicizia. Ricordo con orgoglio la lettera che è stata mandata al direttore in cui si elencavano le qualità riscontrate in me e nel mio lavoro». Il lavoro mattutino al Centro di distribuzione di Pordenone è piuttosto frenetico, ma non mancano i sorrisi, le battute, una chiacchierata mentre si organizza l'uscita, ognuno nelle proprie zone di competenza e con le proprie peculiarità: il lavoro



Il team del Centro di distribuzione di Pordenone. Sotto, Patrizia Del Zotto

è diverso, di giorno in giorno, e non ci si annoia mai.

## Orgogliosi del proprio lavoro

L'orgoglio per l'importanza del proprio lavoro lo esprime anche **Patrizia Del Zotto**, in posta dal 2005: ogni mattina inforca la bicicletta e percorre le vie del centro città per consegnare la corrispondenza, soprattutto negli uffici. «Sono lettere sempre molto attese – sottolinea, mentre sistema il suo carico – da avvocati, notai, professionisti e spesso ciò che consegno riguarda il loro lavoro. Cerco anche di aiutare a sbrogliare situazioni o problemi che possono incorrere nella corrispondenza». Ma qui non c'è solo il lavoro: tra alcuni colleghi è nato l'amore, come sottolinea l'esperienza di **Andrea Bonaccio**, dalla Calabria trasferitosi a Pordenone nel 2020 grazie a un contratto di Poste Italiane. Con Debora il rapporto di amicizia tra colleghi si è trasformato in amore, coronato dalla nascita di Mat-

tia, 10 mesi. Ora Debora lavora in un altro ufficio, sempre nel Pordenonese, e la loro vita è cadenzata da lavoro, famiglia e dal piccolo frugoletto, che i genitori si godono anche grazie ai congedi parentali concessi da Poste Italiane. L'importanza di conciliare casa e lavoro, garantita da Poste, la esprime con il proprio esempio **Francesca Blasi**, assunta nel 2005, tre figli, sostiene molto la categoria, mai sufficientemente valorizzata, delle donne lavoratrici. Si occupa della linea mercato con consegne mirate a realtà importanti nel panorama economico del territorio.

## Dal Sud per esaudire un sogno

Dal sud al nord, **Gianette Crucitti**, è originaria di Reggio Calabria e svolge il ruolo di caposquadra. In Poste Italiane dal 2019, il primo anno e mezzo è stata impiegata nel centro di smistamento di Novara, con un contratto a tempo determinato che si è trasformato, nel 2021, in contratto indeterminato e trasferimento a Pordenone

come portalettere. In breve, ha fatto carriera all'interno dell'azienda diventando caposquadra nel giugno 2022. «Sono dinamica, mi piace spaziare in varie mansioni e aiutare gli altri, mi trovo molto bene in questo ruolo e nel centro di distribuzione di Pordenone», afferma. È pugliese invece la responsabile **Deborah Ottolino**, di Triggiano, in provincia di Bari. Assunta in Poste Italiane nel 2017 con un contratto a tempo determinato, ha avuto il contratto indeterminato nel novembre 2019. «Questo lavoro mi ha cambiato la vita – confessa – Ho una laurea in tecniche audioprotesiche, ma le esperienze non erano state positive e l'assunzione in Poste ha significato un motivo di riscatto personale: sono innamorata del mio lavoro e quando mi hanno prospettato un contratto fisso non ci ho pensato due volte, anche se questo ha significato allontanarmi dalla mia terra. Sono fortemente legata al mio territorio e alla mia famiglia ma l'amore per il mio lavoro ha fatto sì che andassi oltre i limiti che mi ero posta precedentemente». Portalettere a Udine dal 2019, dopo un anno e mezzo è entrata nello staff di produzione di Ram 5 (corrispondente al territorio dell'intera regione) dando supporto ai centri regionali. Diventata specialista di produzione, dopo quattro mesi il centro ha dovuto fare a meno del direttore: una situazione che si è protratta per i successivi cinque mesi. Da ottobre 2023 ricopre questo ruolo con responsabilità e orgoglio. «Questo è un centro complesso, con lavorazioni interne e sportelli di accettazione grandi utenti quali, ad esempio, azienda sanitaria e tribunale», spiega Deborah. Il centro conta infatti una copertura di 51 zone, 28 postini che effettuano il recapito di base, 18 linee business più 5 linee mercato. (Laura Venerus)



## VITA DA UFFICIO

### Venezia, un team unito per la Sicurezza



Il team di Area Territoriale Tutela Aziendale Sicurezza fisica a Venezia. Da sinistra: Alessio Farisato, Roberto Bassi, Ivan Domenico Lorusso (Responsabile SF), Maurizio Loggiurato e Andrea Goldin.

## IERI E OGGI



### Che salto nel passato all'ufficio postale di Mestre 8

**Ieri** Da sinistra: A. Damato, S. Dei Rossi, P. Di Maio, C. Chiacchio (direttore filiale), G. Privitera, M. De Pieri (direttore ufficio), M. Febo, E. Pozzobon, G. Martini, G. Bagnolo, F. Tuscano. Seduta: A. Pietrobon.  
**Oggi** Matteo Pamio, Michele Zangrando, Glenda Carraro, Roberto Ferrari, Laura Ganassin e Massimo Chinellato.

PROBLEMI E SOLUZIONI

# Partita da sportellista è diventata responsabile di Filiale La sfida di Vera, direttrice a Rovigo: «I numeri partono dalle persone»

I risultati ottenuti come coordinatrice dei consulenti di Valle d'Aosta e Piemonte l'hanno portata in Veneto: «L'ascolto della squadra e la condivisione sono indispensabili»

«Risolviamo tutti giorni problemi per dare il nostro contributo ai risultati dell'azienda. Molto spesso le soluzioni che adottiamo non sono solo best practice ma consistono nelle nostre stesse persone. Hanno un nome e un cognome», suggerisce il responsabile Macroarea MP Nord Est **Giulio Iandiorio**. «In questo caso non dovremmo neanche parlare di criticità – prosegue nel ragionamento Iandiorio – piuttosto di risposte a esigenze. Accade tutte le volte che decidiamo di far crescere una persona, non solo perché ha conseguito dei risultati in quello che fa ma perché siamo certi che possa performare ancora meglio e dare la sua impronta e il suo stile a un livello più alto e da leader». È il caso di **Saveria Nudo**, per tutti Vera, 44 anni, in azienda dal 2011 e da poche settimane Direttrice di Filiale di Rovigo. Partita da sportellista, ha dimostrato da subito una vocazione alla consulenza e quindi all'aspetto commerciale, fino a diventare, poco prima dell'attuale nomina, coordinatrice dei consulenti di Valle d'Aosta e Nord Piemonte.



Da sinistra: Giulia Vettorello (Rcz), Lucia Rizzo (Rcz), Saveria Nudo (DF di Rovigo), Riccardo Mirandola (RCF), Anna Gravante (Rcz) ed Elisabetta Baratella (Rgof)

**Battitore libero**

Il commerciale, si sa, è un battitore libero; come dire, gioca da solo. Vera invece ha fatto i numeri veri impostando la sua rapida carriera all'insegna del gioco di squadra. La sua abilità sta nel mettere insieme le persone giuste e orientarle a uno stesso risultato. «Sin dal primo giorno mi è venuto naturale pensare che dall'altra parte dello sportello c'erano persone con le loro storie, i loro problemi quotidiani, ma anche sogni, e che Poste non è lì solo per erogare servizi ma anche opportunità che spesso i clienti non immaginano nemmeno. Allo stesso tempo mi rendevo conto che da sola non bastavo e da subito ho coinvolto i colleghi che ritenevo più giusti per rispondere al cliente. Ha funzionato e ho continuato sempre così».

**Le persone al centro**

Vera sente di aver realizzato il suo obiettivo: diventare Direttrice di Filiale. «Ho numeri da fare ogni giorno, settimana, mese e anno ma per farlo anche qui ho finalmente

la possibilità di partire dalle persone di questo nuovo, per me, territorio di Rovigo. I numeri arriveranno se intanto dedicherò le mie energie ad ascoltare la mia squadra. Devo conoscere le persone con cui lavoro per poi affidare i compiti. Tra le soddisfazioni più grandi ricordo con piacere la vittoria delle Champions della Valle d'Aosta. Era un traguardo sfidante perché avevamo di fronte i top delle regioni più performanti. Lì coordinavo i consulenti ma ho fatto capire a loro e alle filiali che dovevamo essere un tutt'uno, condividere e lavorare a stretto contatto per conseguire risultati. Da Direttrice di Filiale l'approccio è il medesimo. Per fortuna – prosegue Vera – in questa filiale è stato fatto un ottimo lavoro e la piattaforma cross ci aiuta a dare continuità a quanto sin qui svolto. Devo conoscere le persone con cui lavoro per coinvolgerle al meglio. È l'unico modo che conosco da quel primo giorno allo sportello in cui per dare qualcosa in più a un cliente mi sono voltata e alle mie spalle ho visto persone pronte a darmi una mano. E da quel giorno ribadisco: funziona. Oggi il mio sportello è molto più grande ma non cambia nulla: davanti ho tutti i cittadini di Rovigo che si rivolgono a uno sportello di un ufficio Top o mono operatore o ai nuovi uffici Polis. Alle mie spalle – conclude – ho **Riccardo Mirandola**, Responsabile commerciale di filiale, **Elisabetta Baratella**, Responsabile gestione Operativa, e **Nicola Olivieri**, Responsabile Risorse umane: so che con loro tutto funzionerà». (Riccardo Paolo Babbi)

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Raffaele Rivero.....	Resp. Supporto al Business - MP/Macro Area MP
Saveria Nudo.....	Resp. Filiale Rovigo - MP/Macro Area MP
Ugo Eugeni.....	Resp. Gestione Canali Commerciali - RUO/Macro Area Risorse Umane
Salvatore Vitale.....	Resp. Risorse Umane RAM5 NE - Macro Area Risorse Umane
Andrea Dalla Venezia.....	Resp. Polo Tecn. Nord Est - DTO/IT/Field Service Management
Sergio Capozzi.....	Resp. Polo Ammin. Nord Est - DTO/CO/SBO/Cont. e Ren. di Ciclo Attivo
Stefano Pongan.....	Resp. Area Territoriale Tutela Aziendale Nord Est - Tutela Aziendale

NUOVI ASSUNTI

## «Allo sportello sfrutto gli studi in pedagogia»

Una risorsa dinamica e piena d'entusiasmo: questo l'identikit di **Nicoletta Consoli**, neoassunta all'ufficio postale di Fratta Polesine: «Dopo un'esperienza come portaflettere eccomi ora allo sportello. Poste Italiane è di certo molto attenta al lavoratore: devo dire grazie a tutte quelle risorse interne all'azienda che mi hanno accompagnato con disponibilità nel mio percorso di inserimento lavorativo». «Una delle cose che più mi affascina del mio lavoro – conclude Nicoletta – è il rapporto con la clientela. Ho svolto studi da pedagogista, che mi hanno aiutata a raggiungere quell'empatia con i clienti che è davvero indispensabile».



## «Lavorare per Poste ripaga i miei sforzi»

«Vengo dalla Calabria ma la lontananza dalla mia terra non mi ha spaventata: lavorare per Poste Italiane mi ripaga di tanti sacrifici», afferma **Martina Pasolini**, specialista consulente finanziaria in provincia di Vicenza. «Sono stata accolta benissimo partecipando a corsi online e a webinar davvero interessanti. Dei docenti mi ha colpito la competenza e la capacità di trasmettere indicazioni e concetti che mi hanno molto aiutata. Ma la cosa che più mi ha resa orgogliosa è che in Poste non esiste la competizione: lavoriamo di squadra per raggiungere gli obiettivi prefissati».



I NOSTRI PALAZZI

## Quel tesoro rinnovato nel centro di Belluno

L'ufficio postale centrale di Belluno venne inaugurato nel 1936, su progetto dell'architetto bellunese Alberto Alpago-Novello, andando a sostituire le vecchie carceri e alcune abitazioni private. Con il progetto "Cento facciate" di Poste Italiane l'edificio è stato completamente ristrutturato.



PAROLA ALLE ISTITUZIONI

## «Cavalese è pronta per le Olimpiadi»

Taglio del nastro per il rinnovato ufficio postale "Polis" di Cavalese, alla presenza del sindaco Sergio Finato, dei dirigenti dell'Inps e dei rappresentanti di Poste Italiane. «Non posso far altro che complimentarmi con Poste Italiane, con la quale c'è sempre stata un'ottima collaborazione – ha dichiarato il sindaco – veder potenziati dei servizi ai cittadini non solo di Cavalese ma anche dei paesi limitrofi fa piacere, in particolar modo considerando che Cavalese è un centro turistico importante che si appresta ad ospitare le prossime Olimpiadi».



## REPORTAGE

Uno splendido edificio neorinascimentale del centro ospita la filiale di Poste Italiane

# Arezzo, ogni giorno un nuovo risultato: «Ma a vincere è sempre la squadra»

Rita Cenci guida un team a trazione femminile, che trova nella motivazione e nel radicamento al territorio il proprio motore:

«Ognuno contribuisce al raggiungimento degli obiettivi, insieme lavoriamo per garantire i risultati e l'attenzione alle persone»



di **Barbara Perversi**

«Se le formiche si mettono d'accordo, possono spostare un elefante» ripete la spoletina **Rita Cenci**, che ha fatto suo questo proverbio africano. In azienda da 32 anni, è la Direttrice della Filiale di Arezzo, dove guida un team composto da 26 persone, un gruppo che anima con grande intensità ed entusiasmo lo splendido palazzo neorinascimentale di via Guido Monaco, terminato nel 1930 e restaurato nell'ambito del progetto aziendale "Cento facciate". Il rispetto per l'altro e il sostegno ai colleghi caratterizzano l'impegno e le giornate di chi lavora qui, avendo sempre presenti gli obiettivi posti dall'azienda. La filiale conta 320 persone in tutta la provincia: 242 donne e 78 uomini, tra cui anche i 16 neoassunti nel 2023. Gli uffici postali sono 85, organizzati secondo la nuova classificazione Hub&Spoke: di questi, 51 sono uffici base o mono operatore. «Ognuno contribuisce al raggiungimento degli obiettivi,



Il team della filiale di Arezzo guidato da Rita Cenci

la forza della squadra sta nel singolo, ma è solo insieme che si vince; da parte nostra fondamentale è l'attenzione alle persone» sottolinea Rita.

## Donne al comando

Tre su quattro responsabili e buona parte delle loro collaboratrici dirette sono entrate in filiale tra il 2022 e il 2023, con un'età media sui 35 anni. Affiancano Rita donne fortemente radicate nei rispettivi ruoli. **Azzurra Amordi**, in azienda da 10 anni dopo la laurea in ingegneria gestionale, coordina dieci colleghi in Filiale come Responsabile Gestione Operativa. «Ogni giorno c'è un obiettivo diverso, per cui il coinvolgimento delle persone è fondamentale. Mi piace dare supporto ai colleghi», afferma Azzurra per cui è importante «sentirsi una parte comune». Con Azzurra lavora **Marusca Bruni**, prossima alla pensione. Una donna energica e solare che ha attraversato tutte le trasformazioni dell'azienda. «Devo essere serena per

di come l'ho trovata, guardando sempre al futuro» confida Laura, che tiene molto a trasmettere positività alla sua squadra da stimolare ogni giorno. **Francoises Fornari** è specialista consulente mobile e visita ogni giorno gli uffici postali della provincia per incontrare i clienti. «Dietro le loro richieste, ci sono progetti personali anche piccoli - racconta - Sono ben contenta di avere la possibilità di aiutarli a realizzarli». **Claudia Gorini** è invece la RCZ degli specialisti consulenti finanziari presenti in tre uffici postali e dei consulenti mobili che dipendono direttamente dalla filiale. «È un ruolo bellissimo - racconta - perché si entra in contatto con tutta la rete». Tra i numerosi impegni il tutoring e la formazione: «Li vedo crescere passo passo e acquisire nuove competenze» conclude ricordando con l'orgoglio la vittoria in una Champions.

## Ascolto e fiducia

La decana di permanenza in Poste è **Licia Sabbatelli**, responsabile risorse umane sia per la filiale di Arezzo sia per Siena. Ad Arezzo lavora con due colleghe, **Alessandra Donati** e **Paola Perazzini**, una dedicata alla formazione, una per la parte gestionale. Un piccolo team che cura l'intera vita aziendale dei colleghi, formazione compresa: «È un diritto dell'azienda avere persone formate e motivate» afferma Licia, che aggiunge: «Se bussate alla mia porta per la crescita, è sempre aperta». Il tratto umano distintivo di tutta la Filiale, che Rita Cenci non dimentica mai, è emerso anche nel corso dell'ultima cena di Natale a cui hanno aderito 160 colleghi di tutta la provincia: a ognuno è stato fatto un segno rosso sulla guancia come segno di vicinanza con la famiglia di Giulia Cecchetti e di tutte le donne vittime di violenza.



## VITA DA UFFICIO

### Il team di Area Territoriale Tutela Aziendale



Il team di Area Territoriale Tutela Aziendale. In prima fila, da sinistra: Severino loele, Andrea Statello, Paola Cesarini, Antonello Ninni, Salvatore Cirafici (ex Responsabile), Gian Luca Laghi, Giancarlo Duetti, Alberto Dolciotti. In piedi, da sinistra: Luca Roscini, Gianluca Grassi, Nicolò Ciapetti, Elisabetta Majonchi, Marco Campadelli, Alessandra Guidi, Agostino Camporeale, Venere Di Gennaro, Stefano Albonetti, Denise Barbano, Patrizio Vitali, Marco Serafini, Maria Rita Verduci, Antonio Balzarelli, Mirco Pisacane, Carlo Scarpini, Gianpiero Piccirilli, Valeria Poli e Rita Romagnoli.

## I NOSTRI PALAZZI

### Firenze, la sede di DTO e PCL

L'edificio di Via della Casella si trova nella zona est di Firenze. Si tratta di un complesso costituito da tre corpi: corpo A di 3.500 mq occupato da DTO; corpo B di 4.000 mq occupato da PCL (centro recapito Firenze Casella); corpo C di 4.000 mq occupato da DTO, PCL e Polizia Postale.



## PAROLA ALLE ISTITUZIONI

### Polis arriva ad Amelia

L'ufficio postale di Amelia è stato riaperto al pubblico in seguito agli interventi di realizzazione del progetto Polis, che hanno registrato grande soddisfazione da parte della sindaca Laura Pernazza che, nella doppia veste di sindaca e Presidente della Provincia di Terni, da anni collabora allo sviluppo delle aree interne.



PROBLEMI E SOLUZIONI

# Il progetto promosso all'interno dei centri logistici della MAL Campagna contro il rischio inciampo: **Toscana** in prima linea per la sicurezza

L'obiettivo è aumentare il livello di consapevolezza su un fenomeno diffuso e trovare percorsi di prevenzione innovativi per ridurre il problema fino all'azzeramento dei sinistri

Partecipazione, condivisione e consapevolezza: ecco le tre parole che meglio descrivono il progetto sulla sicurezza "Sensibilizzazione Rischio Inciampo", promosso all'interno dei vari centri logistici della MAL Centro Nord (Macro Area Logistica). Un territorio che si estende su cinque province (Pisa, Lucca, Massa Carrara, Livorno e Grosseto), lungo tutta la costa toscana che si affaccia sul Tirreno, con 22 Centri Logistici e 8 PDD (Punti di Distribuzione). «Si tratta di una realtà territoriale diversa e diversificata con peculiarità che variano anche tra località vicine per densità, conformazione e distanza» afferma **Cristiana Zucchellini**, responsabile RAM2, sostenitrice dell'iniziativa accanto al referente Sicurezza, **Gennaro Gargiulo**. Ma in cosa consiste il progetto? «L'idea è quella di aumentare il livello di sicurezza e di consapevolezza su una problematica, purtroppo, presente in tutti i nostri Centri Logistici - continua Zucchellini - la caduta da inciampo determina ogni anno numerosi casi di infortunio o near miss (infortuni mancati), questo significa che il fenomeno è diffuso e costante, per questo dobbiamo trovare percorsi di prevenzione innovativi che possano arginare e ridurre il problema fino all'azzeramento dei sinistri». «Sono i portalettere la parte attiva di questo progetto, loro rappresentano il cuore pulsante e pienamente partecipe in tutte le fasi dell'iniziativa, nelle riunioni, nell'ideare proposte e comportamenti tali da poter essere tradotti in best practice, ovvero buone pratiche adattabili, funzionali e replicabili in tutti i nostri centri. Al momento sono sei i centri coinvolti: Orbetello, Lucca, Viareggio, Livorno, Ponsacco e Massa Carrara. Abbiamo iniziato questo percorso a novembre dello scorso anno e puntiamo ad estenderlo per il 2024 su tutta la nostra RAM» conclude la Responsabile RAM2. «Spesso le cause di questo tipo di infortunio sono da ricercare in comportamenti non corretti, attività, movimenti eseguiti di fretta, senza la dovuta attenzione e che possono determinare conseguenze più o meno gravi» spiega Gargiulo. «Organizziamo continuamente incontri e riunioni su queste tematiche con tutto il nostro personale, soprattutto con i giovani che si affacciano al mondo del lavoro. Dobbiamo creare le condizioni perché possano lavorare in sicurezza ma anche che siano pienamente consapevoli del contesto in cui svolgono le attività, dei rischi in cui possono incorrere e di cosa possa causarli, non è la condizione insicura in sé a determinare il rischio di infortunio ma la quantità di prudenza e attenzione con cui l'affrontiamo».



I responsabili del progetto, Alessio Profetti, Cristiana Zucchellini e Gennaro Gargiulo

## Gli incontri sul territorio

Il progetto prevede alcune fasi, a iniziare dagli incontri sul territorio all'interno dei vari Centri di Distribuzione e Logistici con il coinvolgimento del personale portalettere, dove si passa alla lettura di slide e alla visione di un video sul tema rischio inciampo (realizzato proprio da alcuni portalettere) e un focus incentrato sulle criticità in gita, su distrazione, fretta e abitudine. Infine, la sottoscrizione simbolica di un patto sulla sicurezza che impegna tutti i firmatari a migliorare il livello di prevenzione all'interno del Centro e durante la gita di recapito. L'ultima fase riguarda la raccolta di proposte e idee innovative per prevenire gli infortuni. «Accanto a queste attività abbiamo avviato delle survey di customer satisfaction» spiega **Alessio Profetti**, responsabile del CD Pontremoli e referente del progetto. «I questionari - prosegue - ci permettono non solo di comprendere il livello di gradimento, l'adesione e la condivisione del progetto nelle sale, ma anche



Francesco Maccari e Margherita Giuffrida (CD di Viareggio)



Il team del Centro logistico di Massa Carrara



I colleghi del Centro logistico di Lucca



Il Team del Centro logistico di Livorno

di raccogliere alcuni dati ed elementi qualitativi e quantitativi che possono aiutarci a misurare il fenomeno dell'inciampo sul territorio individuando cause, contesto, diffusione e modalità di segnalazione dei rischi e dei sinistri».

## Figure chiave

Gli incontri sul territorio vengono realizzati dai capisquadra **Margherita Giuffrida**, **Francesco Maccari** e **Giuseppe De Luca** rispettivamente di Lucca, Grosseto e Livorno. Proprio il CSQ rappresenta la figura di riferimento più vicina ai portalettere: «È un progetto che ci permette di entrare in contatto con situazioni e persone diverse - spiegano Margherita e Giuseppe - conoscere difficoltà e problematiche dei nostri colleghi esattamente come nelle attività che svolgiamo quotidianamente accanto a loro. Vogliamo riuscire a far comprendere quanto sia importante la consapevolezza del rischio a cui tutti i giorni siamo potenzialmente soggetti». «La difficoltà maggiore è quella di entrare in sintonia con le persone - aggiunge Francesco - parlare di sicurezza e andare a lavorare sulla consapevolezza significa toccare corde molto sensibili di ognuno di noi. Il senso delle nostre riunioni è un po' come spegnere i motori, fermarsi e dedicare un po' di tempo alla nostra coscienza». (Ernesto Taccone)

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Matteo Cesetti	Resp. Filiale Forlì - MP/Macro Area MP
Lucio Enrico Fiammengo	Resp. Filiale Modena - MP/Macro Area MP
Alessandro Di Lorenzo	Resp. Filiale Ravenna - MP/Macro Area MP
Claudio Alessandrini	Resp. Filiale Terni - MP/Macro Area MP
Antonio Grisostomi Travaglini	Resp. Filiale Ascoli Piceno - MP/Macro Area MP
Francesco Gentile	Resp. Filiale Fermo - MP/Macro Area MP
Luca Cerisola	Resp. Filiale Massa Carrara - MP/Macro Area MP
Consuelo Loiero	Resp. Filiale Pistoia - MP/Macro Area MP
Francesco Mottola	Resp. Filiale Siena - MP/Macro Area MP
Martina Nigrelli	Resp. Gest. Operativa Filiale Bologna 2 - MP/Macro Area MP
Simone Salerno	Resp. Gest. Operativa Filiale Prato - MP/Macro Area MP
Alberto Gagliardo	Resp. Gest. Operativa Filiale Pistoia - MP/Macro Area MP
Massimiliano Longo	Resp. Relazioni Industriali - RUO/Macro Area Risorse Umane
Gerardina Trotta	Resp. Servizi Trasversali - RUO/Macro Area Risorse Umane
Romina Giampieri	Resp. Risorse Umane CS AN - Macro Area Risorse Umane
Ivan Marchi	Resp. Risorse Umane RAM2 CN - Macro Area Risorse Umane
Maria Gabriella Carcione	Resp. Ges. Operativa Centro 1 - PCL/GO/Macro Area Logistica
Francesco Neri	Resp. Ingegneria e Sicurezza - PCL/GO/Macro Area Logistica
Paola Rossi	Resp. Qualità di Ram 2 C1 - Macro Area Logistica
Daniele Corsi	Resp. Qualità di Ram 1 C1 - Macro Area Logistica
Roberto Scarani	Resp. Polo Tecn. Centro Nord - DTO/IT/Field Service Management
Lorenzo Mori	Resp. Area Territoriale Tutela Aziendale Centro Nord - Tutela Aziendale

NUOVI ASSUNTI

## «Io, ragazzo del sud che si sente a casa»

**Giuseppe De Luca** lavora nel CD di Perugia Est da novembre 2023 come linea business di chiusura, ma il suo percorso lavorativo con Poste parte dal Sud Italia, precisamente dalla provincia di Salerno. «Nel 2019 vengo assegnato ad un piccolo PDD di montagna, in Cilento, esperienza meravigliosa e stimolante. Dopo un anno lavorativo, partecipo alle stabilizzazioni per un'assunzione a tempo indeterminato: tra le tante regioni d'Italia disponibili, scelgo l'Umbria. Lascio i miei affetti, la mia casa e il lavoro che svolgevo per iniziare questa nuova avventura, mi trasferisco nel cuore verde dell'Italia e vengo assegnato all'ufficio di Perugia Est. Vengo accolto da una grande famiglia fatta di persone cordiali, generose e ricche di bontà. Il direttore, i capisquadra e tutti i miei colleghi si sono dimostrati fin da subito vicini al "ragazzo del Sud" e dopo poche settimane mi sentivo già a casa».



## «I miei colleghi sono come una famiglia»

**Laura Corti** è sicura: «L'approccio centrato sull'essere umano è uno dei tratti che mi ha colpito di più perché qui in Poste Italiane la persona viene sempre messa in primo piano. Il vero valore aggiunto dell'azienda è che tratta i propri dipendenti, così come i clienti, in un modo del tutto speciale. Sono poi felice e orgogliosa di far parte del mio team, con colleghi che sono diventati, per me, come una famiglia. Qui in Poste, inoltre, pur arrivando da una dimensione lavorativa completamente diversa, ho avuto l'opportunità di ritrovare i miei studi, i miei interessi professionali. E di metterli in pratica. Ho l'aspirazione di approfondire nel corso del tempo altre figure professionali all'interno dell'azienda e credo che il contesto dinamico e propositivo di Poste possa consentirmi di crescere in questa direzione».



## REPORTAGE

I numeri del 2023 di un sito chiave per l'assistenza

Il call center di **Pescara** taglia il traguardo dei 10 anni

Dai corsi di formazione per il nucleo iniziale di 25 operatori alle oltre 100 risorse che oggi si servono anche dell'intelligenza artificiale per risolvere ogni criticità

di **Ernesto Taccone**

Una bella storia iniziata 10 anni fa. La struttura del Contact Center di Pescara ha infatti spento 10 candeline e prosegue spedita nel suo ampio percorso di crescita aziendale. A seguito di una riorganizzazione della struttura di Servizi Postali, dalla quale proveniva il primo nucleo di 25 operatori, la sede abruzzese ha preso vita nei mesi a cavallo tra la fine del 2013 e l'inizio del 2014, con lo svolgimento dei primi corsi di formazione. Nel giro di poco meno di un anno, il call center è cresciuto con nuovi ingressi di risorse e al momento dell'inaugurazione della sede definitiva (avvenuta nel febbraio 2015) poteva contare su un organico di 105 unità. Il sito di Pescara, dopo un breve periodo iniziale nel quale ha gestito l'assistenza ai Servizi Postali, si è successivamente focalizzato prevalentemente sui Servizi Finanziari al mercato retail, in particolare sui prodotti quali il Conto Corrente BancoPosta e le Carte Postepay. Con il passare del tempo l'assistenza fornita si è fatta via via più complessa, anche in relazione all'evoluzione della clientela e alla diversificazione dei prodotti/servizi di Poste Italiane.

**Il ruolo della sede di Pescara**

«Nel più ampio percorso di crescita aziendale – spiega **Daniela D'Auria**, in Poste dal 2001 e, dopo diverse esperienze in Risorse Umane, dal 2020 responsabile della struttura – Pescara si è ritagliata un ruolo peculiare nella gestione in esclusiva di alcuni servizi, quali ad esempio l'assistenza ai servizi finanziari sul canale Facebook aziendale e, nell'ambito delle attività del Consorzio Poste Motori, il supporto per i servizi di pagamento effettuati da parte da Autotrasportatori, Agenzie per il rinnovo delle patenti, Officine per le revisioni delle auto, a beneficio del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti». Nel corso del suo primo decennio di attività, il sito di Pescara ha mantenuto e rafforzato la sua connotazione di centro dedicato ai servizi finanziari attraverso le tradizionali attività di front office telefonico ma è stato e continua a costituire anche un «laboratorio» in cui sperimentare le nuove frontiere nei processi di assistenza clienti. «A partire dal 2022 – sottolinea la responsabile – è stata avviata l'introduzione della gestione dell'assistenza attraverso il canale chat (da sito web e da APP) che consente



Il team del call center di Poste Italiane a Pescara. In piedi, da sinistra, Enrico Angelini (tutor), Maria Grazia Capozucco (tutor), Fabrizio Iacoponi (secondo responsabile del CC), Daniela D'Auria (attuale responsabile), Maurizio Rampa (primo responsabile del CC dalla sua nascita), Marco Giallonardo (referente), Giorgia Taraborrelli (specialista), Aurelia Di Filippo (tutor), Marusca Del Gallo (tutor), Alessandro Censori (tutor). In prima fila: Ivo di Camillo (specialista), Luca Vischetti (tutor), Maria Stella Santilli (referente)



al cliente di ricevere assistenza dall'operatore dopo aver interagito con l'assistente digitale, servizio svolto in esclusiva dal sito di Pescara. Nel 2023, sono state gestite da questo canale circa 97mila richieste. Ma non solo. Siamo di supporto allo sviluppo delle vendite sui canali digitali, attraverso l'assistenza ai clienti che incontrano difficoltà nel completare l'acquisto del Conto o delle carte PostePay sul canale

digitale (il cosiddetto funnel management), attraverso una richiesta di ricontatto oppure aprendo una chat online».

**La sperimentazione con l'AI**

Infine, recentemente, proprio sul sito di Pescara, è stata avviata la sperimentazione del nuovo sistema di conoscenza per gli operatori (AI Know). «Si tratta di un progetto altamente innovativo – spiega la direttrice – che consentirà di utilizzare le risorse dell'AI generativa per supportare al meglio gli operatori di tutta Italia nello svolgimento delle loro attività. In pratica, l'Intelligenza Artificiale sarà in grado di dare risposte alle domande della clientela: non sarà più solo un motore di ricerca, ma diventerà un creatore di contenuti coerenti». «Nell'attuale struttura organizzativa dell'Assistenza Clienti Retail – conclude Daniela – il contact center di Pescara è diventato sede di Hub, comprendendo oltre al sito abruzzese, anche i siti "spoke" di Taranto (che occupa 54 unità) e Perugia (attivo con 26 risorse), occupandosi in prevalenza sempre di servizi finanziari». Attualmente nell'hub di Pescara sono presenti 191 risorse, delle quali 149 donne e 42 uomini.

## VITA DA UFFICIO

## Ecco chi pensa alla Tutela aziendale



Il team di Tutela Aziendale: da sinistra, il Responsabile TA/ATTA Centro/SF Umberto Santagostino, il Responsabile TA/ATTA Centro/ SSL Vito Nicola Buzzacchino, Anna Maria Pagnotta, Fabio Savelloni, Gabriele Sarti, Massimo Pavoni, Gasparina Clima. Dietro, da sinistra: Marco Dell'Uomo, Filippo Pazienza e Daniele Bonesi.

## IERI E OGGI

Ritrovare Lorena all'ufficio postale **Roma 173**

**Ieri** G. Coviello, R. Iannilli, A. Branca (direttore), G. Messina (direttore Filiale), T. Radojka, S. De Santis, L. Celhar, A. Sanfilippo.

**Oggi** Marcella Tenerelli, Antonietta Targiani (DUP), Lorena Celhar, Luana Lauro e Luisa Vennarini.

PROBLEMI E SOLUZIONI

# L'idea di un portalettere per le nuove risorse sul campo Per i portalettere del CD di Latina gli spostamenti diventano più semplici

Si tratta di un sistema di geolocalizzazione che permette di individuare con maggior precisione la posizione dei civici e di costruire i percorsi in modo da velocizzare i tempi della gita quotidiana

Geolocalizzare ogni tappa del proprio giro di recapito per ottimizzare i tempi del percorso e delle fermate. È questo il primo pensiero mattutino di ogni portalettere chiamato a una sostituzione temporanea di un collega in un nuovo contesto territoriale, oppure quando è necessario un vero e proprio trasferimento in un nuovo ufficio di recapito, con nuovi colleghi di lavoro e un territorio sconosciuto. A trovare una possibile soluzione ci sta pensando il portalettere **Luigi Rella**, in Poste Italiane dal 2017, con una lunga esperienza lavorativa iniziata presso il CD di Latina, prima dell'assunzione part-time a tempo indeterminato presso Maserada sul Piave e la successiva trasformazione in full time prestando servizio anche negli uffici di recapito delle province di Belluno e Vicenza. Poi il ritorno a Latina.

## La partenza del progetto

«L'obiettivo principale di GeoCatch è rendere il lavoro del portalettere, Adb o Business che sia, il più agevole possibile – spiega Luigi – semplificando il percorso di gita con una localizzazione più precisa di quanto già facciamo i software di geolocalizzazione esistenti. Di conseguenza, diventa più snello il lavoro di coordinamento da parte dei capisquadra e dello staff in toto, non dovendo supportare costantemente la nuova leva in gita, e diminuisce il numero dei pezzi inesitati, soprattutto per quei prodotti di interesse economico per l'azienda». «Il primo passo è stato quello di digitalizzare il casellario della zona assegnatami, andando a individuare con un segnaposto la posizione esatta di ogni civico su Google Maps – continua Luigi – mi sono subito reso conto che per molti civici



Da sinistra: Mauro Pagano, Graziella Nardoni, Antonietta Cirella, Luigi Rella, Mario Alessandro Mancini e Cesare Martellucci

la posizione effettiva era distante anche 100 metri dal punto indicato sul navigatore. Ho anche ragionato che potesse essere utile una traccia esatta e reale del numero civico, necessario per poter limitare il numero di scarti e di conseguenza mantenere un range elevato degli indicatori KPI. Nel caso di aziende, negozi e uffici è stato d'aiuto inserire gli orari, i giorni di riposo o le limitazioni varie relative al recapito. Per quanto riguarda i civici di abitazioni private, invece, ho aggiunto sotto delle note che lo riguardavano: servizi attivi come Seguimi, casellisti o meno, ma anche la presenza di cani sciolti o le difficoltà nel raggiungere le cassette postali. Per quanto riguarda uffici postali, CD di partenza, tabaccherie con servizi di Reti Terze, locker o qualsiasi altra struttura ho utilizzato una specifica simbologia».

## Lo sviluppo

Una funzionalità davvero interessante è quella di poter creare un proprio percorso di navigazione tra i vari se-

gnaposto individuati, creando e inserendo manualmente le varie tappe e il loro ordine, in modo da velocizzare non di poco la gita. «Sfruttando l'implementazione del sistema DSM - Driven Sorting Mail già in essere per l'acquisizione e la formazione dei mazzetti di posta registrata e pacchi, che per ogni pezzo acquisito prevede il riconoscimento dell'indirizzo indicato – spiega Luigi – si potrebbe pensare a un collegamento diretto a GeoCatch che individui il segnaposto corrispondente, dunque la posizione esatta di tutte le tappe e calcoli automaticamente il percorso più veloce; laddove, poi, il recapito corrisponda a un segnaposto con note, il software riesce a metterlo in evidenza in modo che il portalettere possa consultarlo e valutare se l'informazione è utile per la specifica consegna. La presenza di GeoCatch su tutti i palmari dei portalettere, inoltre, può far sì che ognuno possa avere sempre con sé il proprio casellario e consultarlo per ogni evenienza».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Andrea Madeddu	Resp. Supporto al Business - MP/Macro Area MP
Erminia Grippo	Resp. Filiale Viterbo - MP/Macro Area MP
Michelangelo Petrollino	Resp. Filiale Campobasso - MP/Macro Area MP
Luisa Loi	Resp. Filiale Nuoro - MP/Macro Area MP
Ombretta Tardani	Resp. Gestione Canali Commerciali - RUO/Macro Area Risorse Umane
Lucia Fantasia	Resp. Qualità - PCL/GO/Macro Area Logistica
Alessandro Sabatini	Resp. RAM 4 Centro - PCL/GO/Macro Area Logistica
Flavio Santamaria	Resp. Qualità di RAM2 C - Macro Area Logistica
Lucia Guidi	Resp. Produzione CS di Roma FCO - Macro Area Logistica
Simone Roberto	Resp. Produzione RAM3 C - Macro Area Logistica
Nicola Milia	Resp. Produzione RAM4 C - Macro Area Logistica
Savina Vazzana	Resp. Produzione RAM2 C - Macro Area Logistica
Antonio Delle Cave	Resp. Produzione RAM1 C - Macro Area Logistica
Gianfranco Godino	Resp. Polo Tecnologico Centro - DTO/IT/Field Service Management
Guido Di Donato	Resp. Area Territoriale Tutela Aziendale Centro - Tutela Aziendale
Vito Nicola Buzzacchino	Resp. Sicurezza sul Lavoro - TA/Area Territ. Tutela Aziendale

NUOVI ASSUNTI

## «Fortunato a lavorare dove sono nato»

**Matteo Murgia** è direttore dell'ufficio postale mono operatore di Fordongianus, in provincia di Oristano: «L'inizio è stato impegnativo – racconta il neoassunto – ma ora, grazie all'affiancamento ricevuto, sono in grado di svolgere con padronanza tutte le mansioni». Poi, uno sguardo alla sua posizione: «Svolgo questo lavoro con entusiasmo e passione, visto che ho la fortuna di operare nel paese in cui sono nato».



## «Ogni giorno spinta a fare sempre meglio»

Per **Francesca Zeffiro**, l'arrivo all'ufficio postale di Termoli Centro è stato all'insegna del dinamismo: «Ho avuto la possibilità di svolgere più ruoli, una condizione stimolante, che ogni giorno mi spinge a fare sempre meglio e ad avere tante motivazioni. I tanti cambiamenti sono un fattore positivo di crescita e di sfida con sé stessi. Uno degli aspetti che mi ha più colpito è che qui in Poste tutti i colleghi sono stati pronti a supportarmi».



I NOSTRI PALAZZI

## C'è Poste Italiane nel cuore di **Sassari**



La sede di Poste Italiane di Sassari, in Via Brigata Sassari al civico 13, è localizzata nel centro storico della città in prossimità di Piazza del Rosario e Piazza d'Italia, piazza centrale dove sono presenti le sedi dei maggiori istituti di credito e il palazzo della Provincia da cui si diramano alcune delle principali arterie cittadine. All'interno dell'edificio, oltre all'ufficio postale, operano le seguenti strutture: la Filiale di Mercato Privati e la Polizia Postale.

PAROLA ALLE ISTITUZIONI

## A **Villa San Giovanni** dalla parte della salute

Presso la palestra comunale del Comune di Villa San Giovanni in Toscana, in provincia di Viterbo, si è tenuta l'inaugurazione degli spazi che ospiteranno il nuovo punto prelievi del sangue, realizzati con la sponsorizzazione di Poste Italiane. Il punto prelievi, esempio riuscito di collaborazione istituzionale tra Poste, l'Amministrazione comunale e l'Azienda Sanitaria Locale, garantirà un importante presidio sanitario per la comunità di Villa San Giovanni. All'evento inaugurale, svoltosi alla presenza di numerosi cittadini, hanno preso parte il sindaco Fausto Latini ed esponenti dell'amministrazione comunale, il comandante della locale stazione dell'Arma dei Carabinieri, i rappresentanti aziendali degli uffici centrali, della Filiale di Viterbo e dell'ufficio postale.



## REPORTAGE

Proprio alle spalle dello stadio Granillo, gli sportelli non smettono mai di servire i clienti

# All'ufficio postale di Reggio Calabria 9 la voglia di fare è la stessa del primo giorno

Il Direttore Mario Nasuti ha cominciato a lavorare quarant'anni fa in un piccolo comune di 700 anime della provincia di Crotona

Oggi guida con entusiasmo una squadra affiatata di giovanissimi: «I colleghi che si trovano a passare da qui vorrebbero rimanerci»



di Vincenzo Frascà

La brezza che arriva dallo Stretto a quest'ora si percepisce tutta: sono le 8.20 e l'ufficio postale di via Ecce

Homo, ubicato nella zona Sud di Reggio Calabria, apre le porte a una nuova giornata di lavoro. Tre grandi vetrine fasciate dagli iconici adesivi gialli con la scritta blu Poste Italiane, il suono, inconfondibile, che scandisce i primi numeri dal tabellone che si trova al centro della sala al pubblico e le prime sedute in sala dei clienti che attendono il proprio turno. All'esterno due Atm che non smettono un attimo di erogare denaro contante, segno che la pedonabilità dell'ufficio è molto elevata.

## Come il primo giorno

L'ufficio sorge alle spalle del "Granillo", il tempio del calcio per i reggini, una scatola di cemento che devi quasi passarci dentro per raggiungere questa parte della città. E se non fosse per quei palazzoni che si innalzano, scomposti, in un labirinto di stradine, da qui, probabilmente si potrebbe godere di un panorama mozzafiato, aperto sul mare (siamo sulla punta dello Stivale) e con l'Etna innevato sullo sfondo. **Mario Nasuti**



Il team dell'ufficio postale di via Ecce Homo a Reggio Calabria

è il direttore dell'ufficio postale, 40 anni di esperienza sulle spalle «e con la voglia di lavorare come se fosse il primo giorno», ripete orgoglioso al neodirettore di

Filiale, **Giuseppe Fusco**, appena sbarcato sulla sponda calabrese dello Stretto e collegato via Teams dal vicino quartiere generale di via Miraglia, qui a Reggio Ca-

labria. Nasuti può contare su una squadra formata da tre sportellisti (**Giuseppe Demetrio Morello**, **Maria Pia Lupoli** e **Barbara Foti**), quattro consulenti finanziari (**Valeria Suraci**, **Alessandro Tangherò**, **Luigi Lo Giudice** e **Giovanni De Lorenzo**) e due Operatori Front End (**Anna Stella Polito** e **Rinaldo Palamara**) e una collaboratrice doppio turno, **Alessandra Vadalà**. Una squadra di giovanissimi che si alterna alle postazioni dell'ufficio, tra il primo e il secondo turno di lavoro.

## Ambiente familiare

Ma in via Ecce Homo c'è spazio anche per chi ha bisogno di un valido supporto alle prese con la gestione dei clienti e con i servizi finanziari e postali. È il caso di **Francesca Pennisi**, arrivata in azienda a novembre del 2022 nel ruolo di sportellista a Caulonia, in provincia, e adesso in formazione qui a Reggio 9, e di **Debora Leone**, che dopo una breve esperienza in Trenitalia, ha deciso di seguire le orme di mamma Antonella e papà Michele, anche loro in Poste Italiane. Nel back-office l'ambiente che si respira è familiare e l'andirivieni dei ragazzi, intermezzato dai continui confronti con il Dup e tra gli stessi colleghi rende armonioso il lavoro dell'intero team. Il supporto di Nasuti è continuo e decisivo. «Ho iniziato a lavorare a San Nicola dall'Alto - ricorda il Dup - un piccolo comune di tradizione arbeshire di 700 anime della provincia di Crotona. Poi Delianuova, Laureana, Villa San Giovanni e Palmi, tutti uffici della provincia di Reggio Calabria. I colleghi che passano da questo ufficio - ripete orgoglioso Nasuti - vorrebbero rimanerci perché siamo abituati a lavorare in squadra e nel rispetto dei ruoli di ciascuno».



## VITA DA UFFICIO

### La Gestione Operativa di Napoli 2 Ovest



Il team di Gestione Operativa della Filiale Napoli 2 Ovest: Armando Ronca, Mauro Palnella, Luca Farina, Dario Ciccarelli, Luigi Forgione, Giovanna Varriale e Gino Di Lorenzo.

## IERI E OGGI



### L'UP di San Giovanni in Fiore ci ha riaperto le sue porte

**Ieri** da sinistra in prima fila: T. Gigliarano, L. De Biase, V. Bruno, O. Spatafora, G. Malvasi (dir. ufficio), G. Pansera (dir. Filiale), A. Scarnati, L. Ritacca, S. Tiano, F. Audia; in seconda fila: G. Nicasro, G. Frasseti, A. Bitonti, B. Barberio, R. Basile, F. Vincenzo, S. Adamo, G. Ventura, A. Allevalo, S. Ambrosio.

**Oggi** Giuseppe Malomo (DUP), Lucrezia Miliana, Pina Lopez, Mimma Iaconis, Domenico Oliverio, Giampiero Biafora, Assunta Oliverio, Angela Mazza, Rosa Talerico, Antonella Caridà, Maria Bitonti, Antonietta Fiorino e Francamaria Guglielmelli.

PROBLEMI E SOLUZIONI

# Il tentato raggio svelato da un consulente finanziario A Tropea in funzione il piano anti-truffa «Salvati i risparmi di una cliente»

Una donna era stata convinta a versare denaro su tre carte intestate a terzi: la sua agitazione ha insospettito il personale avviando l'allarme e la comunicazione con le Forze dell'ordine



di **Francesca Turco**

Un piano brillante ed efficace, credibilità e una buona dose sanguine fredde. Questi gli ingredienti che hanno

consentito ai colleghi di Tropea di sventare una grave truffa ai danni di una cliente storica dell'Ufficio Postale titolare di conto BancoPosta, di libretto postale e di una carta postepay.

### La telefonata sospetta

Tutto ha inizio con un SMS che segnala un'operazione anomala sulla prepagata della donna. Al messaggio segue una chiamata-tranello: dall'altro capo del telefono una voce che si qualifica come un dipendente della sezione antifrode di Poste Italiane, invita la signora a verificare nell'App possibili pagamenti sospetti o sconosciuti. La conversazione prosegue e, una volta venuto a conoscenza che l'ufficio di riferimento è quello di Tropea, l'interlocutore riferisce in modo subdolo alla cliente che proprio il direttore di quell'ufficio è sospettato di essersi indebitamente impossessato dei soldi dei correntisti e che per "inchiodarlo" è in corso un'indagine interna segreta. Il finto dipendente invita dunque la signora a recarsi in fretta in ufficio postale per mettere in sicurezza tutte le somme depositate comunicando i numeri di tre carte postepay "di servizio" su cui spostarle prudenzialmente in questa delicata fase investigativa. Ovviamente con la raccomandazione di non fare parola del contenuto della telefonata per non compromettere il buon esito dell'indagine.



Da sinistra: Romana Piserà, Irene Gallista, Elisa Bombai, Salvatore Lo Scalzo, Silvestro Bonaventura (Dup), Ermina Graziano, Giovanni Costanzo, Domenico Licastro e Alessandro Davolo

### L'allerta che scatta

Preoccupata, la donna già nel corso della telefonata aveva raggiunto l'ufficio postale, distante appena poche centinaia di metri dal suo posto di lavoro, e chiesto allo sportellista di avviare le operazioni. Il suo atteggiamento insolitamente agitato però insospettisce **Giovanni Costanzo** (specialista consulente finanziario) che provvede subito ad allertare il direttore. Scatta così il piano anti-truffa: fogli bianchi e penna per comunicare con la signora, tranquillizzarla e convincerla che si trattava di una truffa. Stesso metodo per chiederle di trattenere l'interlocutore al telefono senza allarmarlo e persuaderlo a fornire nome, cognome e numero di matricola per consentire al direttore di attivare le Forze dell'ordine e procedere parallelamente alle

verifiche interne per accertare l'esistenza del finto dipendente in Poste Italiane. Messo alle strette e intuito di essere ormai stato smascherato, il truffatore ha chiuso la conversazione e si è reso irreperibile.

### Informare e sensibilizzare

«La signora ci ringrazia ogni volta che entra in ufficio, siamo riusciti a salvare i suoi risparmi di una vita – dice soddisfatto il direttore dell'ufficio postale di Tropea **Silvestro Bonaventura** – ma questa storia ci ha insegnato quanto sia importante sensibilizzare i nostri clienti su come proteggersi dalle frodi. Ora non perdiamo occasione per fornire informazioni dettagliate su potenziali azioni sospette, su come operano i truffatori e su come evitare di restarne vittime».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Maria Teresa Vicario	Resp. Filiale Napoli 3 Est - MP/Macro Area MP
Teresa Cozzolino	Resp. Filiale Avellino - MP/Macro Area MP
Salvatore Gialdino	Resp. Filiale Caserta 1 Città - MP/Macro Area MP
Costantino Branchi	Resp. Filiale Caserta 2 Provincia - MP/Macro Area MP
Placido Ascione	Resp. Filiale Sala Consilina - MP/Macro Area MP
Loretano Di Gesù	Resp. Filiale Brindisi - MP/Macro Area MP
Nicola Iorio	Resp. Filiale Castrovillari - MP/Macro Area MP
Raffaele Malleria	Resp. Filiale Cosenza - MP/Macro Area MP
Francesco Giuseppe Martocchia	Resp. Filiale Crotone - MP/Macro Area MP
Giuseppe Fusco	Resp. Filiale Reggio Calabria - MP/Macro Area MP
Rocco Vinzi	Resp. Filiale Vibo Valentia - MP/Macro Area MP
Rosa Turco	Resp. Filiale Potenza - MP/Macro Area MP
Daniilo Casamassima	Resp. Filiale Matera - MP/Macro Area MP
Pierluigi Liotti	Resp. Servizi Trasversali - RUO/Macro Area Risorse Umane
Francesco Gentile	Resp. Polo Tecnologico Sud - DTO/IT/Field Service Management
Pietro Del Rosso	Resp. Polo Amm. Sud 1 - DTO/CO/SBO/Contratti e Rend. di Ciclo Attivo
Stefano Formica	Resp. Area Territoriale Tutela Aziendale Sud - Tutela Aziendale
Daniela Di Chiara	Resp. Qualità di Ram 2 S1- Macro Area Logistica

NUOVI ASSUNTI

## «Sono a mio agio dal primo giorno»

La portalettere **Roberta Striano** è da luglio 2022 a Pignataro Maggiore, in provincia di Caserta:

«Fin dal primo momento – racconta – mi sono trovata a mio agio, accolta in una famiglia. Ringrazio Poste perché mi sta facendo crescere professionalmente. Qui ho trovato tanta competenza e un ambiente favorevole per poter progredire. Amo il rapporto con il pubblico».



## «Dentro un'azienda moderna e dinamica»

Operatrice di sportello all'ufficio postale di Gragnano, **Raffaella Somma** racconta la vicinanza dell'azienda nel suo percorso iniziale:

«Dopo pochi mesi di attività ho dovuto momentaneamente interrompere per maternità. Sono regolarmente tornata al lavoro nel novembre scorso. La mia esperienza è molto positiva. Poste è un'azienda moderna e dinamica, nella quale un'operatrice di sportello si trova quotidianamente a dover prestare attenzione a molteplici aspetti».



I NOSTRI PALAZZI

## A Potenza l'Acquedotto come "vicino"

La Filiale di Poste Italiane di Potenza ha sede nella struttura EGI di Via P. Grippo dove si trova anche la sede di Acquedotto Lucano.



PAROLA ALLE ISTITUZIONI

## La forza delle donne di Napoli Ovest

In occasione della ricorrenza della Giornata internazionale della donna dell'8 marzo, in collaborazione con la Filiale di Napoli Ovest, si è tenuto l'evento filatelico con l'emissione di tre francobolli celebrativi la "forza delle donne", che ha visto anche il coinvolgimento e la partecipazione del Comune di Napoli, nella persona dell'Assessore allo sport e alle politiche sociali Emanuela Ferrante. Lo speciale annullo, entrato a



far parte della storia postale, si potrà vedere al Museo Storico della Comunicazione del Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

## REPORTAGE

Nello splendido edificio progettato un secolo fa lavora un energico staff di 26 persone

# Tra le meraviglie liberty di Trapani: «Cornice perfetta per collaborare»

Il Responsabile Fabio Piazza, che ha da poco preso le redini dell'area che conta 70 uffici postali fino alle Egadi e a Pantelleria, ha portato con sé i cimeli del suo lungo viaggio con Poste. Qui ha trovato il sostegno dei fedelissimi Marco, Giuseppe e Maurizio



di Antonella Del Sordo

«Lavorare nel bello mette energia e buon umore», racconta così l'inizio della sua giornata, il responsabile della Filiale di Trapani **Fabio Piazza**, fresco di nomina. Ha gli occhi che brillano, mentre ci fa visitare il palazzo, splendido esempio di architettura modernista e tra gli edifici più rappresentativi del liberty trapanese, anche nella distribuzione interna dei vani e nell'arredamento. Uno stile presente in ogni elemento, ancora integro, nei singoli oggetti d'arredo, nelle vetrate colorate, nelle decorazioni in ferro. Fabio è stato direttore di altre tre filiali in Sicilia. A Ragusa la sua prima esperienza come direttore, quando la filiale era ancora nel bellissimo palazzo di piazza Matteotti. Un altro gioiello, come lui stesso lo definisce. Ma questa di Trapani, è certamente una perla rara. L'edificio, destinato alle «Poste e Telegrafi» fu progettato dal trapanese Francesco La Grassa, allievo di Ernesto Basile, agli inizi degli anni '20 che ne curò anche le decorazioni scegliendo puntuali riferimenti al mondo delle Poste e Telecomunicazioni quali telefoni, telegrafi, buste ceralaccate, campanelli, isolanti, fili ecc. Finanche i simboli del Codice Morse. Tutti dettagli che si possono ammirare sulla facciata o nelle inferriate. Nei timpani, le due grandi ali spiegate, simbolo dello storico logo di Poste.

## La stanza del direttore

Il piano terra si apre sulla sala dell'ufficio postale a forma semicircolare coperta dal velario, realizzato dal palermitano Pietro Bevilacqua. Da lì, la grande scala di gradini in massello di pietra a sbalzo delineata da una inferriata decorata anche questa da piccole buste, porta al primo piano dove si



Il team della Filiale di Trapani. Sotto, la stanza del Responsabile di Filiale Fabio Piazza



trova la stanza del direttore. La stanza ha un affaccio pieno di luce ed è pochi passi dal mare. Difficile non innamorarsene. Come non è difficile innamorarsi del territorio che la filiale presidia, grazie ai racconti del direttore. Fabio gestisce 70 uffici postali con

uno staff di 26 persone. Grazie ai tre fidi scudieri e capi servizio, sorridenti e complici nella foto di rito scattata proprio nel meraviglioso «studio» del direttore.

## Senso di appartenenza

**Marco Camalò**, responsabile commerciale di filiale, è in azienda da 14 anni e «orgogliosissimo» della sua squadra. Veloce e sempre in evoluzione, come lo è il loro lavoro. Sia in termini pratici – la squadra è spesso in viaggio per presidiare il territorio – che intellettuali: «Ci vuole preparazione ed elasticità per capire e interpretare i servizi che l'azienda offre», confessa. Marco è palermitano e fa il pendolare. Cosa che non gli pesa affatto «perché la filiale di Trapani è speciale. È ri-

masta genuina, esiste ancora un fortissimo senso di appartenenza che non è poi così scontato in nessuna azienda». **Giuseppe Licari**, che in azienda arriva nel 2007 come operatore di sportello a Palermo, sua città natale, e dal 2022 è responsabile Gestione operativa della Filiale di Trapani, dove vive con sua moglie e i suoi figli, che invece sono trapanesi. Il suo è «un lavoro certamente dinamico, a volte anche frenetico», racconta. La gestione dell'emergenza è nel dna della Gestione operativa. Come dinamico è il suo staff, tra i 35 e i 45 anni: «I ragazzi vivono «itineranti» e risolvono sempre tutto *just in time*».

## Aiutare le persone

Poi c'è **Maurizio Canino**, il Ruf che fa un lavoro «entusiasmante». In azienda dal 2007 e sul ruolo da 10 anni, 47enne trapanese, padre di tre figli. Al più piccolo ha dovuto spiegare che non fa il medico ma di fatto «aiuta le persone, o almeno ci prova», come richiede il lavoro di risorse umane. Ascoltare, capire e sostenere i colleghi, con l'aiuto del suo staff. Con un presidio che si estende dalla costa del trapanese alle Isole Egadi fino a Pantelleria, altra peculiarità della filiale di Trapani. Come lo sono le saline e i mulini e i fenicotteri rosa, che si trovano in tutta la provincia. Il direttore ha già visitato e fotografato molti di questi luoghi. Alcuni di questi al tramonto, quando tutto si tinge di rosa e la natura si mostra in tutta la sua magia. Prima di uscire, fotografiamo anche un angolo della stanza, pieno di altrettanti simboli postali. Che si mescolano a foto e badge di eventi cui Fabio ha partecipato: «Non facciamo scherzi, mica li vorrai spacciare per pezzi della sede», dice scherzando il direttore. «Questi sono effetti personali. Viaggiano con me, sono i ricordi della mia vita in Poste».

## VITA DA UFFICIO

### Ecco la squadra di Tutela Aziendale



Il team di Tutela Aziendale Sicilia con il Dirigente Responsabile Giuseppe Marco Buccafusco e il Responsabile di Sicurezza sul lavoro Fabio Giamporcaro

## IERI E OGGI



**Siamo tornati all'ufficio postale di Favara a 18 anni dalla prima volta**

**Ieri** da sinistra: R. Manganella, G. Accurso, S. Variano, G. Carbone, S. Presti, P. Macaluso, A. Agozzino (direttore filiale), G. Spirio (direttore ufficio), F. Averna, C. Marotta, F. Milito, C. Licata, M. Gruccione, A. Piscopo, C. Coiro, G. G. Signorino.  
**Oggi** da sinistra: Angelo Sanfilippo, Giuseppe Nobile, Luigi Marchica, Anna Barba (DUP), Angela Mossuto, Liliana Giglia, Angelo Caramanno e Ignazio Failla

PROBLEMI E SOLUZIONI

Le consegne dei portalettere impegnati sui “Munti”

# «Così affrontiamo gli imprevisti tra le montagne della Sicilia»

Dai Nebrodi al Centro di Distribuzione di Bronte, sul versante nord dell’Etna, sono tante le località che superano i 1.000 metri, dove spesso si incontrano pascoli e strade innevate

Con la sua bellezza senza tempo, la Sicilia è un luogo magico, tra acque cristalline, borghi antichi e montagne imponenti. Raccontata soprattutto per le calde spiagge dorate, nei mesi invernali una parte dell’isola può invece regalare inattese cartoline innevate. Succede quando i Nebrodi, i “Munti” in dialetto locale, e le punte dell’Etna si tingono di bianco trasformando il paesaggio in un’opera d’arte naturale. Proprio sul versante nord del vulcano sorge il Centro Distribuzione di Bronte, che serve altre nove località montane: Maletto, il comune più alto della provincia di Catania (circa 1.000 metri), Maniace, Cesarò, San Teodoro, Moio Alcantara, Malvagna, Santa Domenica di Vittoria, Roccella Valdemone e Randazzo. In questo angolo di paradiso 16 portalettere si muovono con sapienza e puntualità grazie alla dotazione dei mezzi a trazione integrale di Poste Italiane.



Giuseppe Cantali, portalettere



Il portalettere Emiliano Reale



Il Responsabile del CD Antonino Zignale

quei territori diventa un’alleata preziosa», spiega ancora Zignale. Fortunatamente, per molti dei portalettere del Centro di Bronte quelle zone non nascondono segreti perché la passione per la montagna assorbe molto del loro tempo libero. Così mountain bike, trekking e running tra boschi, pascoli e cime imbiancate, oltre a rigenerare lo spirito, si rivelano un’importante risorsa da mettere al servizio del proprio lavoro quotidiano.

### Tra capre e cavalli

«C’è grande soddisfazione nel lavorare in queste zone che sanno ancora regalare momenti di contatto autentico con la natura», confessa Nino. Un esempio tangibile ce lo regala il portalettere **Giuseppe Cantali**: «Mentre mi spostavo da Roccella verso Santa Domenica di Vittoria, mi sono trovato a dover rallentare il giro delle consegne perché una capretta stava partorendo sulla strada in mezzo alla neve». Un altro episodio ha invece visto protagonista il portalettere **Emiliano Reale**: «Durante una consegna in una fattoria delle campagne di Bronte, un cavallo ha iniziato a frugare nella borsa della corrispondenza che tenevo nel bauletto del motorino. È stata dura riuscire a “convincerlo” che non c’era posta per lui», racconta divertito. (Francesca Turco)

### Spirito di squadra

La situazione si fa più critica se il termometro scende sotto lo zero e neve e ghiaccio finiscono con il complicare le attività. «Quando, solitamente due tre volte l’anno, il territorio viene ricoperto da un manto di neve fino a 20 centimetri, il mio primo pensiero è verificare che i portalettere riescano a raggiungere in sicurezza l’ufficio di appartenenza – racconta il Responsabile del Centro Distribuzione **Antonino Zignale** – Infatti può capitare che i mezzi spazzaneve non riescano a intervenire tempestivamente ovunque e in questi casi ingegno e spirito di squadra entrano in funzione. Una volta il papà di un collega si è prestato a fare da navetta con la sua jeep per recuperare chi era stato sorpreso da un’improvvisa nevicata mentre si dirigeva nel centro».

### Sul fiume Simeto

Nelle condizioni meteo più complesse, la conoscenza del territorio diventa l’arma in più per affrontare e aggirare possibili difficoltà. «Se la neve non è molto alta si percorrono le strade e i sentieri alternativi a bassa quota che costeggiano il fiume Simeto. In questi casi la conoscenza di

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell’ultimo trimestre

Pietro Adige	Resp. Supporto al Business - MP/Macro Area MP
Roberta Chiesurin	Resp. Filiale Palermo 1 Città - MP/Macro Area MP
Giuseppe Catalfo	Resp. Filiale Caltanissetta - MP/Macro Area MP
Manuela Acquaviva	Resp. Filiale Catania 2 Provincia - MP/Macro Area MP
Salvatore Ventimiglia	Resp. Filiale Enna - MP/Macro Area MP
Giuseppina Tedesco	Resp. Filiale Messina 1 Città - MP/Macro Area MP
Leonardo Bianco	Resp. Filiale Messina 2 Provincia - MP/Macro Area MP
Tindara Puglisi	Resp. Filiale Siracusa - MP/Macro Area MP
Fabio Piazza	Resp. Filiale Trapani - MP/Macro Area MP
Giorgia Santino	Resp. Comm. Privati Filiale Agrigento - MP/Macro Area MP
Ferdinando Corrao	Resp. Gest. Canali Commerciali - RUO/Macro Area Risorse Umane
Carmelo Mastropaolo	Resp. Relazioni Industriali - RUO/Macro Area Risorse Umane
Roberto Giammona	Resp. Servizi Trasversali - RUO/Macro Area Risorse Umane
Roberta Provenzano	Resp. Risorse Umane CS di Palermo - Macro Area Risorse Umane
Fabrizio Antonio Marziano	Resp. Polo Tecn. Sicilia - DTO/IT/Field Service Management

NUOVI ASSUNTI

## «Ci metto dedizione e grande impegno»

«Far parte della grande famiglia di Poste è una super soddisfazione. Faccio la portalettere a Cefalù e svolgo questa mia mansione con grande impegno e dedizione», racconta **Vanessa Rappa**. «Il rapporto con il pubblico è bello e complicato al tempo stesso, puoi incontrare persone più o meno comprensive, ma io cerco sempre di rappresentare l’azienda al meglio, impegnandomi quotidianamente per soddisfare tutte le esigenze della clientela».



## «Con i miei colleghi rapporto fantastico»

**Simone Chiavino** lavora a Trapani Platamone come portalettere: «Il mio rapporto con i colleghi è semplicemente fantastico. È come se fossimo una famiglia, una squadra affiatata che ogni giorno affronta il lavoro con passione». La massima aspirazione di Simone è «ricevere una testimonianza di ringraziamento dai nostri clienti. Lavoro per la loro soddisfazione e mi sento davvero felice quando riesco a risolvere un problema».



I NOSTRI PALAZZI

## Nell’edificio polifunzionale di Caltanissetta

Il palazzo polifunzionale di Caltanissetta ospita un centro di distribuzione e un ufficio postale al piano terra, oltre alle varie funzioni di Poste Italiane: Immobiliare al primo piano; le stanze di Mercato Privati al terzo piano; la Filiale al quinto piano e i call center di DTO al sesto e settimo piano.



PAROLA ALLE ISTITUZIONI

## Nicolosi festeggia l’avvio di Polis

Presso l’Ufficio postale di Nicolosi, in provincia di Catania, si è svolta la cerimonia del taglio del nastro che segna l’avvio dei Servizi di Prossimità con la PA, nello specifico dei servizi Inps, attivati nel primo sito Polis realizzato in provincia di Catania. All’evento, a cui erano presenti il sindaco Angelo Pulvirenti, l’Arcivescovo Emerito di Siracusa Mons. Pappalardo, i responsabili Inps e i referenti di Poste Italiane, è stata ribadita l’assoluta sinergia tra Poste Italiane e la Pubblica Amministrazione, che



segna la vicinanza dell’azienda alle Comunità e ai piccoli centri. È stato espresso grande apprezzamento per il nuovo look dell’ufficio postale da parte dell’Amministrazione comunale e dei presenti all’inaugurazione.



**NOI E GLI AZZURRI.  
ANCORA INSIEME A EURO 2024.**

**#POSTEITALIANI**

VAI SULLA INTRANET  
O SULL'APP NOIDIPOSTE  
E SCOPRI COME  
SOSTENERE GLI AZZURRI

**NoidiPoste**

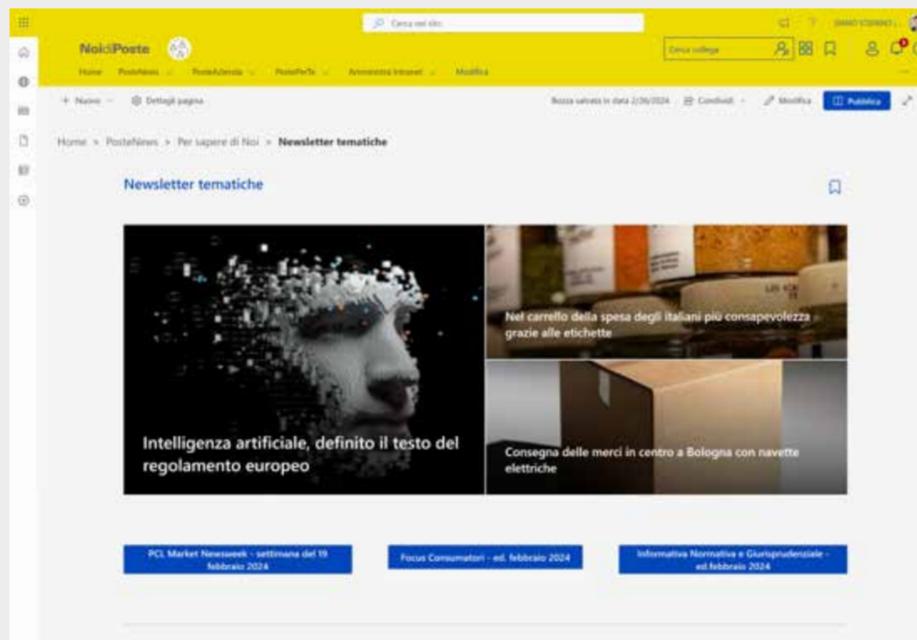




## Un nuovo spazio di approfondimento per noi sulla intranet NoidiPoste

La intranet NoidiPoste è in continua evoluzione per essere uno spazio sempre più ricco di contenuti informativi. L'area Newsletter tematiche ospita attualmente le notizie sul mondo dei consumatori, normativo, della logistica e dell'e-commerce, relativi a Poste Italiane e non solo, elaborati dalle funzioni aziendali di competenza e ora si presenta in una nuova veste.

La navigazione dei contenuti è stata resa più fruibile, affiancando la consultazione delle singole notizie, contraddistinte da categorie e tag come il resto della intranet, all'allegato che le sintetizza tutte. Per restare sempre aggiornati è sufficiente effettuare l'iscrizione alla categoria, con il clic sull'icona a forma di cuore presente alla fine di ogni notizia. In questo modo sarà possibile ricevere una notifica in corrispondenza di ogni nuova pubblicazione. Accedendo dal menu Postenews



alla pagina Newsletter tematiche è possibile consultare ora in evidenza le notizie di primo piano di ciascuna tematica. Cliccando invece sui bottoni blu si accede al numero integrale di ogni newsletter, con una breve descrizione della newsletter, i

contenuti in evidenza e il pdf che li raccoglie tutti.

Per leggere le edizioni precedenti è sufficiente accedere alla voce "Archivio" presente nella pagina principale.

Uno spazio costantemente aggiornato che integra le news quotidiane con contenuti di approfondimento su specifici filoni tematici.

NoidiPoste, grazie anche ai suggerimenti di tutti, cambia costantemente per migliorare la fruizione dei contenuti e l'accesso ai servizi per il nostro lavoro di tutti i giorni.



Inquadra il QR Code, accedi alla sezione e lascia un commento



## Poste Italiane premiata da AIFIn

La nostra Azienda ha ricevuto un prestigioso riconoscimento per l'innovazione e l'eccellenza al Premio AIFIn 2024, guadagnando il primo posto come Istituzione Finanziaria più Innovativa dell'Anno nella categoria "Altre Istituzioni Finanziarie". A Poste sono andati anche altri tre premi: primo posto con la nuova Intranet NoidiPoste dedicata ai dipendenti e pensionati del Gruppo, a dimostrazione dell'efficacia innovativa di una piattaforma al tempo stesso informativa e funzionale alle esigenze lavorative. Nella categoria Credito, si è classificata al terzo posto con il "Simulatore Prestito per te", confermando l'impegno dell'azienda nel fornire soluzioni finanziarie accessibili e trasparenti ai propri clienti. Infine, nella categoria Wealth e Asset Management ha ottenuto il terzo posto con il "Buono Soluzione Futuro", sottolineando l'attenzione verso soluzioni di investimento innovative e orientate al futuro, garantendo un supporto al reddito futuro dei sottoscrittori al compimento del 65° anno di età. Il Premio AIFIn "Financial Innovation - Italian Awards", promosso da AIFIn (Think Tank sull'innovazione finanziaria), celebra le migliori iniziative di innovazione nel settore finanziario in Italia. Obiettivo del premio è riconoscere e promuovere l'innovazione premiando le aziende che si sono distinte per la loro capacità di sviluppare soluzioni innovative, efficaci e sostenibili.



### Nuovi servizi

## PEC Postecertifica: il nuovo servizio di Posta Elettronica Certificata per la clientela retail

Novità dal mondo Postel con la nuova offerta PEC Postecertifica per i clienti privati. Il nuovo servizio è stato lanciato sul mercato con una soluzione competitiva e unica per caratteristiche e prezzo. Semplice da usare come una qualsiasi casella di posta elettronica, il servizio permette di inviare e ricevere comunicazioni elettroniche di posta certificata con valore legale. Certifica inoltre l'invio e la consegna del messaggio al destinatario, nonché l'integrità del contenuto inviato. Dotata di spazio doppio rispetto alle altre offerte presenti sul mercato, la nuova offerta è stata lanciata ad un prezzo a partire da 7€ l'anno, con la possibilità di scegliere fra tre pacchetti: base, plus e top, ciascuno con caratteristiche specifiche.

### L'offerta per i dipendenti

Tutti i dipendenti del Gruppo Poste Italiane e i loro familiari e amici possono attivare il servizio con uno speciale sconto promozionale del 50%, a soli 3,50€/anno, invece di 7,00€/anno (iva inclusa). Per usufruire dell'offerta è sufficiente collegarsi alla intranet o App PosteperNoi nella sezione PosteXTe, richiedere il

codice sconto, valido per tre attivazioni e seguire le istruzioni per autenticarsi e procedere con l'acquisto.

### Valida come domicilio digitale

La nuova PEC Postecertifica, oltre ad avere validità legale, può essere utilizzata come domicilio digitale, per l'invio delle comunicazioni da parte della Pubblica Amministrazione, registrandola su INAD, l'Indice Nazionale degli Indirizzi Digitali. Ha uno spazio casella di posta elettronica di 2GB, con possibilità di espansione. Sono inclusi l'antivirus e l'antispam ed è possibile scegliere la durata contrattuale di 1, 2 o 3 anni.

### Come attivare il servizio

Per acquistare PEC Postecertifica occorre essere registrati a poste.it e avere una identità digitale "forte" utilizzando lo SPID di qualsiasi Identity Provider, fra cui PosteID abilitato a SPID di Poste Italiane. In alternativa a SPID, si può attivare il servizio anche se si è in possesso di un account Poste Verificato. Una volta attivato il servizio, si può accedere alla PEC tramite web oppure configurando un client di posta elettronica come Outlook.

### Postel per l'innovazione digitale

Il servizio PEC Postecertifica è fornito da Postel in qualità di Gestore accreditato presso AgID. La Società del Gruppo, caratterizzata da una specifica storia di attenzione alla gestione documentale e delle comunicazioni di business, in un contesto in cui la digitalizzazione riveste un ruolo così importante, conferma la sua capacità di innovarsi evolvendo la sua mission, come sottolineato dalle parole dell'Amministratore Delegato Giovanni Fantasia, rilasciate al Tg Poste: «Il digitale sta trasformando significativamente il mercato sia in chiave sostenibile che di abilitazione di servizi evoluti. Noi abbiamo fatto di questa trasformazione la nostra mission: accompagniamo e sosteniamo i nostri Clienti nel gestire la crescente complessità derivante proprio da questo processo di trasformazione». In questo scenario, Postel si pone come partner strategico nel percorso di digitalizzazione delle Pubbliche Amministrazioni centrali e locali, con un'offerta di servizi digitali semplici, trasparenti ed inclusivi, ampliando il proprio target anche ai cittadini ed utenti finali.

# UN TRUFFATORE NON PUÒ FARE NULLA SENZA DI TE.

## Poste**SicuriOnline**

Se qualcuno ti chiede i tuoi codici di sicurezza,  
di installare App non ufficiali di Poste Italiane,  
di inviare denaro per sbloccare o mettere  
in sicurezza il tuo Conto o la tua Carta, **non fidarti**.  
Poste Italiane e PostePay non ti fanno mai  
questo tipo di richieste.

Visita la pagina

<https://www.poste.it/come-difendersi-dalle-truffe.html>

o inquadra il QR Code

