

I 150 anni del risparmio postale

Il Presidente della Repubblica
Mattarella: «Voi siete
gli **agenti** della **Costituzione**»



Poste news

n°66 2026

il giornale del Gruppo Poste Italiane



Segui
il viaggio
di Postenews



**Cento euro investiti dieci anni fa in Poste ora ne valgono 540:
tutti i successi dell'Azienda dalla quotazione a oggi**

L'ITALIA DI POSTE: I NOSTRI INCONTRI SUL TERRITORIO

La portalettere e lo striscione
dei colleghi sotto l'ospedale:
il loro **affetto** è una **cura**



In questo numero

3.600 colleghi
protagonisti

Le parole dell'Amministratore Delegato all'evento celebrativo di Piazza Affari

Poste in Borsa: 10 anni da record grazie all'impegno delle nostre persone

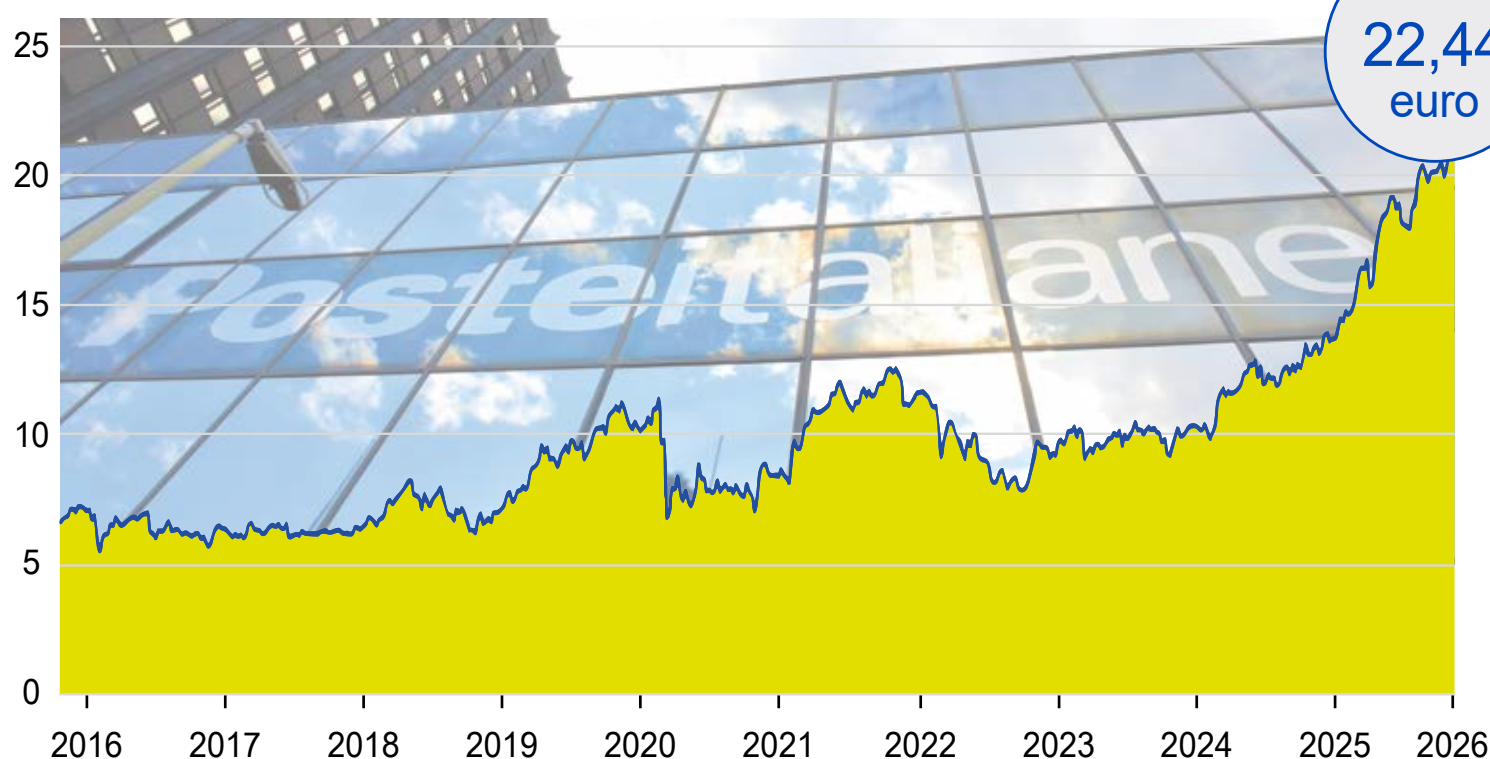
Del Fante ha ripercorso le tappe che hanno trasformato l'Azienda dalla quotazione del 2015 a oggi: «Dai pacchi e-commerce alla digitalizzazione abbiamo saputo identificare i trend di mercato e le giuste risorse per una trasformazione epocale»

Dieci anni fa, nel 2015, Poste Italiane approdava a Piazza Affari in quella che fu allora la più grande privatizzazione dell'epoca recente. Oggi, a dieci anni di distanza, l'azienda non è più la stessa: è un gruppo profondamente trasformato, capace di tenere insieme la modernità tecnologica e la sua storica vocazione pubblica, la dimensione industriale e quella sociale. Durante l'evento celebrativo ospitato da Borsa Italiana, l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante ha ripercorso le tappe di un decennio di cambiamento, sottolineando il valore delle persone e la capacità dell'azienda di reinventarsi. «Ringrazio tutti — ha esordito Del Fante — e soprattutto credo che dobbiamo ringraziare i nostri colleghi e tutti i nostri dipendenti, a partire dal management. Quando ci viene chiesto, insieme al Direttore Generale Giuseppe Lasco, quale sia stato il segreto di questi successi, la risposta più credibile è che siamo riusciti a portare a bordo le persone giuste per realizzare questa trasformazione». Un riconoscimento esplicito al capitale umano, definito dallo stesso Amministratore Delegato «la risorsa più importante» del Gruppo. «Siamo stati bravi a fare un grande lavoro di recruiting in questi otto, nove anni. Oggi l'azienda è profondamente diversa, a partire dal management, a tutti i livelli, e soprattutto nella prima linea. Sono loro, tutti insieme, che hanno permesso ciò che avete visto».

L'evoluzione del Sistema Italia

Il riferimento è al cambio di passo avvenuto soprattutto dal 2017, quando si insediò il nuovo management guidato proprio da Del Fante: da lì è stata impostata una strategia di lungo periodo, ribaltando la logica di breve termine che spesso accompagna le società appena quotate. «Come voi tutti sapete, quando un'azienda si quota non si presentano piani o proiezioni pluriennali. Dopo due anni dalla quotazione — ha ricordato Del Fante — si rimane, per necessità, su un orizzonte di breve periodo. Il primo vero piano pluriennale di Poste fu quello che il nuovo management presentò nel marzo 2018. In quel piano identificammo alcuni trend fondamentali di evoluzione del Sistema Italia, cercando di posizionare l'azienda nel medio e lungo periodo rispetto a tali trend». Tra questi trend, il primo a imporsi è stato l'e-com-

L'andamento del titolo dalla quotazione a inizio 2026



Il titolo è volato da 6 a 22 euro: un successo che non ha mai tralasciato la missione sociale

merce. Nel 2017 Poste consegnava tramite SDA poco più di 110 milioni di pacchi in un anno, un volume marginale rispetto ai grandi operatori globali. «Quest'anno ne consegneremo 450 milioni, quindi più del triplo», ha annunciato Del Fante, sottolineando la soddisfazione per un modello produttivo "interno" che distingue Poste da tutti gli altri. «Con grande orgoglio — ha detto — la metà di questi pacchi sarà consegnata direttamente dai portaflettori. Questo è un fattore distintivo di qualità, non solo per il servizio, ma anche per il valore del lavoro che offriamo al mercato e al settore: le consegne non sono affidate

a reti terze o a soggetti con tutele inferiori, ma a nostri dipendenti, tutelati pienamente in termini di sicurezza, remunerazione e welfare». In otto anni, dunque, il Gruppo ha triplicato i volumi nel comparto pacchi, mantenendo una rete interamente basata su lavoratori interni. «Tutti i nuovi business e le nuove attività — ha ribadito Del Fante — crescono lungo una linea di dipendenti interni, che svolgono un lavoro unico in Italia nel settore del corriere espresso».

L'impatto del digitale

L'altro grande asse di sviluppo è stato quello dei pagamenti digitali. «Nel 2017 i volumi erano di circa un trilione», ha ricordato l'Amministratore Delegato. «Nel 2018-2019, con il supporto dell'azionista MEF e l'approvazione della Banca d'Italia, abbiamo costituito un IMEL — un istituto di moneta elettronica — creando così la nostra PostePay. Già lo scorso anno i volumi erano triplicati rispetto al 2017, superando i tre trilioni e raggiungendo una leadership nel mercato dei pagamen-

ti e dei servizi, con una quota che oscilla intorno a un terzo dell'intero mercato». Oggi, infatti, un pagamento online su tre in Italia avviene con carte di Poste. «Pensare che un terzo di tutti i pagamenti online in Italia sia effettuato con le nostre carte — ha aggiunto Del Fante — è un altro motivo di grande orgoglio». Ma la vera rivoluzione è arrivata dalla transizione digitale, un terreno su cui Poste ha investito con determinazione. «Non la definirei una scommessa, ma un grande investimento, un grande focus», ha spiegato Del Fante. «Abbiamo investito in competenze e talenti che permettono all'azienda non solo di operare in modo più efficiente dal punto di vista tecnologico, ma anche di interagire con i clienti in modo più avanzato». In pochi anni le interazioni digitali giornaliere sono passate da 6-8 milioni a oltre 26 milioni. «Ogni interazione deve essere veloce, funzionale e offrire un'esperienza positiva — ha detto — perché il cliente oggi ha molte alternative sul mercato». L'impatto della digitalizzazione si misura anche nel contributo al si-

Servizi erogati con Polis

170
mila

Interazioni annuali con Spid

4
miliardi

Veicoli della flotta green

28
mila

Pacchi consegnati negli ultimi 4 anni

1
miliardo

Contratti attivi tra Energia e Gas

950
mila



Dall'estero

L'Economist elogia la nostra governance

Anche la stampa straniera elogia la strategia e i risultati di Poste Italiane. In particolare l'Economist, in un pezzo pubblicato lo scorso 28 novembre dedicato alla decisione delle poste danesi di non recapitare più le cartoline natalizie, ha tracciato un bilancio globale del funzionamento dei servizi postali, soffermandosi sul caso di Poste Italiane definendo «redditizio» il business dell'azienda. «Alcuni servizi postali si sono reinventati – si legge sull'Economist – Poste Italiane, parzialmente privatizzata, ha vissuto un buon periodo sotto Matteo Del Fante» sottolinea il giornale finanziario, spiegando che il Gruppo «offre servizi bancari e assicurativi oltre alla consegna di lettere e pacchi. PostePay, con le sue carte di debito prepagate introdotte nel 2003, è un grande successo, con circa 7,2 milioni di carte in uso». I risultati vengono elogiati al pari di quelli di Deutsche Post DHL e delle poste svizzere, entrambe citate insieme a Poste come esempi brillanti a livello mondiale. Anche la stampa italiana ha dato largo spazio ai risultati di Poste dalla quotazione in Borsa: su tutti il Corriere della Sera con una lunga intervista a Del Fante, lo scorso 27 ottobre, in cui l'AD ricordava che «Poste ha distribuito 7 miliardi di dividendi».



Italy's partly privatised **Poste Italiane** has had a good run under **Matteo Del Fante**, an ex-banker. The profitable firm provides banking and insurance services as well as delivering letters and parcels. **Postepay**, its pre-paid debit cards, introduced in 2003, are a great success with around 7.2m in use.



La Presidente Silvia Maria Rovere, l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante e il Direttore Generale Giuseppe Lasco a Piazza Affari

«Nel giro di pochi anni le interazioni digitali giornaliere sono passate da 6 a 26 milioni»

stema Paese. Poste conta oggi 24 milioni di utenti SPID e nei primi nove mesi del 2025 ha gestito più di 900 milioni di accessi. «Questo ha consentito alla Pubblica Amministrazione di risparmiare ingenti risorse – ha ricordato Del Fante –: non deve più gestire utenti e password, né i costi dei call center che in passato si occupavano di risolvere i problemi di accesso ai siti di INPS o Agenzia delle Entrate. Oggi, con dieci identity provider, la Pubblica Amministrazione non spende un euro per questo servizio». Un risultato, ha sottolineato, «di Sistema, di cui andiamo orgogliosi e che, credo, in Europa ci invi-

diano». Tutta la crescita di questi anni si è sviluppata, ha detto il manager, con una sostenibilità «by construction». «Abbiamo sempre avuto chiaro che Poste non è un'azienda qualunque. È un'azienda che tocca la vita degli italiani ogni giorno e che ha la responsabilità di garantire la presenza anche nelle aree interne e nei piccoli comuni». Già nel 2020, Poste si impegnò davanti a 8.000 sindaci a mantenere i propri uffici aperti nei piccoli centri, «non chiudiamo, e faremo per voi dieci cose in più». Con il Piano PNRR e il Progetto Polis, quell'impegno si è trasformato in infrastruttura: «Settemila comuni possono usufruire dei servizi della Pubblica Amministrazione – a partire dal rilascio del passaporto – e in 250 sedi creeremo spazi di coworking per permettere anche alle piccole comunità di lavorare in rete con tutto il Paese».

Sentiment positivo

Questo radicamento territoriale è diventato un valore competitivo. «Tutto questo ha generato un sentimento positivo, un

goodwill diffuso verso l'azienda, che si è tradotto in attenzione ai nostri prodotti», ha spiegato Del Fante. «Poste è oggi metà azienda logistica e metà conglomerato finanziario». L'espansione dei business interni prosegue con la creazione di una nuova «fabbrica»: quella dell'energia. «Nonostante le numerose proposte dei grandi operatori italiani, abbiamo deciso consapevolmente di creare un'offerta interamente interna», ha raccontato Del Fante. «Abbiamo costruito una società che acquista energia all'ingrosso e la rivende in piccoli contratti mensili ai clienti italiani. Con grande soddisfazione, abbiamo riscontrato un fortissimo apprezzamento: il 60% dei contratti che firmiamo nel settore energia è con nuovi clienti di Poste». Anche i tassi di conversione sorprendono: «Oltre il 50% dei preventivi si trasforma

in contratto, contro una previsione iniziale del 10%». Dietro a queste trasformazioni ci sono numeri che parlano da soli. Il margine operativo del Gruppo è passato da 1,1 miliardi nel 2017 – di cui circa 500 milioni di capital gain sui BTP – a oltre 3 miliardi nel 2023, con soli 90 milioni di capital gain. «La parte reale – ha spiegato Del Fante – è dunque cresciuta da 600 milioni a 2,9 miliardi. In altre parole, i 600 milioni sono diventati quasi 3 miliardi, e questo spiega perché l'azione ha reso così tanto valore al mercato». Poste Italiane ha dunque moltiplicato margini, clienti, e settori di attività, riuscendo a unire tradizione e innovazione, pubblico e privato, prossimità e digitale. «Abbiamo fatto persino più di quanto il mercato ci stia riconoscendo oggi», ha detto in chiusura l'Amministratore Delegato di Poste.

L'intervento

Il sottosegretario Freni indossa la maglietta di Poste

Non solo risultati finanziari e commerciali, ma anche la creazione di valore per il Paese. Il sottosegretario di Stato al ministero dell'Economia e delle Finanze Federico Freni, presente all'evento per i 10 anni di quotazione di Poste alla Borsa Italiana dove ha indossato la maglietta dell'Azienda, ha ricordato tutti gli aspetti della crescita dell'Azienda: «Se ci concentrassimo solo su quelli finanziari – ha detto Freni, che in occasione del suo intervento ha indossato per qualche minuto una maglia della Nazionale di Poste Italiane – potremmo dire che Poste non è stato un successo, ma un super successo, perché siamo a oltre +440%». Tuttavia, un azionista – soprattutto se pubblico – deve guardare anche ad altro: «Deve guardare al valore, ma



non nel senso strettamente economico, né solo in quello sociale. Ebbene, Poste, in questi anni – e soprattutto negli ultimi dieci – è stata capace di creare valore in questo senso più ampio. Valore è sicurezza, valore è tranquillità, valore è capacità di investire. Non è un caso che, quando c'è un problema e Poste interviene, quel problema non solo si risolve, ma si risolve bene» ha aggiunto il sottosegretario, definendo in conclusione Poste come «il principale attore di sistema del Paese».

Nuovi colleghi assunti dal 2015

40
mila

Ricavi di Gruppo record

12,6
miliardi di euro

Risultato operativo

2,96
miliardi di euro

Dividendi distribuiti

7
miliardi di euro

Capitalizzazione Borsa

da **8,8** a **27**
miliardi di euro

EDITORIALE

I colleghi di Poste come il maestro Manzi insegnano il digitale agli italiani

Sessantacinque anni fa la Rai apriva un capitolo importante della storia del Paese, mandando in onda la prima puntata di "Non è mai troppo tardi", il programma del maestro Alberto Manzi che insegnava agli adulti a leggere e a scrivere. Era un'Italia che affrontava il boom economico, con grandi disparità di alfabetizzazione. Proprio in quell'anno, anche gra-

zie al programma di Manzi, furono oltre 35.000 le persone che ottennero il diploma di scuola elementare. Oggi - in tempi ben diversi - c'è un'altra alfabetizzazione da affrontare. È quella data dall'accelerazione verso il digitale, vorticoso negli ultimi anni, e - come allora - rischia di tagliare fuori le fasce più deboli della popolazione, a partire dagli anziani. Il ruolo

del maestro Manzi, in questo caso, è assolto da Poste Italiane. E ce lo dicono le testimonianze che Postenews raccoglie nel suo continuo e incessante giro per l'Italia a conoscere e ascoltare le Persone di Poste. Da nord a sud, non c'è ufficio postale che non ci descriva l'aiuto che gli sportellisti e gli operatori front end offrono agli anziani nell'approccio alla tecno-

logia e nella soluzione di operazioni digitali. Una educazione digitale, supportata dalle tante iniziative che l'Azienda mette a disposizione dei cittadini online e nelle proprie sedi, che fa di Poste un collante sociale indispensabile per il presente e il futuro del Paese. Esattamente come lo è stata l'istruzione in tv sessanta anni fa. (Giuseppe Caporale)

Intervista a Daniele Manca: «Presenza fisica e digitale, così si è mantenuto il legame con il Paese»

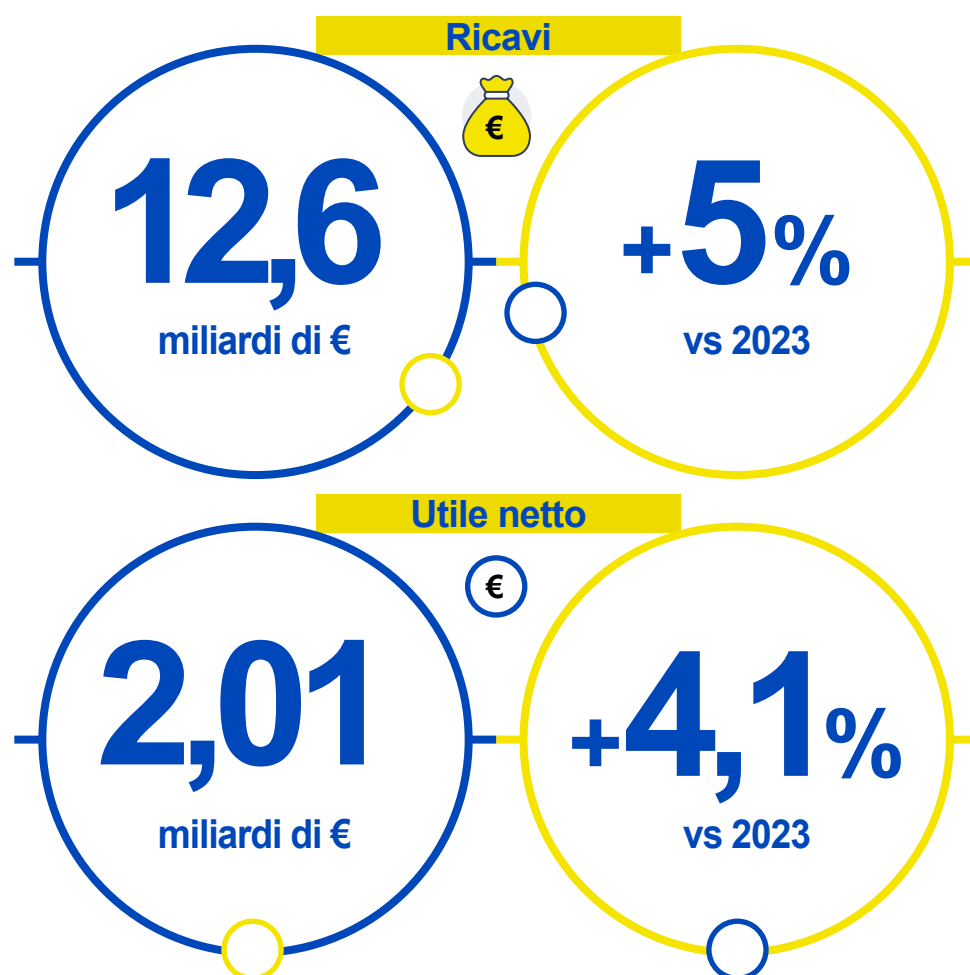
Il vicedirettore del Corriere della Sera: ecco il segreto del successo di Poste

«Fondamentale anche aver consolidato negli ultimi anni la fiducia dei piccoli risparmiatori» spiega il giornalista

In questi dieci anni Poste Italiane ha saputo "ascoltare" il mercato, senza mai lamentarsi e consolidando la fiducia dei piccoli risparmiatori. È questa l'analisi di Daniele Manca, vicedirettore del Corriere della Sera e giornalista economico di lungo corso.

Direttore, alla fine di ottobre, Poste Italiane ha celebrato i dieci anni di quotazione in Borsa: 100 euro investiti nel 2015 oggi sono diventati 540. Quali sono le ragioni di questo successo?

«Al di là dei numeri che risentono dei fattori più diversi, dalla politica dei dividendi all'andamento dell'economia generale. Basta guardare ai titoli dei giornali per capire quanto il mondo sia cambiato. E stia cambiando giorno dopo giorno. Ai tempi della quotazione uscivano da crisi fortissime come quella finanziaria del 2008, e poi la crisi dell'euro, dei debiti sovrani, si stava reimpostando un percorso di crescita. Poi la prima e soprattutto la seconda presidenza Trump, in mezzo il Covid, l'invasione russa dell'Ucraina, il 7 ottobre con la strage di Hamas e la reazione tremenda di Israele. Un lungo elenco per comprendere quanto le persone abbiano avuto in questi anni bisogno di stabilità. E forse, al di là degli investitori istituzionali, del mercato che ha voluto supportare Poste, c'è anche un mer-



cato dei piccoli risparmiatori che si è sentito rassicurato dalla presenza delle Poste».

In dieci anni l'azienda ha cambiato volto puntando sulla qualità dei servizi logistici, sulla digitalizzazione e su nuovi business, come l'energia. Parallelamente, ha mantenuto la sua storica presenza fisica nelle aree interne del Paese, spesso abbandonate dalle banche. In che modo la trasformazione seguita alla quotazione ha rafforzato il ruolo di Poste come infrastruttura strategica per l'Italia?

«Proprio la presenza fisica degli sportelli in ogni angolo del Paese, rinunciando anche a quella chiusura di 2.700 sportelli che pure era stata autorizzata nel 2017, credo che abbia contribuito a mantenere quel legame tra il Paese e l'azienda. Vede, l'allargamento del perimetro del business è decisivo in un mondo che cambia continuamente, dove l'ambiente competitivo muta in continuazione. Pensi solo ad Amazon che si ritrova nell'e-commerce come competitor quello

che sembrava un elefante addormentato, il gruppo Walmart. Ma tutto questo attiene alle strategie che un'azienda e un gruppo si danno. Che, mi lasci dire, è quasi scontata nell'essere tratteggiata. Diverso è attuarla. E forse anche questo contribuisce alla "percezione" del gruppo. Troppo spesso in questi ultimi anni le imprese hanno sottovalutato

quanto sia importante comunicare come il mercato, i clienti, i fornitori, sapendo che con l'avvento di internet è una comunicazione in andata e ritorno. E quindi essere in posizione di ascolto è fondamentale. Farlo non è semplice e quella valutazione del titolo mostra che evidentemente Poste è stata capace di farlo».

Da osservatore, quale scelta aziendale o momento l'ha colpita di più della nuova era inaugurata da Poste con la quotazione?

«Quella di non lamentarsi. Pur essendo in un business in via di estinzione, quello delle lettere, in un mercato competitivo come la logistica, il digitale, la telefonia, l'energia, ce n'era di spazio per il lamento tipico delle imprese. Non farlo probabilmente ha fatto la differenza».

Pochi giorni fa l'azienda ha diffuso i risultati finanziari dei primi nove mesi del 2025 definendoli "i migliori dalla quotazione", con il risultato operativo e l'utile netto ai massimi storici. Quanto può avere inciso la quotazione nel favorire l'innovazione dei servizi postali, finanziari e assicurativi e il loro successo?

«La quotazione, e quindi il confronto con il mercato, obbliga a mettersi in ascolto di chi non vive in azienda, di chi di quella azienda non è azionista di riferimento. Obbliga a una disciplina, a una trasparenza, a una chiarezza di intenti e strategie che, se venisse compresa dalle aziende italiane, rappresenterebbe per loro una grande palestra dove per farsi i muscoli per crescere e contribuire allo sviluppo di un Paese. Che non è solo un mercato ma una comunità fatta di valori e capacità di progredire assieme».

Lundquist

Poste al top in Europa nella comunicazione

Poste Italiane è la prima delle 500 principali aziende europee per qualità e trasparenza della comunicazione corporate e finanziaria sui canali digitali. Il risultato è il frutto della ricerca "Webranking Europe 500" la classifica stilata da Lundquist, in collaborazione con la società svedese Comprend, che analizza la chiarezza e la correttezza del flusso informa-

tivo rivolto a investitori, cittadini e stakeholder. Il sito posteitaliane.it del Gruppo guidato dall'AD Matteo Del Fante e dal Direttore Generale, Giuseppe Lasco, sul podio della rilevazione Webranking Europe 500 già nel 2024 con il secondo posto, ha ottenuto il punteggio di 95,9 su 100 affermandosi sia nella classifica assoluta sia in quella di settore.



Daniele Manca

A Roma le celebrazioni per i 150 anni dei libretti e i 100 anni dei buoni fruttiferi

Toni Servillo e l'elogio del risparmio postale in una giornata che profuma di storia

L'evento di Poste Italiane e Cassa Depositi e Prestiti, alla presenza del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, ha ospitato una riflessione dell'attore: «La forza d'animo, il talento e il sacrificio legano un popolo alla costruzione del proprio domani»

di **Giuseppe Caporale**

Un silenzio rispettoso si propaga improvviso nella grande sala dei congressi della Nuvola, all'Eur, a Roma. Si alzano tutti in piedi quando il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella fa il suo ingresso. La banda della Guardia di Finanza, in alta uniforme, lo accoglie eseguendo l'inno nazionale. Iniziano così le celebrazioni per i 150 anni del libretto e i 100 anni dei buoni fruttiferi postali. Una giornata d'orgoglio per Poste Italiane e Cassa Depositi e Prestiti che in questi lunghi anni hanno messo in opera un circuito virtuoso tra risparmio individuale e investimento sociale. «Finanza circolare» la definisce l'Amministratore Delegato di Cassa Depositi e Prestiti, Dario Scannapieco.

Le tappe del risparmio

Così è stata tirata su l'Italia, costruendo e ricostruendo le sue infrastrutture strategiche nel dopoguerra, accompagnando il boom economico degli anni 50 e 60 e dando vita alla «democratizzazione del risparmio», come ha sottolineato l'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, grazie alla capillare attività di raccolta messa in atto dagli uffici postali in tutti gli angoli del Paese. «Siamo molto orgogliosi di celebrare i 150 anni dei Libretti postali e il centenario dei Buoni fruttiferi – dice la Presidente di Poste Silvia Maria Rovere – Il risparmio postale rappresenta da sempre una voce molto importante dell'economia nazionale, un volano fondamentale per lo sviluppo del Paese che ha creato e continuerà a creare benessere per la collettività». Davanti a un pubblico fatto di portalettere, addetti alla logistica, direttori di uffici postali arrivati da ogni parte del Paese, numerosi sindaci con la fascia tricolore, uomini delle istituzioni e ministri del governo (ci sono il ministro dell'Economia e delle Finanze Giancarlo Giorgetti, il ministro delle Imprese e del Made in Italy Aldo Urso e altri rappresentanti delle istituzioni politiche, finanziarie italiane ed ecclesiastiche) e alla presenza del Presidente della Repubblica, il pluripremiato attore Toni Servillo ha declamato e ripercorso le tappe fondamentali del risparmio postale.

Servillo e il salvadanaio

Risparmio non significa solo mettere da parte dei soldi, «ma costruire sogni e speranze» ha detto Servillo. «Molti di noi hanno avuto un salvadanaio», ha esordito l'attore, come «una promessa di un acquisto desiderato monetina su monetina» che ci ha dato la «consapevolezza di essere stati bravi a risparmiare». Quei soldi, ha scandito il protagonista della «Grande Bellezza», sono diventati così «una ricompensa, una gratificazione, un orgoglio: la storia del risparmio postale è anche questa, una storia



Il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella con Toni Servillo ai 150 anni del risparmio postale. Sotto, Mattarella sul palco del Centro Congressi La Nuvola dell'Eur

di orgoglio nazionale». Servillo ha quindi ricostruito le tappe di una storia cominciata con la fondazione di Cassa Depositi e Prestiti nel 1850 e poi con quella delle Regie Poste nel 1862; l'emissione dei primi libretti postali nel 1875. «All'inizio l'importo minimo che si può versare è di 1 lira ma le Poste vengono incontro anche a chi non

ha l'intera cifra, ogni centesimo conta». Nasce così anche l'educazione finanziaria, che coinvolge alunni e insegnanti: ma tramite i bambini, ricorda Servillo, «si coinvolgono i genitori, che sono spesso analfabeti, ma

che iniziano a prendere confidenza con libretti e cedole». Poi arriva la Prima Guerra Mondiale, nascono i buoni fruttiferi, all'inizio anche in dollari e in sterline per gli italiani che emigrano. Dopo che i libretti avevano tolto i risparmi da materasso, «i buoni educano i cittadini al mantenimento del risparmio a su un periodo medio lungo e gli italiani dormono meglio». Servillo ha ricordato quindi le opere realizzate grazie al risparmio postale e la sua fondamentale importanza per far ripartire l'Italia del secondo dopoguerra. E poi le catastrofi, dal Vajont al Belice: «I soldi degli italiani fanno diventare il nostro Paese più solidale, resiliente e unito». «In 150 anni – ha proseguito l'attore – è cambiato il Paese, così come l'economia e le necessità delle persone ma quello postale rappresenta la forma di risparmio che ancora tiene unito il Paese per accompagnarlo nel presente e proiettarlo verso il futuro». Nella storia del risparmio l'Italia «vede se stessa come davanti a uno specchio» con la sua «indomabile forza d'animo, il talento, il sacrificio e gli sforzi che legano un popolo alla costruzione del proprio domani. Gestì semplici, italiani, come l'emozione di un bambino che infila la moneta nel salvadanaio».

Il discorso del Presidente

«Con l'incoraggiamento e la tutela di ogni forma di risparmio Cassa Depositi e Prestiti e Poste italiane si configurano come agenti della Costituzione». Lo ha detto il Presidente della Repubblica, **Sergio Mattarella**, parlando in occasione del 150° anniversario del risparmio postale.



Inquadra il QR Code per vedere il discorso integrale del Presidente



Il Ministro dell'Economia

Giorgetti: «Poste e CDP, ruolo cruciale»

«La sinergia tra Poste Italiane e Cassa Depositi e Prestiti ha creato un modello unico di collaborazione e il risparmio postale è stato cruciale sia nella ricostruzione del Dopoguerra sia nella stabilità macroeconomica del Paese. Poste e CDP devono continuare a giocare un ruolo di primo piano e possono farlo grazie alla capillarità di Poste sul territorio e alle caratteristiche tipiche dei prodotti di raccolta: semplicità, niente vincoli di accesso e universalità, anche per chi non ha competenze economiche di base». Sono le parole del Ministro dell'Economia Giancarlo Giorgetti, intervenuto lo scorso 30 ottobre all'evento per i 150 anni sul risparmio postale organizzato da Poste Italiane e Cassa Depositi e Prestiti al Centro Congressi La Nuvola di Roma.



I 150 anni dei Libretti di Risparmio Postale e i 100 anni dei Buoni Fruttiferi Postali

BUONI E LIBRETTI

La rivoluzione silenziosa che ha garantito la ricchezza dell'Italia

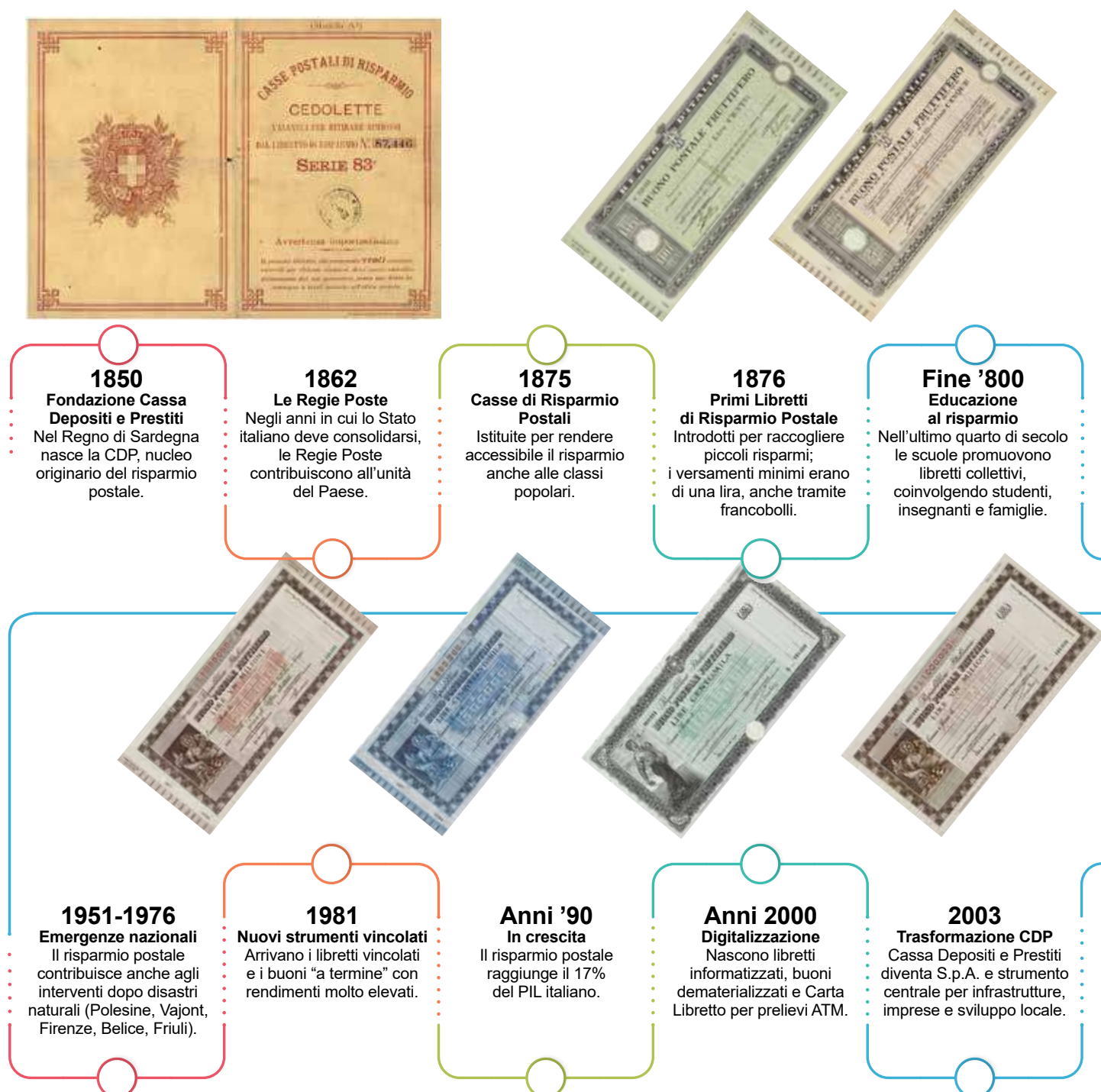
Strumenti di investimento semplici, sicuri e garantiti dallo Stato: presente e futuro della nazione e il suo sviluppo sostenibile passano per la collaborazione tra CDP e Poste Italiane, che offrono stabilità e fiducia ai mercati



di **Paolo Pagliaro**

Nel 2025, l'Italia ha celebrato un anniversario che affonda le sue radici nella storia economica e sociale del Paese: i 150 anni dei Libretti di Risparmio Postale e i 100 anni dei Buoni Fruttiferi Postali.

Non si tratta semplicemente di prodotti finanziari che hanno attraversato i decenni, ma di strumenti che hanno accompagnato e sostenuto la crescita economica italiana, diventando pilastri della cultura del risparmio nazionale. La nascita dei Libretti di Risparmio Postale nel 1875 coincide con un momento cruciale della nostra storia: l'Italia unita muoveva i primi passi verso la modernizzazione economica e aveva bisogno di strumenti finanziari che potessero raggiungere anche le fasce più popolari della popolazione. Le Poste, con la loro diffusione sul territorio, diventata progressivamente capillare, rappresentavano la soluzione ideale per agevolare l'accesso al risparmio. Nel 1925, con l'introduzione dei Buoni Fruttiferi Postali, emessi dalla Cassa Depositi e Prestiti, e collocati da Poste Italiane, questo percorso si completava, offrendo agli italiani uno strumento di investimento semplice, sicuro e garantito dallo Stato. Il risparmio postale ha rappresentato una vera e propria rivoluzione silenziosa nella cultura economica italiana. Generazioni di famiglie hanno potuto accantonare risorse per il futuro, finanziare l'acquisto della casa, garantire l'istruzione ai figli o semplicemente costruire una riserva di sicurezza. La semplicità di utilizzo – bastava recarsi all'ufficio postale più vicino – e la garanzia statale hanno reso accessibile il risparmio anche a chi non aveva dimestichezza con i meccanismi bancari tradizionali. Questo fenomeno ha avuto un impatto profondo sulla struttura sociale ed economica del Paese: le risorse raccolte sono state investite da CDP in infrastrutture, opere pubbliche e progetti di sviluppo che hanno accompagnato il miracolo economico italiano del secondo dopo-



guerra e che oggi, con investimenti altrettanto significativi, accompagnano la nuova transizione. La fiducia riposta dagli italiani nel risparmio postale si riflette nei numeri: i prodotti postali continuano a raccogliere consensi significativi. Questo successo duraturo testimonia la solidità di un modello che ha saputo adattarsi ai tempi mantenendo i suoi principi fondamentali: sicurezza, semplicità e accessibilità. Come sappiamo, l'Italia si distingue per l'elevato tasso di risparmio privato delle famiglie. I dati più recenti mostrano come la ricchezza netta delle famiglie italiane continui ad essere tra le più alte in Europa, con un rapporto rispetto al reddito disponibile superiore a quello di Francia, Regno Unito e Germania.

Questo primato non è casuale ma ha le sue radici in una cultura del risparmio profondamente radicata. Il sistema economico, caratterizzato da una prevalenza di piccole e medie imprese spesso a conduzione familiare, ha favorito l'accumulo di capitale presso le famiglie piuttosto che presso le grandi corporation. Questo ha creato una cultura imprenditoriale in cui il risparmio familiare rappresenta spesso il capitale di avvio per nuove attività economiche. Le preferenze degli italiani in termini di allocazione del risparmio rivelano inoltre una marcata avversione al rischio. La preferenza per la liquidità, che rappresenta circa il 31% del portafoglio medio delle famiglie italiane, è significativamente superiore ri-

spetto ad altri Paesi dove gli investimenti in strumenti più rischiosi sono maggiormente diffusi. Questo comportamento prudente trova nel risparmio postale uno sbocco naturale, con rendimenti comunque interessanti. In Italia abbiamo il paradosso di una considerevole ricchezza privata che convive con un considerevole debito pubblico. Per molti aspetti, il risparmio delle famiglie e delle imprese rappresenta la migliore garanzia di sostenibilità del debito pubblico e questo anche agli occhi degli investitori internazionali. A ciò si aggiunge il fatto che gran parte del debito dello Stato è detenuto da residenti, creando un circuito finanziario interno che riduce la dipendenza dai mercati finanziari internazionali. Il

La notizia sui giornali locali

la Repubblica TORINO
A Torino 9 miliardi in buoni e libretti postali

"PREALPINA"
Varese: quasi 5 miliardi di risparmio postale

Quotidiāno
Bari-Bat, record di depositi: 3 miliardi
Prima in Italia e spinta alla crescita

la Città
Salerno è la "capitale" del risparmio postale

IL MATTINO
Risparmio postale, Campania prima con Napoli in testa per buoni emessi

Il Messaggero
Pontini risparmiatori
un tesoro da 3,5 miliardi

Il record del risparmio postale nelle città e nelle regioni

In occasione dell'evento celebrativo organizzato da Poste Italiane e Cassa Depositi e Prestiti, i numeri del risparmio postale hanno trovato grande spazio sulla stampa locale che ha messo in evidenza la fedeltà dei propri concittadini a libretti e buoni fruttiferi. Valgono quasi 5 miliardi a Varese, 9 a Torino, 3,5 nella provincia di Latina - per citare alcuni dei titoli dedicati all'argomento - con le regioni e le città del sud a contendersi la palma di "capitale".

L'ex direttrice dell'UP di Milano

Elena, la centenaria con i buoni digitali



Quando **Stefania Minelli**, direttrice dell'ufficio postale di Follonica Centro, se la è trovata di fronte ha pensato a quanto fosse lunga la storia del risparmio postale. Davanti a sé aveva - accompagnata dai nipoti Nicolas, Mirella e Giovanna - Elena Listorti, 100 anni compiuti il 6 novembre scorso, e i suoi buoni fruttiferi postali. Li conservava dal 1994, anno in cui aveva perso il marito Teodoro, con in quale aveva condiviso la vita matrimoniale e la carriera in Poste Italiane, per entrambi partita dal Molise e proseguita in Lombardia. I buoni fruttiferi postali presentati a Stefania erano quelli cartacei di una volta, che la signora Elena ha scelto di reinvestire nello stesso strumento di risparmio postale. Custoditi gelosamente, per oltre trent'anni, nelle scatoline antimuffa, sono stati trasformati in buoni dematerializzati grazie a un Deposito Smart: «Quando ero direttrice di ufficio postale a Milano ne facevo tantissimi di buoni fruttiferi - ricorda Elena - ho lavorato per 45 anni alle Poste, sempre con tanto piacere e tanto amore. Forse è il motivo per cui sono arrivata a vivere così a lungo».



Inquadra il QR Code per vedere il saluto della signora Elena a Postenews

1900
Crescita dei depositi

Nel corso degli anni gli uffici postali con libretti passano da 600 a 5.000; i depositi superano i 680 milioni di lire.

1915
Libretti al portatore

Nascono durante la Grande Guerra, garantendo risparmio sicuro e facilmente trasferibile.

1925
Buoni Fruttiferi Postali

Strumento a rendimento crescente nel tempo che spinge gli italiani dal "materasso" al risparmio produttivo.

Anni '20-'40
Diffusione di massa

Il risparmio postale finanzia grandi opere pubbliche. I depositi raggiungono il 18% del PIL (1942).

Dopoguerra
Ricostruzione e boom

Libretti e buoni finanziano infrastrutture, edilizia pubblica e industria, sostenendo la ripartenza del Paese.

Ultimi 20 anni
Innovazione digitale

Nel 2004 Introduzione Buoni sottoscrivibili da web tramite c/c BP. Nel 2013 Acquisto online (APP/web) dei Buoni.

Oggi
Una risorsa stabile

Con oltre 324 miliardi di euro e 27 milioni di clienti, il risparmio postale resta la forma più diffusa in Italia.

risparmio postale gioca un ruolo cruciale in questo meccanismo. Si crea così un circolo virtuoso in cui i risparmiatori ottengono la garanzia statale sui loro investimenti, mentre lo Stato beneficia di una fonte di finanziamento stabile e relativamente economica. Gli investitori istituzionali guardano con attenzione alla capacità di un Paese di generare risparmio interno, poiché questo rappresenta una fonte di stabilità finanziaria e un cuscinetto contro le crisi. Il sistema del risparmio postale contribuisce a questa stabilità in modo significativo. La prevedibilità dei flussi di risparmio verso strumenti garantiti dallo Stato fornisce alle autorità monetarie e fiscali una base solida per la pianificazione economica. Gli investitori

internazionali percepiscono questa stabilità come un elemento di sicurezza che compensa, almeno parzialmente, le preoccupazioni legate al livello del debito pubblico. La persistente popolarità del risparmio postale, che attraversa le generazioni e resiste alle mode finanziarie, ha diverse spiegazioni. La prima è indubbiamente la garanzia statale. In un mondo finanziario caratterizzato da crescente complessità e volatilità, la certezza di poter recuperare integralmente il capitale investito rappresenta un valore decisivo per molti risparmiatori. Questa garanzia non è solo formale, ma è percepita come sostanziale dai cittadini, che identificano nello Stato - nonostante le sue defaillance - un garante affidabile

nel lungo termine. La semplicità operativa costituisce un secondo fattore chiave. A differenza di molti prodotti finanziari, che richiedono conoscenze specifiche e comportano costi spesso nascosti, il risparmio postale mantiene una trasparenza e una facilità d'uso che lo rendono comprensibile a tutti. Non ci sono commissioni di gestione occulte, le condizioni sono chiare e stabili nel tempo, e le procedure di sottoscrizione e rimborso sono standardizzate e accessibili. La capillarità territoriale delle Poste Italiane - unitamente alla digitalizzazione dei canali di vendita che hanno reso Buoni e Libretti ancora più accessibili - rappresenta un terzo elemento di forza. In un Paese caratterizzato da un tessuto urbano

complesso, con molti centri di piccole e medie dimensioni, la presenza degli uffici postali garantisce un accesso universale ai servizi di risparmio. Sono nate, parallelamente, le piattaforme online che permettono la gestione dei propri investimenti da remoto, mantenendo però invariati i principi di semplicità e sicurezza che caratterizzano questi prodotti. Anche questi ultimi si sono evoluti. Accanto ai tradizionali buoni ordinari, sono stati introdotti strumenti specifici per diverse fasi della vita, come i buoni per i minori, quelli orientati alla previdenza complementare o prodotti con durate e rendimenti calibrati sulle esigenze di mercato. La partnership tra Poste Italiane e Cassa Depositi e Prestiti ha inoltre permesso di mantenere competitivi i rendimenti offerti, nonostante il contesto di tassi di interesse particolarmente bassi che ha caratterizzato l'ultimo decennio. C'è infine un aspetto in genere trascurato e che oggi, nell'era delle crescenti disuguaglianze, merita invece di essere ricordato, ed è la funzione sociale del risparmio postale, che si manifesta nella sua capacità di includere fasce di popolazione che potrebbero essere escluse da altri canali finanziari. L'assenza di soglie minime significative, la semplicità delle procedure e la garanzia statale lo rendono uno strumento di democrazia economica. Non è l'ultimo dei suoi pregi.

NORD OVEST

I volti di tutti i nostri colleghi che fanno parte dei team commerciali

VIAGGIO TRA I RESPONSABILI COMMERCIALI

Lo squadrone del Nord Ovest:
«Ogni cliente è una storia di fiducia»

Da Milano a Torino, passando per Genova e per le altre Filiali della macroarea: il lavoro quotidiano delle squadre commerciali sul risparmio e sugli investimenti è il collante sociale ed economico sul quale si costruisce il presente e il futuro dei cittadini

Nel Nord Ovest il risparmio postale è un patrimonio condiviso, fatto di gesti quotidiani e relazioni profonde. E il lavoro quotidiano delle squadre commerciali di ogni Filiale è il collante sociale sui quali si costruisce il presente e il futuro dei cittadini, come testimonia questo nostro viaggio tra i volti dei team di tutta Italia e dalle parole dei loro Responsabili Commerciali di Filiale. Perché «ogni cliente è una storia di fiducia» sintetizza **Daniele Amato** (Torino 2), mentre per **Ornella Maria Lucia Bertoldo** (Alessandria 1) «la nostra leva più potente non è il tasso, ma la fiducia». Sul territorio ligure, **Barbara Bonomo** (Savona) vede negli uffici postali

Lavoro in sinergia
e attenzione per
i prodotti del risparmio
postale: ecco i segreti

un presidio essenziale, soprattutto «nelle piccole realtà dove la desertificazione bancaria agevola la raccolta». Le storie familiari non mancano: **Federica Boscaro** (Vercelli) ricorda i genitori che incassano buoni ventennali «per l'acquisto di una casa dedicata alla figlia»; a Bergamo 1, **Maria Pia Valva** vede «la gioia dei neomaggiorenni» che scoprono gli interessi maturati e **Fabio D'Alessio** (Alessandria 2) riporta le parole di un cliente: «Conservo un Buono del 1947... non per la cifra, ma per ciò che rappresenta». Il lavoro di squadra emerge in ogni dichiarazione degli RCF; dalle parole di **Sabina Calzoni** (Verbania) sul «lavoro sinergico», da **Luigi Zunino** (Imperia), che cita «132 milioni sottoscritti» e una rete capillare, e da **Gabriella Giublena** (Novara), per cui «l'ascolto attivo è la leva principale». Un approccio condiviso da **Andrea Negro** (Biella) e da **Giulia Polvara** (Como), che ogni giorno ingaggia la sportelleria sulla gamma dei prodotti. In Liguria, **Lucia Pastorino** (Genova 2) ricorda che Buoni e Libretti «vanno per la maggiore», mentre **Silvio Bocchino** (Genova 1 Levante, per il quale parla il DF **Antonio Ruvo**) parla di «radici del risparmio che partono da lontano». A La Spezia, **Valentina Fugazzi** descrive un rapporto solido, sostenuto da «7 consulenti mobili, 3 Premium e 30 di sala». Nel Piemonte meridionale, **Clelia Settembre** (Alba) punta su incontri dedicati, **Lorena Odino** (Asti) su «fiducia e ascolto», **Serena Puleo** (Cuneo) sulla relazione come base di ogni risultato. A Torino 1 Città, **Federica Manca** vede nei prodotti postali «accessibilità, flessibilità e sicurezza». E a Pavia, **Kristina Gjini** sotto-

Torino 2



Aosta



Verbania



Pinerolo



Cuneo



Torino 1



linea scelte «più consapevoli e pianificate» da parte dei cittadini. Nel cuore della Lombardia il quadro è coerente: **Maria Grazia Turconi** (Monza) definisce il risparmio postale fatto di prodotti fondamentali per «realizzare sogni»; **Catia Ciabattoni** (Milano 1) ricorda che «ogni scelta di risparmio è un progetto di vita», **Silvana Labriola** (Milano 2 Nord) nota che il BFP 100 è stato «apprezzato per la sua esclusività» mentre **Giusy Caranfa** (Milano 3 Sud) scherza: «Sulla Netta Risparmio non ci... risparmiamo». **Antonella Pontillo** (Milano 5 Est) guida una squadra di 47 Scf, 4 Scm e 4 Rcz; mentre **Gerardo Amendola** (Milano 4 Ovest, con le parole del DF **Maria Grazia Mazza**) spiega che la sua squadra è in posa «con gli occhiali

Asti



Alessandria 1



Alba



Varese



Pavia



Monza



Nola: «La raccolta netta è il nostro mantra. Siamo un modello vincente»

Il responsabile Mercato Privati **Guido Maria Nola** ha introdotto le tappe del Roadshow Poste Italiane-Cdp parlando ai colleghi e facendo il punto sullo stato dell'arte del risparmio postale, sui traguardi raggiunti nella raccolta e quelli da conquistare. «La raccolta netta è il nostro mantra, di oggi e sicuramente di tutto il 2026. Quindi: netta, netta, netta. Sono le nostre parole chiave e dobbiamo imparare sempre di più a conoscerla e a gestirla». Tra i punti di forza, secondo Nola, c'è ovviamente il lavoro di squadra: «Non ci dimentichiamo mai – ha detto durante la sua breve introduzione alla platea – dell'importanza di attuare il nostro modello che si basa sui Premium, sui nostri clienti Affluent, quindi Dinamici, sui Personal, sulla sportelleria, sugli OFE. Dalla sinergia di tutti loro nasce il nostro successo».



Guido Maria Nola

Buoni e Libretti? Per Novelli sono «i nostri strumenti universali»

Il risparmio postale rimane uno dei pilastri dell'offerta finanziaria di Poste Italiane, perché «è l'unico prodotto che va bene per tutti»: dal cliente con 10.000 euro a chi gestisce patrimoni milionari. Sono le parole di **Andrea Novelli**, Responsabile di Banco Posta, durante il roadshow Poste-Cdp, nella tappa di Bologna. Un ruolo chiave nella raccolta netta lo hanno i buoni ancora competitivi, «che hanno il tre davanti» come rendimento e non sono facilmente replicabili sul mercato, e le nuove soluzioni come il Buono Premium o l'opzione Risparmio Smart. Tutto sostenuto da investimenti importanti: «100 milioni in sviluppi informatici e 100 milioni in comunicazione» per rinnovare e valorizzare un'offerta che resta strategica per il Paese.



Andrea Novelli

Biella



Alessandria 2



Novara



Vercelli



per guardare al meglio le novità» di Buoni e Libretti. In Lombardia orientale, **Andrea Giordani** (Brescia 1) parla di una Filiale «votata al risparmio», **Alberto Ferraro** (Brescia 2) ricorda «gli oltre 36 milioni» raccolti con il BFP 100. **Maria Vittoria Giacomelli** (Cremona) vede risultati «di cui il personale è molto soddisfatto» mentre **Mario Dericoloso** (Lodi) sottolinea «flessibilità e semplicità della superapp». Sul confine alpino, **Alessandro Eliseo** (Aosta) definisce il risparmio postale «un valore familiare». E a Pinerolo, **Luigi Emilio** testimonia che «anche i più diffidenti si fidelizzano». A Varese, **Simone Mariani** (tramite le parole del collega **Giuseppe Sacco**) ricorda che la

costante è «il rapporto di fiducia». A Busto Arsizio, **Carmelo Sciarrone** (qui rappresentato dal DF **Cristina Giovannelli**) cita il sindaco di Gorla Maggiore che vuole regalare un Buono «ad ogni nuovo nato». **Giuseppe Marasco** (Mantova) vede «una relazione sempre più forte» tra clienti e uffici postali, così come **Marciano Salerno** che da Bergamo 2 conia uno slogan: «Il risparmio nasce dal passato, sostiene il presente e illumina il futuro». Infine, un messaggio molto motivante da Lecco, dove per la rcf **Dorotea Bianchini** risponde la DF **Agata Calcagno**: «Ogni giorno, nella filiale di Lecco, trasformiamo la fiducia dei nostri clienti in energia per crescere insieme».

Bergamo 1



Bergamo 2



Sei italiani su 10 scelgono la consulenza

Sei italiani su 10 preferiscono affidarsi a un consulente finanziario per investire in sicurezza. Sono alcuni dei risultati della Comunicazione del VI Rapporto Assogestioni-Censis dal titolo "Il ruolo dell'educazione finanziaria nella cultura sociale del risparmio degli italiani". Dai dati emerge un atteggiamento complessivamente cauto di fronte alle sollecitazioni, anche tra gli italiani che si dichiarano disinteressati all'educazione finanziaria. Il 60,6% dei disinteressati e il 62,6% degli interessati dichiarano di preferire il supporto di un esperto per investire i propri soldi. Riguardo a coloro che investono in strumenti finanziari emerge che il 48,4% dei disinteressati ricorre ad un consulente che lo segue con una certa stabilità e il 36,0% ad una banca o finanziaria quando deve procedere ad investire; tra coloro che si dichiarano interessati all'educazione finanziaria le percentuali sono rispettivamente del 52,4% e 48,2%.

Mantova



Brescia 1



Cremona



Brescia 2



Como



Busto Arsizio



Milano 3 Sud



Milano 1



Milano 2 Nord



Milano 4 Ovest



Lecco



Milano 5 Est

Posteitaliane



Lodi



Imperia



Savona



La Spezia



Genova 1 Levante



Genova 2



NORD EST

Parlano i responsabili commerciali delle 14 filiali distribuite nel Triveneto

I commerciali del Nord Est: «Le nostre sono filiali con risultati da record»

«Dall'esperienza di mio padre militare ho capito il ruolo di Poste per la comunità: il senso di appartenenza mi ha dato la possibilità di prendere consapevolezza della mia missione in Azienda» racconta Matteo Nuzzo, alla guida del team di consulenti di Udine

Matteo Nuzzo, responsabile commerciale della filiale di Udine, ricorda di quando suo padre, ufficiale dell'Esercito in pensione, gli domandò quale fosse esattamente la sua professione: «Questa sua richiesta mi lasciò perplesso e la risposta datagli ancor di più. Mi limitai a dirgli che lavoravo "alle Poste", trascurando ciò che allora consideravo scontato e quasi superfluo, ossia quel senso di appartenenza e di responsabilità sociale che solo con gli anni ho imparato a riconoscere. A distanza di tempo, quello stesso senso di appartenenza insieme a un legame profondo con il territorio che mi ha visto crescere, umanamente e professionalmente, mi ha dato la possibilità di prendere consapevolezza della mia missione in Azienda». Oggi, forse anche alla luce di quella domanda inaspettata che gli fece suo padre, l'impegno di Matteo e della sua squadra «è massimo e rivolto alla diffusione di quei valori di solidità e di affidabilità del risparmio postale, che negli anni il nostro territorio ha potuto riconoscere ed apprezzare».

Filiali da record

Siamo nel ricco Nord Est, dove il risparmio postale «è da sempre un punto di riferimento per la comunità, una tradizione di fiducia e sicurezza che unisce generazioni e testimonia il forte legame tra Poste Italiane e un territorio sempre attento al valore del risparmio», come sottolinea **Antonio Bertolo** (Belluno). Nel vicino Trevigiano **Sandro Forni** lo definisce come «il nostro pane quotidiano».

«Ci prendiamo cura delle persone», sottolinea Giulia Basso la RCF di Pordenone

Bolzano



Trento



Venezia



Belluno



Legnago



no, il nostro linguaggio universale. Un modo per rompere il ghiaccio e mettere a proprio agio e in sicurezza ogni cliente, interno ed esterno». A Rovigo, **Riccardo Mirandola** sottolinea l'eccellenza dell'Ufficio Popolo, che detiene «lo stock più elevato di Buoni Fruttiferi Postali della Macro Area Nord Est», frutto di un lavoro coerente con i valori aziendali. Accanto alle peculiarità territoriali resta forte la dimensione identitaria del risparmio postale. **Gaetana Gigante**, Filiale di Legnago, lo descrive come qualcosa che «non serve inventarsi», perché basato su garanzia e solidità che ripagano «la fiducia che i nostri clienti hanno verso la nostra azienda»; mentre **Donato Basile** (Padova) lo definisce «una storia di fiducia che si tramanda tra generazioni». Una tradizione che nel Veneziano mantiene intatta la propria centralità: per **Carlo Bortolutti**, responsabile commerciale della Filiale di Venezia, «fa parte della nostra storia, del nostro presente e del nostro futuro», un impegno quotidiano per un'offerta «sempre trasparente, affidabile e accessibile».

Storie e progetti di vita

A Verona, **Sascha Filippo Carelli** ricorda come la relazione sia fatta anche di vita vissuta: «Con i nostri clienti condividiamo storie e progetti di vita». A Vicenza, **Filippo Sifanno** osserva che le vecchie generazioni continuano ad apprezzare la «materialità» del risparmio, segno che «l'identità e i valori del primo pilastro del risparmio sono ancora in buone mani». Tornando in Friuli Venezia Giulia, la Filiale di Gorizia rappresentata dal responsabile commerciale **Alfredo Braucci** costruisce i propri risultati attraverso «consulenze mirate» e una collaborazione stretta tra sala e sportello, valorizzando soprattutto i Buoni per nuova liquidità. «La collaborazione tra sala e sportello - aggiunge - favorisce l'acquisizione di nuovi clienti. La fiducia consolidata nel tempo e l'uso dei canali digitali hanno

Padova



Rovigo



Treviso



Verona



Vicenza



Gorizia



Accanto alle peculiarità territoriali resta forte la dimensione identitaria del risparmio postale

permesso di raggiungere ottimi risultati e mantenere alta la fidelizzazione. A Pordenone, **Giulia Basso** insiste sul ruolo della relazione: «Ogni giorno ci prendiamo cura delle persone e dei loro progetti». A Trieste, **Paolo Chervatin** ricorda il ritorno verso il porto sicuro dei buoni, soprattutto dopo le crisi bancarie: «Molti clienti nuovi si sono presentati per conoscere la nostra offerta».

Prossimità e bilinguismo

In Alto Adige, **Alvaro Leoni** della Filiale di Bolzano sottolinea quanto il contesto bilingue richieda una particolare attenzione nella relazione con il cliente: «Il risultato sul risparmio nasce da preparazione e corralità. Servono fiducia, competenza e ascolto». Un'idea di prossimità che trova eco anche in Trentino, dove **Lara Sperto** (Filiale di Trento) ricorda il ruolo di Poste nei comuni montani: «La nostra presenza capillare, con gli uffici postali aperti anche nei piccoli centri montani, è un valore distintivo».

Pordenone



Trieste



Udine



CENTRO NORD

Emilia-Romagna, Marche, Toscana e Umbria tra impegno finanziario e umano

I giovani consulenti del Centro Nord: «Che gioia trasformare i Buoni custoditi per 30 anni»

La provincia è una fucina di racconti legati alle famiglie che da sempre credono nel brand Poste: la capacità commerciale di proporre soluzioni semplici e su misura ha rafforzato la fiducia. La responsabile di Lucca Mara Bichisechi racconta i suoi trascorsi da consulente

«Da Ravenna a Faenza, da Lugo a Brisighella, dall'imbianchino al pescatore, dall'insegnante al barbiere, il risparmio postale resta la cassaforte sicura per gli italiani», sottolinea **Marco Cassandra**, responsabile commerciale della filiale di Ravenna. Nella Macro Area Centro Nord, la provincia è disseminata di borghi e attività artigiane, imprenditori e turisti. Racconta **Sisto De Bernardis** (Pisa), di un cliente anziano che teneva tutti i risparmi sul conto per «prudenza», e che dopo diversi colloqui ha accettato un piano di risparmio.

La costruzione di un sogno

Mara Bichisechi (Lucca) racconta di quando, assunta come consulente nel 2021, ha avuto il piacere di rimborsare a scadenza buoni trentennali fatti nel 1991, il suo anno di nascita. «La soddisfazione di quei clienti che con pazienza, fiducia e serenità avevano atteso per tanto tempo la scadenza di quel prodotto e l'entusiasmo di poter trasferire quello stesso prodotto ai propri figli o nipoti li ricordo ancora». Aggiunge **Lucia Laezza** (Pistoia): «Tra aneddoti e storie familiari, la capacità di proporre soluzioni semplici e su misura ha sicuramente rafforzato la fiducia dei risparmiatori del territorio». Nel cuore del Chianti, da Siena **Antonio Maselli**, «spiccano uffici come Gaiole, Murlo, Castellina in Chianti, Montalcino, Montepulciano». «La nostra squadra lavora fianco a fianco con i consulenti, offrendo supporto e idee per valorizzare i prodotti di risparmio», spiega **Stefano Strenga** (Bologna 1). Per **Vincenzo Milazzo** (Bologna 2) le persone «ci affidano i loro risparmi e i loro sogni». Risalendo lungo la via Emilia **Laura Tampieri**, a Modena, aiuta a pianificare il futuro dei clienti «dalla città ai piccoli paesi di montagna», mentre la squadra di Reggio Emilia, sottolinea **Tommasina Porcelli**, «punta all'ascolto per valorizzare il rapporto con i risparmiatori». Per **Gianluigi Martella** (Parma) «tranquillità, sicurezza, semplicità e trasparenza sono elementi imprescindibili». **Carminio Nigro** (Piacenza) ricorda che «il risparmio postale aiuta a costruire i sogni». A Ferrara **Gaetano Giglio** dice: «Ascoltiamo i risparmiatori, li accompagniamo con fiducia e vicinanza». A Forlì **Enrico Tocci**: «Accompagniamo ogni cliente in un percorso di risparmio su misura». A Rimini **Pier Filippo Angelini** sottolinea «la valorizzazione nel

tempo della relazione con i clienti», mentre **Laura Severini** (Ancona) insiste sulla «forza del brand». Per **Katia Domizi** (Fermo) «il buono postale è un prodotto esclusivo». **Davide Rocchetti** (Pesaro) parla di un «unicum nel panorama dei prodotti finanziari». **Sofia Lampa** (Macerata) sente di avere una «missione di fiducia e di orgoglio». **Francesco Marini** (Ascoli) parla di «digitale e consulenza evoluta», mentre **Patrizia Tagliagambe** (Firenze 1) aggiunge l'importanza di saper parlare anche clienti più evoluti. **Marco Bicci** (Firenze 2) sente di offrire «consulenza qualificata, ascolto e prossimità». **Francesco Cicchello** (Prato) sottolinea: «Grazie alla trasparenza diamo serenità ai clienti». Per **Rosaria De Gaetano** (Grosseto) «il risparmio è una scelta inclusiva e utile per lo sviluppo del Paese». **Mirko Fiorentino** (Arezzo) ricorda «storie di generazioni» legate al risparmio mentre **Rocco Fusco** (Livorno) sottolinea «l'impegno quotidiano» della sua squadra commerciale. **Francesco Mele** (Massa Carrara) punta su «semplicità e sicurezza», mentre **Giorgio Cervelli** (Perugia) ha uno slogan: «Il risparmio postale è il miglior Investimento». Chiude **Benedetta Bartoloni** (Terni): «Approccio strutturato, proattivo e orientato al risultato».

Bologna 1



Bologna 2



Ferrara



Rimini



Forlì



Modena



Parma



Piacenza



Ravenna



Reggio Emilia



Ascoli Piceno



Pesaro-Urbino



Fermo



Arezzo



Ancona



Macerata



Grosseto





SICILIA

La presenza capillare di Poste sull'isola ha fatto crescere business e legami

I commerciali della Sicilia: «Con noi i nonni pianificano il futuro dei nipoti»

«Genitori e nonni si rivolgono a noi per il futuro dei più piccoli», spiega Vincenzo Aldo Tiralosi, responsabile commerciale della Filiale di Siracusa. «Il risparmio qui è come un ulivo - spiega Marco Camalò di Palermo 1 - resiste alle intemperie»

Dalla Sicilia arriva un racconto corale che attraversa filiali, territori e generazioni. A Trapani, **Emanuele Morana Buscemi** sintetizza il valore di questo legame: «Le soluzioni di risparmio creano equilibrio e stabilità nei portafogli dei clienti e ne siamo orgogliosi». Un orgoglio condiviso da **Daniilo Testa**, della Filiale Catania 2, che riconosce il ruolo del prodotto simbolo: «Il BFP 100 ha contribuito non poco a far innamorare i clienti del risparmio postale». Il sentimento di orgoglio trova eco a Siracusa: per **Vincenzo Aldo Tiralosi**, il risparmio è quasi un gesto artistico, capace di unire generazioni. «Con il

risparmio i genitori e i nonni, come un mosaico, creano meraviglia per il futuro dei più piccoli», afferma, introducendo una visione che si traduce in episodi concreti ad Agrigento, dove **Giorgia Santino** racconta un momento toccante: un nonno che, mentre sottoscriveva dei Buoni per i nipoti, si è fermato un istante e ha detto: «Un giorno sapranno che il nonno pensava già a loro». Simili emozioni emergono anche a Enna, dove **Ivana Lo Monaco** ricorda una cliente convinta di non avere abbastanza disponibilità per un piccolo dono alla nipote, finché insieme non hanno ritrovato «un vecchio buono che

nessuno ricordava più». Storie antiche e moderne convivono a Ragusa: **Lorenzo Lauretta** vede nella continuità dei risparmiatori una tradizione viva, «da generazioni», passata dai buoni cartacei a quelli digitali. A Caltanissetta, **Antonio Giacchetto** ribadisce la funzione sociale degli strumenti postali. Da Catania 1, **Salvatore Gurrieri** sottolinea la forza di una squadra che punta su «sicurezza e stabilità del risparmio postale, forte di una storia centenaria». Una storia che guarda anche al futuro: per **Pietro Calì** della Filiale Messina 2, i risparmiatori «hanno contribuito alla crescita costante della

nostra nazione». Con progetti di vita che, a Palermo 2, **Salvatore Calderone** vede riflessi nei buoni «a termine o negli ordinari in lire», strumenti che per molti clienti sono stati decisivi. Una metafora evocativa arriva da Palermo 1: «Il risparmio è come un ulivo», afferma **Marco Camalò**, «affonda le sue forti radici nel terreno finanziario e resiste alle intemperie dei mercati». Radici che si intrecciano con il territorio anche a Messina 1, dove **Tiziana Chiarello** sottolinea l'importanza di una presenza capillare: una rete che rende il risparmio postale «motore di inclusione sociale ed economica».

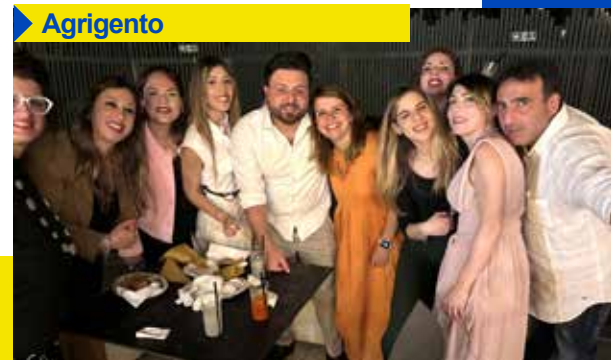
Palermo 1



Palermo 2



Agrigento



Caltanissetta



Catania 1 Città



Catania 2



Trapani



Messina 1



Messina 2



Ragusa



Siracusa



Enna



CENTRO

Dal Molise alla Sardegna i prodotti di Poste accompagnano fin dalla nascita

I commerciali del Centro: «Nei piccoli paesi Buoni fruttiferi per milioni»

A Osidda, un paese di poco più di 200 abitanti della provincia di Nuoro, sono stati sottoscritti buoni fruttiferi per circa un milione, mentre le filiali di Roma, Lazio e Abruzzo registrano risultati record. Un viaggio sulla “mappa” disegnata dai responsabili commerciali

In Molise, prima regione italiana nel rapporto tra abitanti e risparmio postale, c'è chi – trasferitosi a Roma o Napoli – torna nell'ufficio postale del proprio piccolo paese di origine per rinnovare il buono che i genitori avevano sottoscritto tanti anni prima: «La soddisfazione più grande è osservare questo legame affettivo» per **Alessandro Cancelli**, responsabile commerciale della filiale Campobasso, questo «gesto d'amore e di fiducia» diventa «simbolo di continuità e di appartenenza». La stessa cosa avviene a Nuoro: a Osidda, un paese con 212 abitanti, nei primi 10 mesi dell'anno sono stati sottoscritti circa 1 milione di buoni postali, riferisce con orgoglio **Stefania Maiore**, con **Maria Elisa Cogoni** che, a Oristano, evidenzia la natura di «prodotto identitario che accompagna il cliente dalla nascita e per tutta la vita». A Roma, **Carlo Tabolacci** (Roma 1 Centro) sottolinea il rapporto con i clienti: «La nostra squadra punta sulla relazione e sulla fiducia». A Roma 2 Nord, **Simona Russo** celebra il successo del Buono 100, con oltre 46 milioni di sottoscrizioni, «un traguardo straordinario» frutto di passione e coesione. Per **Mauro Ansovini** (Roma 3 Sud) il territorio è «il fortino del risparmio», mentre **Marco Tambolleo** (Roma 4 Est) ricorda che il successo nasce da «fidelizzazione del cliente, sicurezza e flessibilità dei prodotti». A Roma 5 Ovest,

Fabio Ercolani valorizza la capillarità che consente una gestione anticipata delle scadenze. In provincia, **Valeria Fidenzi** (Viterbo) evidenzia il caring verso i clienti più affezionati, mentre **Ornella Gerardi** (Frosinone) ricorda che qui il risparmio postale «fa parte della storia» con 3,5 miliardi di stock. A Latina, **Tamara Iacomini** racconta la doppia anima del territorio: nei piccoli centri la tradizione familiare del buono come dono per i nipoti, nelle città l'inizio di un percorso di pianificazione. **Simone Apolloni** (Rieti) insiste sulla fiducia radicata nelle comunità, e **Giulia Santaroni** (Isernia) ricorda che la provincia detiene il primato nazionale di buoni e libretti per abitante, grazie a un rapporto «basato sull'ascolto». In Abruzzo, **Maria-sole Rizzo** (L'Aquila) parla di una squadra «coesiva», mentre **Ilaria Mosesso** (Chieti) lega i risultati ad «ascolto e competenza». Per **Antonio Del Casale** (Teramo) il risparmio postale resta uno strumento che ha accompagnato la crescita del Paese, e **Alessandra Di Francesco** (Pescara) mette al centro la consulenza dedicata. Si chiude in Sardegna con **Patrizia Marras** (Cagliari), che ricorda il contributo del risparmio postale allo sviluppo civile ed economico, e **Andrea Casula** (Sassari), che punta su forza e affidabilità per salvaguardare i risparmi dei clienti.

Roma 1 Centro



Roma 2 Nord



Roma 4 Est



Roma 3 Sud

Roma 5 Ovest

Rieti



Viterbo



Frosinone



Campobasso



Isernia



Latina



L'Aquila



Chieti



Teramo



Pescara



Cagliari



Sassari



Nuoro



Oristano



SUD Nelle storie raccontate dai responsabili dei team c'è l'essenza del loro lavoro

La squadra del Sud: «Con noi centinaia di clienti di generazione in generazione»

Il buono in lire regalato dal nonno e usato per acquistare la prima automobile è solo uno dei tanti esempi del legame tra Poste e le famiglie che si affidano a noi per realizzare i loro progetti. E alle quali bisogna rispondere sempre con empatia

C'è la storia raccontata da **Angelo Leuci**, Responsabile Commerciale di Filiale ad Avellino, in cui un cliente «grazie al primo buono, acquistato nel 1910, ha comprato un terreno, base per crescere i suoi cinque figli. Oggi un suo discendente è imprenditore di una grande azienda agricola e perpetua il rito del risparmio». E c'è la storia di una famiglia raccontata da **Carlo Santillo**, RCF a Benevento: «Erano storici commercianti beneventani legati a Poste Italiane sin dagli Anni '40. Il capostipite già nel secondo dopoguerra affidò i propri risparmi a Poste, con il sostegno della moglie. Nel 2003, durante l'inaugurazione dell'ufficio BN3, fu invitato come cliente storico e premiato con una targa di fedeltà. Nel 2013 sua nipote, oggi avvocato, ha riscosso un buono da 1 milione di lire regalato dal nonno, acquistando così la sua prima auto».

Gli incontri con i clienti

Quello degli RCF è un patrimonio di storie che includono anche i risultati raggiunti. Come quelli citati da **Sara La-storia**, Napoli 1: «La nostra filiale ha un patrimonio in buoni di 1,942 milioni su 503 clienti. Sono 390mila i clienti possessori di Libretto di Risparmio, pari al 71% del totale». O da **Nadia Loliva**, Bari, la quale afferma che «con l'ultima emissione del Buono 100 la filiale ha raccolto 114 milioni in due mesi», e da **Marco Mannarino**, Cosenza: «Oltre il 63% del patrimonio complessivo della filiale è impiegato in buoni postali e libretti». Risultati che secondo **Margherita Lops**, Foggia, derivano dal fatto che «buoni e libretti raccontano una storia di fiducia costruita negli anni, accompagnando nel tempo generazioni di risparmiatori». Il tutto caratterizzato dalla «storica cultura del risparmio degli italiani», evidenzia **Christian Valenzisi** da Vibo Valentia. Un successo spiegato dagli RCF: **Giuseppe Mazzocchi** da Salerno specifica che «i clienti apprezzano molto gli incontri organizzati prima della scadenza dei

Napoli 1



Napoli 2 Ovest



Salerno



buoni» e **Vincenzo Longobardi Esposito Cesariello**, Caserta 2, aggiunge che alla base ci sono i valori «che da sempre ispirano gli italiani: fiducia, sicurezza e futuro». **Maria Gabriella Lombardo** (Reggio Calabria) segnala l'importanza di proporre «prodotti ad hoc» e, assicura **Michela Bianco** da Caserta 1, la chiave è rappresentata da «organizzazione e professionalità», cui segue «l'ascolto» citato da **Giovanni Gradilone**, Castrovillari.

Piccoli grandi sogni

Luigi Serio (Catanzaro) parla di «consulenza qualificata», mentre **Simona Leo** (Matera) cita il «clima familiare» sul territorio, e **Salvatore Saporito** (Crotona) di «consulenza mirata». **Saverio Fredella** (Potenza) si sofferma su «segmentazione e priorità dei clienti, offerte commerciali mirate, attività di formazione e supporto alla rete vendita», e **Carlo De Laurentiis** (Taranto) sul fatto che i clienti «considerano libretti e buoni postali degli elementi fondamentali nella gestione delle proprie finanze». Non a caso «abbiamo clienti che ci seguono da

Caserta 1



Benevento



Napoli 3



Caserta 2



Sala Consilina



Avellino



Castrovillari



Cosenza



Crotone



Catanzaro



Vibo Valentia



Reggio Calabria



Brindisi



Foggia



Taranto



Lecce



generazioni», sottolinea **Bianca D'Ambrosio** della Napoli 2. Un legame forte: «Siamo spesso testimoni dell'inizio della realizzazione di piccoli, grandi sogni - spiega **Rosa Iovino**, Napoli 3 - dall'acquisto di una casa all'automobile nuova, passando per un impegno futuro o semplicemente una riserva di sicurezza». Lo conferma anche **Marika Cucciniello**, Sala Consilina: «Sosteniamo con fiducia la realizzazione di progetti di vita importanti». Senza dimenticare nessuno, evidenzia **Gian Luca Greco** (Lecce), secondo cui «agiamo empaticamente con tutti, dal piccolo risparmiatore al cliente con un patrimonio cospicuo, fino a chi è multibancarizzato». Per dirla con le parole di **Rafael Amedeo De Donatis** (Brindisi), quelle degli RCF sono «storie di riconoscenza che ci rendono orgogliosi ogni giorno».

Bari



Potenza

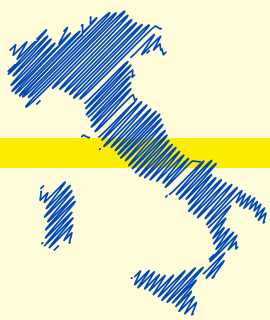


Matera





In viaggio
per incontrare
tutta l'Italia
di Poste



L'Italia di Poste

Il Centro operativo di via Dalmazia fulcro dell'e-commerce

Brescia, il recapito vola: «Da qui facciamo partire 30mila pacchi al giorno»

I collegamenti diretti con i magazzini Amazon del Nord Italia e con il vicino aeroporto sono gestiti da una macchina di oltre 240 persone che assicurano qualità al top

Quando si parla della rete di distribuzione della provincia di Brescia non si può fare a meno di sottolineare la sua complessità: ci troviamo nella quinta provincia d'Italia per numero di abitanti, la seconda della Lombardia. Ma anche nella provincia più estesa della regione con tre laghi, tre valli a nord e un'ampia zona pianeggiante a sud, con varie zone collinari che circondano il panorama cittadino. A questo quadro già complesso si aggiunge la presenza dell'Hub di Montichiari, l'infrastruttura strategica di Poste - a 24 km dal centro di Brescia - che consente la consegna dei pacchi e-commerce entro le 24 ore su tutto il territorio nazionale. Cuore pulsante dell'attività di Poste nella provincia di Brescia è il centro operativo di via Dalmazia, che riceve il prodotto da Milano Peschiera Borromeo, Milano Roserio e Verona, nonché dai sette grandi centri Amazon del Nord Italia per poi smistarlo già lavorato verso i 19 centri di distribuzione e 27 presidi di distribuzione della provincia, oltre che (extrabacino) verso l'hub di Montichiari con dieci collegamenti al giorno, da dove partono i pacchi diretti in Calabria, Sicilia e Sardegna. Questa enorme macchina è portata avanti



Il team del CO di Brescia

da 241 risorse, come spiega **Rino Collura**, responsabile del CO, durante il forum organizzato con il Direttore di Postenews Giuseppe Caporale. Nei primi nove mesi del 2025 sono 7 milioni i pezzi, di cui è referente **Immacolata Ascione**, accettati e immessi nel circuito postale per i Grandi Clienti (tra cui 295mila atti giudiziari spediti in tutti i comuni d'Italia), mentre sono 9.500 i pacchi che ogni giorno viaggiano verso gli altri CD e 19.500 quelli destinati a Montichiari. «Da gennaio

a settembre 2025 - precisa **Valentino Nastasi**, responsabile turno - sull'impianto sono stati smistati 5.459.777 pacchi, di questi 3.650.289 avviati all'hub di Montichiari e 1.809.488 successivamente al primo smistamento su impianto, ripartiti poi al portalettiere manualmente al primo piano dagli operatori del CO Reparto Accentramenti». Un impegno corposo che, in termini qualità si traduce nel 78% degli indicatori positivi su un target del 70% e su un lean scorecard del 79%. Per il 2025 inoltre sono stati avviati 30 progetti di miglioramento con una previsione di saving complessivo di oltre 500mila euro.

Le immagini del forum con Postenews



Pasquale Alemanno



Matteo Andreassi



Pietro Arena



Immacolata Ascione



Andrea Beddoni



Romina Biondo



Gaetano Collotta



Rino Collura



Emanuel Conforto



Stefania D'Alba



Silvia Dalla Villa



Erika Dentella



Elena Fanti



Francesco Lauretti



Laura Martinelli



Valentino Nastasi



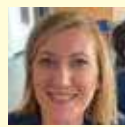
Simona Quarella



Paola Raffaini



Emanuele Sberna



Franca Sivo



Miriam Spinoso



Maddalena Tantillo



Giuseppe Tramontana



Luca Vano

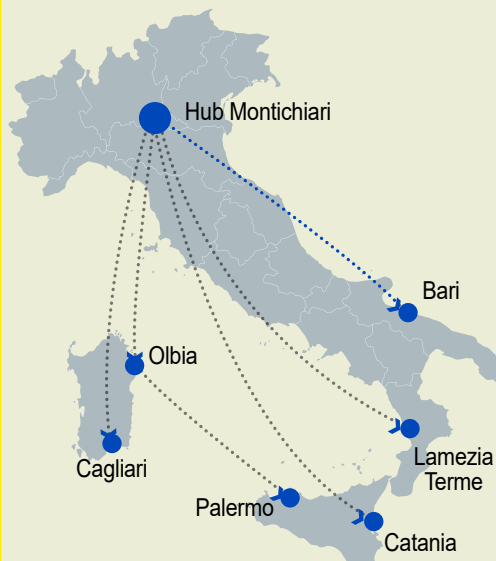


Antonino Emanuele Vinci



Un momento del forum organizzato da Postenews a Brescia

Le rotte di Poste Air Cargo



- 22.00 Brescia Montichiari-Catania
- 23.30 Brescia Montichiari-Bari*
- 00.30 Brescia Montichiari-Olbia-Palermo
- 00.35 Brescia Montichiari-Lamezia Terme
- 00.40 Brescia Montichiari-Cagliari

*(prodotto non lavorato dal CO di Brescia)

In volo da Montichiari, boom di spedizioni

Dal 2019 oltre 57 milioni di pacchi trasportati verso Sicilia, Sardegna, Calabria e Puglia

L'hub postale presso l'Aeroporto di Montichiari, attivo dal 2007, è un nodo strategico della rete Poste Air Cargo e impiega personale aeroportuale con supervisione e presidio di Poste Italiane. L'hub garantisce collegamenti rapidi con il Sud Italia e le isole, ottimizzando la logistica notturna e sostenendo l'espansione dell'e-commerce. Dal 2019 a oggi i pacchi sono stati oltre 57 milioni, con una crescita che nel 2024 è stata del 32% rispetto al 2023. Grazie alla sua posizione e infrastruttura, consente consegne entro 24 ore su tutto il territorio nazionale, come conferma la testimonianza di **Gaetano Collotta**, capo settore operativo hub Montichiari del CO di Brescia: «Nei primi nove mesi del 2025 sono transitati e avviati dall'Hub più di 5.000.000 di pacchi per le quattro destinazioni: Sardegna, Sicilia, Calabria e Puglia». Da precisare che il prodotto per la Puglia, proveniente da Cagliari insieme a 940.500 kg di Posta J1, non viene lavorato dal Centro operativo di Brescia ma direttamente trasbordato nell'hub.

Media PZ/GIORNO Pacchi TRANSITATI IN HUB

Sardegna	Sicilia	Calabria	Puglia
7.402 pz/g	7.989 pz/g	3.822 pz/g	9.058 pz/g
Quota lavorata al CO Brescia e poi inviata all'HUB MNT			Quota lavorata direttamente in HUB



Merci ai raggi X, ecco gli addetti abilitati

Dall'agosto 2025, all'interno del CO di Brescia, viene effettuata la radiogenatura dei pacchi che devono essere caricati sui voli di Poste Air Cargo. Questo comporta un risparmio economico per l'azienda. Il personale ha infatti superato un percorso di certificazione Enac per svolgere questa attività sui pacchi lavorati per la Sardegna, la Sicilia e la Calabria. **Francesca Rametta** e **Francesca De Marco** sono due tra i pochi dipendenti che possono operare nell'area radiogeno. Quando viene individuato materiale non idoneo al trasporto aereo, si attiva la procedura di segnalazione e registrazione; qualora non vi siano impedimenti, viene "dirottato" su gomma nel rispetto delle norme ADR. La percentuale del prodotto radiogenato è di circa il 69%.



Francesca Rametta



Francesca De Marco

La Ram 4 della Lombardia: «Così motiviamo i più giovani»

Dalla Panda 4X4 che sale fino al Passo del Tonale, all'estremità nord della provincia, ai paesini delle valli dove tutti si chiamano allo stesso modo, il recapito gestito dalla RAM 4 della Lombardia, che ha sede in via Dalmazia a Brescia, comprende un territorio composto da 205 comuni e 1.263.000 abitanti. «Dal CO partono 7.100 pezzi al giorno di posta indescritta e 33mila pezzi di posta registrata, complessivamente abbiamo 588 articolazioni e una flotta per il 39% green, con 189 auto, 173 tricicli e 101 furgoni», sottolinea il responsabile **Andrea Beddoni**. Le risorse totali sono 846, aggiunge la responsabile RUO **Franca Sivo**, evidenziando il cambio generazionale in atto che ha portato l'età media a 39 anni. Ogni persona, con la sua storia: da **Giuseppe Tramontana**, il responsabile del CD di Salò appartenente a una "dinastia" di postali, che ricevette la chiamata di Poste nel 2005 mentre faceva la guida turistica in Estonia, a **Silvia Dalla Villa**, che parte ogni giorno dal PDD di Adro verso le cantine del Franciacorta, dopo un'esperienza da estetista conclusa prima del Covid, dalla giovane siciliana **Maddalena Tantillo**, arrivata al nord per cercare fortuna insieme al fidanzato, a **Stefania D'Alba**, la portalettere del centro di Brescia, orgogliosa di consegnare la posta nel quartiere dove è cresciuta. E poi **Emanuele Vinci**, originario di Marsala, specialista sicurezza sul lavoro della Ram di giorno, musicista specialista in fagotto di notte. Un'orchestra che suona alla perfezione, secondo la responsabile Produzione della Ram **Erika Dentella**, rimasta portalettere nell'animo: «Quando fai bene il tuo lavoro nessuno può contestarti nulla, abbiamo 800 risorse tutte ben volute, specialmente nei paesi di montagna. L'esperienza del Covid ci ha unito, io cerco di essere presente e di avere un contatto con tutte le persone almeno una volta alla settimana. Cerco di trasmettere la "voglia di posta" soprattutto ai ragazzi più giovani».



Storie

«Mio nonno e la posta per le famiglie dei soldati»

In azienda dal 1998, Matteo Malaghini, responsabile Qualità della Ram 4 Lombardia, proviene da una lunga storia postale: «Tutto è cominciato da mio nonno Luigi, poi è toccato a mio padre e ai miei zii e nipoti». Matteo ha sempre respirato posta: «Mio nonno ci raccontava che durante la seconda guerra mondiale faceva il postino nella parte vecchia di Mantova e cercava di non fare rumore quando saliva gli scalini in legno e non aveva lettere da dare alle famiglie che avevano soldati al fronte: gli dispiaceva dire "oggi non è arrivato niente"».



Matteo Malaghini



Luigi Malaghini

CD Boario Terme



CD Breno



CD Brescia Dalmazia



CD Chiari



CD Edolo



CD Iseo



Il team del CD di Lumezzane con il nostro giornale

CD Rezzato



CD Leno



CD Salò



CD Ghedi



CD Montichiari



CD Rivoltella



CD Rovato



CD Palazzolo



CD Verolanuova



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Un bacino di circa un milione di abitanti servito da 142 uffici postali e 558 persone

Brescia 1 e il cliente che investe un milione di euro nel Buono100

Nella top ten nazionale per l'Opzione Risparmio, la Filiale si distingue per gli ottimi risultati conseguiti nella nuova liquidità che le hanno permesso di chiudere il 2025 con un patrimonio di 5 miliardi. Anche in provincia gli uffici postali fanno il pieno di portafogli dinamici

Patrizia Palumbo, oggi direttore dell'ufficio postale di Brescia 8 nella zona nord della città, ha iniziato 27 anni fa dal telegrafo prima di diventare sportellista, poi consulente finanziaria e poi ancora venditrice mobile e Dup. Non le era mai capitato però che, dopo aver presentato l'opzione risparmio a un ragazzo di 20 anni al suo primo impiego, il cliente tornasse accompagnato dalla madre: «Ci ha chiesto di spiegarle l'offerta, ha versato immediatamente un assegno di 500 euro al figlio e, lei che non aveva alcun rapporto con Poste, ha aperto a sua volta il libretto insieme al marito». È così che si crea valore e si educano i più giovani al risparmio ed è così che si acquisisce nuova liquidità, facendo crescere il patrimonio, nella Filiale di Brescia 1. Gli under 30 difficilmente vengono in ufficio postale, se non per attivare la Postepay: l'Opzione Risparmio consente di abbinare il libretto a condizioni favorevoli. «È un'offerta su cui puntiamo molto e che sta portando ottimi risultati, visto che siamo tra le prime dieci filiali d'Italia», spiega il Direttore – da gennaio 2025 – della Filiale **Daniele Dolcezza**, illustrando i risultati del suo team e dei 142 uffici postali, distribuiti tra il capoluogo e una parte della provincia, durante il Forum organizzato con il Direttore di Postenews Giuseppe Caporale. «Alla nostra Filiale fa riferimento un bacino di 200mila abitanti nel comune di Brescia e oltre 800mila nella provincia – spiega Dolcezza – La nostra



Il team della Filiale di Brescia 1

Il DF Daniele Dolcezza:
«La concorrenza delle banche qui è ancora fortissima»

4,9 Mld/€ PATRIMONIO

CLIENTI
Portafogliati

116 K



PATRIMONIO (Mld/€)

Private

0,5

2,6

Affluent

«Un nuovo cliente ha investito 200mila euro dopo averci conosciuto per fare lo SPID»

«Il valore che diamo ai nostri clienti dipende dal valore che diamo a noi stessi», afferma **Alessio Chiavacci**, neodirettore dell'ufficio postale di Brescia 11. «È importante capire i ruoli per poi gestire un cambio di paradigma della vendita, parlando con i colleghi che sono i confidenti dei nostri clienti. L'ufficio postale è un microcosmo dove tutto viene raccontato e che è lo specchio della società. L'evoluzione digitale non è stata semplice in questi anni: lo Spid, per esempio, sembrava qualcosa di inarrivabile per i clienti senior ma col tempo è diventato uno strumento di crescita: porto il caso di un cliente che non aveva nessun rapporto con Poste e che, dopo essere stato seguito per lo Spid, ha portato nuova liquidità per 200mila euro».



Alessio Chiavacci

142

UFFICI POSTALI

14

PUNTO POSTE CASA & FAMIGLIA

6

MIFID A1 RELAZIONE

27

MIFID A2 CON SALA

30

MIFID A2 NO SALA

35

BASE B

30

BASE MONO OPERATORE

Le immagini del forum con Postenews

Martina
CalioSara
CampanelliSonia Esilda
ConaDaniele
DolcezzaAndrea
GiordaniGiuseppe
IariaMarialena
ManzoniAntonio
MurLorenzo
NerettoBenedetta
PadovaniPatrizia
PalumboMicaela
PremoliMariagrazia
Sgroi

La riunione
con
Postenews
presso
la Filiale di
Brescia 1



è una provincia dove la concorrenza delle banche è fortissima, con 608 sportelli, anche se nei comuni più piccoli gli istituti di credito tendono a chiudere. Noi rispondiamo con 558 persone». Un «esercito» che nel 2025 ha portato alla Filiale 5 miliardi di patrimonio, anche grazie all'energia dei consulenti, che per il 60% hanno meno di 40 anni, e all'attivazione del servizio Premium in un'area fortemente industrializzata e caratterizzata dalla presenza di colossi imprenditoriali, come Beretta e Iveco, e di numerose startup consolidate. «Negli ultimi cinque anni – precisa la responsabile Risorse Umane **Stefania Vivaldo** – la Filiale ha avuto un ricambio generazionale del 20%. C'è una maggiore sensibilità nei confronti del cliente esterno».

La relazione con i clienti

I clienti della Filiale di Brescia sono 366mila, di cui 116mila con portafoglio dinamico: «Il risparmio postale è uno dei prodotti principali che ci permette di andare ad attaccare la liquidità nel patrimonio bancario – spiega il responsabile commerciale **Andrea Giordani** – Sul Buono 100, dedicato alla nuova liquidità, la Filiale Brescia 1 ha incassato 60 milioni con 3.800 contratti, subito dietro Milano e Torino nella Macro Area Nord Ovest». Tra i nuovi clienti c'è stato anche un imprenditore del ramo servizi che ha investito 1 milione nel Buono 100, in un ufficio postale della provincia a ridosso del Lago di Garda. «Dietro i numeri c'è la relazione con i clienti, solo tramite la fiducia si riesce ad acquisire liquidità», sottolinea il Dup del quartiere bresciano di Mompiano **Giuseppe Iaria**. Il suo ufficio è cresciuto del 12,7% nel risparmio facendo fronte anche agli imprevisti: «Un cliente premium ha portato via quasi 3



Il Palazzo delle Poste di Brescia, sede dell'ufficio postale di Brescia Centro

milioni per investire su un titolo bancario, perché, prima del mio arrivo, l'ufficio era stato senza direttore per sei mesi. Parliamo di un cliente ultraottantenne, ex dirigente di un'importante azienda, che ha guadagnato molto anche in Borsa. È tornato in ufficio per risolvere un problema con la sim, è stato aiutato e piano piano è tornato a investire in Poste». La relazione con il cliente è fondamentale

anche per **Sara Campanelli**, consulente finanziaria di 33 anni, che racconta il caso di una cliente colpita dall'Alzheimer: «Con il marito abbiamo dovuto fare molte operazioni, ha riposto in me molta fiducia e siamo riusciti ad anticipare un bisogno che purtroppo di lì a poco sarebbe diventato un problema». **Martina Calio**, 28enne consulente dell'ufficio postale di Brescia 15, analogamente, ha

Ben 82 gli UP coinvolti nel progetto Polis: «I cittadini sono molto soddisfatti dei servizi»

coinvolto il figlio di un cliente facoltoso nella gestione delle scadenze del risparmio postale e delle polizze.

La gestione operativa

Il presidio di Poste Italiane nella provincia di Brescia si realizza anche nell'attuazione del progetto Polis. A fine piano saranno 82 su 122 gli uffici postali dove si potranno richiedere i certificati della pubblica amministrazione, come spiega la responsabile Gestione operativa della Filiale di Brescia 1 **Sonia Esilda Cona**: «Il progetto Polis ha reso l'ufficio postale un ponte tra le istituzioni e Poste Italiane e i nostri Dup accompagnano i clienti in questa trasformazione. In particolare, con i percorsi per neo Dup e neo osp stiamo accompagnando i nostri colleghi e i clienti ad avvicinarsi e migliorare le competenze e soluzioni digitali». **Micaela Premoli**, direttore monoperatore di Berlingo, conferma i benefici di Polis per i 4.000 abitanti del paese: «Sembrerà un dettaglio, ma le nuove sedute ribassate sono fondamentali per i clienti più anziani e con problemi motori. C'è chi ha firmato contratti luce e gas e chi ci ha portato un patrimonio da 200mila euro, arrivando da altri paesi della provincia. Dall'anno prossimo – conclude – faremo anche i passaporti, i cittadini sono molto contenti».

Anziani cardless e mamme senza fila la rivoluzione digitale è allo sportello

L'evoluzione digitale ha cambiato la vita delle persone anche nei piccoli centri. Lo testimonia l'esperienza di **Maria Stella Ciro**, direttrice dell'ufficio postale di San Pancrazio, frazione del Comune di Palazzolo sull'Oglio, che ha aiutato un cliente 80enne che aveva dimenticato il portafoglio a casa a scaricare l'app e a effettuare dei pagamenti senza necessità di utilizzare la carta fisica. **Martina Roversi**, Osp di Nuvolera, spiega come le prenotazioni digitali abbiano migliorato la relazione con una mamma lavoratrice che non riusciva mai a svolgere le operazioni allo sportello e che ora viene servita sempre per prima alle 8.20 spaccate. «La digitalizzazione è empatia, velocità e sicurezza che si traduce in efficienza del servizio e in inclusione sociale».



Maria Stella Ciro



Martina Roversi

«MIPA offre servizi strategici alla DAC colosso della distribuzione alimentare»

Francesco Bessio, che gestisce le grandi aziende della provincia bresciana per MIPA, racconta un esempio della vicinanza di Poste Italiane al territorio bresciano che riguarda la DAC, società con sede nel comune di Flero e leader in Italia nella distribuzione del cibo verso la GDO con un fatturato vicino al miliardo di euro nel 2024, nonché la principale azienda bresciana tra quelle non siderurgiche. «Con il nostro supporto – spiega Bessio – i circa 150 agenti della DAC possono versare i contanti incassati sulla rete degli uffici postali di tutta Italia, e negli anni la collaborazione tra i gruppi è cresciuta con altri servizi finanziari quali le carte corporate o la gestione di alcuni rimborsi».



Francesco Bessio

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

In un contesto di progressiva desertificazione bancaria Poste è un presidio per il territorio

La Filiale delle Valli vale 3,7 miliardi la mappa del patrimonio di Brescia 2

In una provincia estesa, disseminata di piccoli centri e complessa dal punto di vista orografico, gli uffici postali non hanno mai lasciato soli i cittadini garantendo servizi, assistenza e ora anche i certificati del progetto Polis: «Gli istituti di credito chiudono, noi ci siamo sempre»

La chiamano la Filiale delle Valli, comprende un territorio che si estende su quasi 400 km quadrati, con 104 comuni e una popolazione di 133mila abitanti, e vanta un patrimonio di 3,7 milioni di euro. Al secondo piano dello stabile di via Dalmazia, a pochi passi dalla stazione ferroviaria, si trova la sede della Filiale Brescia 2, attualmente guidata ad interim da Giovanni Accusani, Responsabile Macro Area di Mercato Privati. Ad accoglierci, in occasione del Forum con il Direttore di Postenews Giuseppe Caporale, è il responsabile Gestione Operativa di Filiale **Pierpaolo Corradi**, che ci presenta le coordinate geografiche: «Abbiamo tre valli, tre laghi e un'infinità di piccoli centri. Basti pensare che dei nostri 122 uffici postali, 63 sono monoperatore, 23 base e abbiamo 61 Polis, a cui se ne aggiungeranno altri 17 nel 2026».

La presenza nei piccoli centri

Per chi si occupa di gestione operativa avere tanti uffici monoperatore significa l'impegno di tenerli aperti tutti i giorni, anche in luoghi come Ponte di Legno, all'estremità nord della provincia sul passo del Tonale, e Monte Isola, nel bel mezzo del Lago d'Iseo. Zone dove la presenza di Poste è fondamentale, tanto più se raffrontata alla progressiva desertificazione bancaria. Gli istituti di credito sono andati via da Milzano, Polpenazze del Garda, Vezza d'Oglio, Esine, Malonno e Biennio, per citare i solo i casi più recenti dove le banche non ci sono più e Poste sì, spesso e volentieri anche con i servizi del progetto Polis. **Rachele Grasso**, specialista consulente finanziaria a Bienno, conferma: «La banca



Una foto di gruppo della Filiale Brescia 2 in un momento di convivialità

si è trasferita in un altro comune, molti dei suoi clienti non l'hanno seguita e hanno preferito restare nel proprio paese e spostare i soldi da noi». Laureata in lingue e letterature moderne e assunta a dicembre 2024, Rachele è una rappresentante del cambiamento generazionale in atto e della predominanza di donne (71%) all'interno di Brescia 2. Le figure commerciali, in particolare, sono per il 52% sotto i 40 anni, come spiega la responsabile Risorse umane **Stefania Vivaldo**.

Una chiave "speciale"

Per aprire tutti i giorni tutti gli uffici disse-

minati per la provincia di Brescia, la Filiale ha adottato due contromisure: la prima è quella di effettuare alcune assunzioni mirate di personale del luogo, in grado quindi di intervenire tempestivamente in caso si renda necessaria una sostituzione nell'ufficio postale del proprio paese. La seconda, che sta per partire, riguarda le chiavi meccatroniche, già previste per 86 uffici: da remoto, la filiale è in grado di abilitare l'apertura di un ufficio invece di un altro, dà quindi la possibilità di programmare quotidianamente i profili di accesso su ciascun ufficio postale e di ciascun utente e di

poter assegnare, abilitare e disabilitare specificamente, anche solo temporaneamente, ogni singola chiave, con evidenti vantaggi nelle situazioni di passaggio di consegne; disabilitazione in tempo reale di chiave smarrita o sottratta; nessuna necessità di denuncia; semplificazione nella redazione dei registri e dei verbali cartacei; possibilità di affidare le chiavi in sicurezza agli addetti alle pulizie e manutenzione o al personale di vigilanza; facilità di utilizzo in emergenza delle chiavi di accesso per il soccorso in caso di malore del dipendente monoperatore o operante come tale.

Le immagini del forum con Postenews



Pierpaolo Corradi



Riccardo Frassine



Rachele Grasso



Marilena Leogrande



Il forum di Postenews con la Filiale di Brescia 2



Daniela Lussana



Antonino Messina



Simona Ramponi



Maria Richini



Sara Rizzi



Paoletta Tiné



Stefania Vivaldo

«Ho aiutato un cliente con l'app: dopo una settimana è tornato per investire»

«Sono entrato nel mondo Poste un po' per caso e un po' per tradizione di famiglia. Poste ha un lato economico finanziario ma anche un lato sociale, che per me è sempre stato molto importante. Così, persone che sono entrate in ufficio postale e sono state aiutato a fare lo Spid o per chiedere aiuto sull'app hanno deciso di affidarci i loro risparmi».

Francesco Tramontana, Dup di Bagolino dal 2022, nella Valle Sabbia, poco distante dal Lago di Idro, respira Poste da quando è nato e sa bene quello che serve ai clienti: «Cerco di aiutare le persone e creo contatti con loro: una settimana fa è venuta una cliente che era venuta a gestire l'app sul tablet, abbiamo risolto tutto e dopo una settimana è tornata a portarci 90mila euro, sfruttando anche le promozioni attive sulla nuova liquidità. È la dimostrazione che commerciale e sociale con Poste possono andare sulla stessa strada».



Francesco Tramontana

La sfida del passaggio generazionale I 260 clienti milionari e una **best practice** che guarda al futuro

In alcuni UP un singolo può pesare fino al 10% del patrimonio:
«Cerchiamo di costruire in anticipo un rapporto con gli eredi»

Quando si parla delle valli bresciane comprese nell'area della Filiale di Brescia 2 bisogna fare i conti – è il caso di dirlo – con un territorio ricco, che si divide tra una forte vocazione turistica e una consistente presenza di imprenditori. Per non parlare di chi, rientrato dall'estero, magari dalla Svizzera, ha portato capitali nelle casse locali, non solo quelle di Poste Italiane. In molti casi il problema è la gestione del passaggio generazionale, come spiega **Sara Rizzi**, direttrice dell'ufficio postale di Borno. Gli eredi non sempre hanno rapporti con Poste e non sempre hanno voglia, disponibilità e tempo per interessarsi al futuro. Per ovviare a questa dinamica molto presente nella Filiale di Brescia 2, che conta 442 clienti con un patrimonio superiore a mezzo milione di euro, **Alberto Ferraro**, da un anno responsabile commerciale di Filiale, ha messo in campo una nuova attività che è stata apprezzata anche a livello di Macro Area: «Il passaggio generazionale è un aspetto molto delicato del nostro lavoro. Abbiamo cominciato selezionando i circa 260 clienti della filiale che hanno oltre un milione



A sinistra Sara Rizzi, Dup di Borno



Alberto Ferraro

di euro in Poste. Su questi nominativi cerchiamo di capire chi sono gli eredi e se hanno un rapporto con noi. Qualora non lo abbiano cerchiamo di costruirlo chiedendo al cliente di presentarceli». Esemplare è il caso di un cliente ultraottantenne multibancarizzato con un patrimonio di 12 milioni, che pesa per il 10% sul patrimonio dell'ufficio postale.

«Convinco i clienti a rimanere con noi»

Marilena Leogrande,

pugliese trasferita in Val Camonica oltre 20 anni fa dopo la laurea in giurisprudenza, è oggi la Dup di Concesio: «Da ragazzina, vedevo la direttrice del mio paese con uno splendido tailleur turchese e desideravo essere come lei». Concesio vanta un patrimonio di 102 milioni di euro su una popolazione di 15mila abitanti. «Due anni fa, quando sono arrivata, era di 92 milioni, l'ho fatto crescere di 10 milioni», sottolinea Marilena raccontando un successo: «Un cliente che voleva portare via un milione di euro, l'ho invitato più volte in ufficio e l'ho convinto a rimanere: siamo riusciti a sottoscrivere un prodotto Gold di Ramo 3 da 500 mila euro con un tasso interessante, gli altri li ha investiti in buoni».



UP Concesio

«Avevo altre opportunità Poste la scelta migliore»

Concesio, Marcheno e ora Lumezzane: da dicembre 2023, la specialista consulente finanziaria **Erminia Maria Giunta** ha già avuto modo di esplorare l'attività di diversi uffici postali.

«Ho ricevuto proposte anche da altre aziende di rilevanza nazionale ma la mia scelta è stata abbastanza convinta, anche grazie a mia madre che ha un'esperienza positiva con Poste». A Lumezzane, Erminia Maria si trova a che fare con gli imprenditori dalla mentalità tradizionale: «È molto difficile farli venire in ufficio postale, perché sono clienti bancarizzati e molto impegnati sul lavoro. Ci interfacciamo prima con le mogli che hanno i prodotti postali. Il mio primo cliente facoltoso ha portato diversi capitali ma prima mi ha voluto conoscere, abbiamo sottoscritto una polizza che sta andando bene».



Erminia Maria Giunta

UP Salò



UP Breno



UP Gardone Val Trompia



UP Lumezzane



UP Bienno



UP Erbanno



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Con 8,8 miliardi la Filiale è la più “patrimonializzata” del Nord Est e ai primi posti in Italia

Nella ricca e industrializzata Treviso Poste non teme la concorrenza

Al contrario di altre zone del Paese le banche qui sono molto presenti sia come numero di sportelli sia come reti di agenti:

nonostante questo, i risultati commerciali dell'azienda sono in continua crescita, anche grazie all'attività di sette consulenti premium

Treviso, ufficio del Direttore di Filiale, **Eraldo Serino**. Sulla parete un quadretto, scritto con penna stilografica, con una data e una dedica: “16 luglio 1915. Agli impiegati telegrafici di Treviso, Vi ringrazio di cuore per il vostro gentile pensiero”. A testimonianza evidente della storia che è racchiusa in queste mura e in questa sede, c'è la firma in calce: Guglielmo Marconi, l'uomo che a 25 anni, nel 1899, ha rivoluzionato la comunicazione con l'invenzione del telegrafo. «Treviso è una realtà ricca di storia – conferma Serino durante l'incontro con il nostro giornale, alla presenza del direttore di Postenews Giuseppe Caporale – anche dal punto di vista economico: è un territorio molto vasto di 2.500 kmq con 94 comuni dove Poste è presente con 185 uffici postali. La Filiale ha un patrimonio di 8,8 miliardi, è la più “patrimonializzata” del nordest e una delle top in Italia: «Su un totale di 877mila abitanti, Poste ha 43mila clienti gestiti attraverso 117 portafogli» spiega ancora il DF, chiarendo che la percentuale di clienti è più bassa che altrove, perché qui «c'è ancora molta concorrenza da parte delle banche, sia come numero di sportelli sia come reti di agenti». Soprattutto, la Filiale di Treviso è una realtà dinamica che negli ultimi anni è in continua crescita: «Siamo in rank 1 come media pesata di commerciale e gestione operativa da aprile di quest'anno, la crescita del patrimonio – dal 2023 al 2025 – è di quasi il 4 per cento. E su Gestione Operativa i KPI sono tutti in crescita e tutti positivi» chiarisce Serino.

Tanti giovani, un segnale di sviluppo

La Filiale ha oltre 650 risorse, l'età media è di 45 anni mentre tra i consulenti scende a 36 anni (27 anni è quella tra gli specialisti in apprendimento), il 65% del totale è donna. «Abbiamo ottimi risultati dai KPI di Gestione Operativa – ribadisce la Responsabile Gestione Operativa **Ester Polizzi** - Siamo la

La Filiale di Treviso



Guglielmo Marconi



La dedica di Guglielmo Marconi agli impiegati telegrafici di Treviso datata 16 luglio 1915 e conservata in filiale

seconda filiale di macroarea dopo Udine e al 5° posto a livello nazionale. La mia squadra è composta da 17 persone, che presidiano con me tutti gli indicatori di qualità». Vengono serviti 12.800 clienti al giorno sulla Filiale con un tempo di attesa medio di 6,5 minuti mentre i dati consolidati delle prenotazioni digitali, nel confronto tra 2024 e anno in corso, fanno segnare un lusinghiero +19%. «I dati della peditività degli uffici postali – spiega ancora Polizzi – evidenziano una decrescita, cambiata anche per effetto della possibilità di fruire in modo digitale. Ma è comunque una tendenza mista». «Siamo la filiale più popolosa del nord est, insieme a Padova - aggiunge **Michele Corradi** di Risorse Umane - Negli ultimi anni qui c'è stata una grande evoluzione e un abbassamento dell'età media: ad esempio, abbiamo due risorse del 2005, un bel segnale di sviluppo». Il dato che balza agli occhi è quello del patrimonio, un dato altissimo per una clientela prevalentemente

anziana che sta però evolvendo e coinvolgendo altre fasce di età. «La nostra clientela ha una forte attitudine al lavoro – spiega **Sandro Forni**, responsabile commerciale a Treviso – È un territorio che vede la presenza molto radicata di aziende importanti, un'area estremamente ricca. La clientela è semplice ma facoltosa, non a caso abbiamo una rete di gestori premium di 7 persone che lavora a pieno regime. La nostra forza è lavorare bene e con lungimiranza: per noi il passaparola è fondamentale ed è determinante anche avere feedback dai clienti». Dal 2023, racconta Forni, «in tre anni abbiamo stravolto le squadre e sono orgoglioso di dire che la quasi totalità di chi ha lasciato la squadra commerciale ha ora la responsabilità di importanti uffici. La Filiale è molto vasta e ha la particolarità che tutti gli uffici senza sala sono coordinati da ben 26 SCM. Sono arrivato che la filiale, nel 2022, era in posizione 130 in Italia ora siamo in rank 2 in posizione 51» racconta con orgoglio.

La squadra commerciale



La Filiale alla Champions Protezione



UP Treviso 3



UP Quinto di Treviso



La squadra di MIPA



La "pista" degli eredi

Come detto, c'è una grande concorrenza bancaria e per superarla Poste Italiane deve essere un punto di riferimento nell'eccellenza. «Dei 431mila clienti abbiamo 100mila correntisti, 250mila librettisti e una parte ha la Postepay – spiega Forni – Abbiamo quindi una porzione importante di clienti del segmento Affluent. I clienti più importanti sono sulla zona di Castelfranco e Montebelluna». Molta cura viene posta nello spiegare e illustrare i prodotti finanziari di Poste Italiane agli eredi dei clienti più fedeli: «Per esempio, un cliente che ha un patrimonio di oltre 500mila euro dagli 85 anni in su e con noi hanno un rapporto monointestato. Significa che, se ha dei figli, sono bancarizzati e non sono con noi. Per conoscere gli eredi fissiamo un appuntamento per sentire i genitori per quello che è stato fatto con Poste e far capire le opportunità che hanno anche i figli», conclude Forni.

I casi di successo di Mipa

Rossella Campana, coordinatrice Vendite Large e Medium, fa il punto sui clienti Mipa del territorio: fra i casi di successo figurano l'Alto Trevigiano Servizi SpA, fornitore del servizio idrico, SAV.NO. SpA, società di gestione dei rifiuti, e la Camera di Commercio di Treviso e Belluno.

I DUP di Mogliano, Cardignano, Carbonera e Silea



UP Casale sul Sile



La Filiale alla Champions Prestiti



UP Istrana



Il team di Risorse Umane



I responsabili della Filiale



UP Oderzo



Gestione operativa



UP Fonte



La Dup Chiara accompagnata dal ricordo del padre: «Sento di avere una missione»

Chiara Cavaliere dirige l'ufficio postale di Treviso Centro e racconta il suo percorso in Poste Italiane come un «viaggio di crescita personale e professionale», iniziato come operatrice di sportello e sviluppatosi nel tempo tra ruoli sempre più complessi e sfidanti. Dalla consulenza finanziaria alle posizioni di responsabilità commerciale, fino alla direzione di un ufficio postale centrale, ogni tappa è stata per lei un'occasione per mettersi in gioco, migliorarsi e costruire una visione sempre più ampia del servizio al cittadino. Ma al centro di tutto, Chiara mette un pensiero che la accompagna ogni giorno: quello per suo padre. «Papà, che te ne sei andato via troppo presto... saresti orgoglioso di me?», si chiede spesso. È una domanda che diventa bussola e motivazione, la spinta silenziosa dietro la sua determinazione e il suo senso di responsabilità. Oggi, mentre guida uno degli uffici postali più importanti del territorio veneto, Chiara guarda anche al futuro: «La mia missione è far sì che un giorno i miei figli possano porsi la stessa domanda, con lo stesso orgoglio e la stessa dedizione con cui io penso a mio padre».



Chiara Cavaliere

UP Pieve di Soligo



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Aumentano anche i mezzi green, all'insegna della sostenibilità: ecco i numeri

Ascoltare, misurare, consegnare la forza del recapito di Treviso

Numeri, persone e territorio: la strategia che sta cambiando il recapito in quest'area del Nordest. Il responsabile Fabio Salvador: «Ogni giorno qui si muovono quasi 600 servizi di recapito». La qualità su tutto: «Il cliente e i suoi feedback sono la nostra bussola»

Lo scenario in cui opera la RAM 3 di Poste Italiane, guidata da **Fabio Salvador** responsabile dei servizi di recapito nelle province di Treviso e Belluno, è complesso e in trasformazione. Un territorio vasto, con volumi di rilievo e caratterizzato da un team di recapito efficiente e proattivo. 159 comuni, 877 mila abitanti, un'area di quasi 2.500 km² in cui ogni giorno si muovono quasi 600 servizi di recapito, articolati in 238 linee di base, 153 linee business e 25 linee mercato. Numeri che descrivono una macchina operativa importante, sostenuta da 1 Centro Logistico, 7 Centri di Distribuzione standard, 2 CD base e 15 Presidi decentrati. Durante la riunione con il nostro giornale, alla presenza del direttore di Postenews Giuseppe Caporale, la fotografia scattata dai responsabili della RAM restituisce il ritratto di una struttura che si sta rinnovando profondamente, puntando su qualità, organizzazione e sicurezza.

Ascoltare il territorio per agire al meglio

«La nostra RAM è un territorio con dinamiche diverse, che richiede attenzione costante», ha spiegato Fabio Salvador. La riorganizzazione avviata negli ultimi anni

– con l'accentramento delle lavorazioni nel nodo di Venezia – ha imposto nuove modalità operative, nuove linee e un continuo confronto con i centri dislocati. Alla dimensione organizzativa si affianca quella delle risorse umane, seguite da **Claudio Franz**, che ha richiamato i dati presentati: un organico composto per il 62% da uomini e per il 38% da donne (dato 2025), con un'anzianità media in crescita e un'età media che sfiora i 49 anni. Un capitale di

esperienza che rappresenta un valore da preservare, anche per accompagnare i nuovi ingressi, sempre più numerosi.

Produzione: una flotta sempre più green

A raccontare come funziona la macchina è **Sabrina Madonna**, Responsabile Produzione della RAM 3. Qui il cambiamento passa anche dai mezzi: il 14% della flotta è già green, tra auto ibride/elettriche, tricicli elettrici e quadricicli totalmente elettrici. Per sintetizzare lo spirito della squadra, Madonna cita Picasso: «Cerco sempre di fare ciò che non sono capace di fare, per imparare come farlo». Una frase che suona come un manifesto: crescere, sperimentare, adattarsi.

La squadra della RAM3



CD Maserada sul Piave



CD Oderzo



CD Motta di Livenza



CD Vittorio Veneto



CD Conegliano



La “mappa” dei cani pericolosi per la sicurezza dei portalettere

Tra i rischi più frequenti per i portalettere c'è quello legato ai cani non custoditi. «Abbiamo avviato un progetto – spiega il responsabile RAM 3 Fabio Salvador –, condiviso con la RAM del Centro, per diminuire il fenomeno». A descrivere la best practice è **Emilio De Lucchi**, responsabile del CD di Cornuda. Il primo passo è stato creare un modulo per segnalare la presenza di cani ostili e creare una mappa del rischio. Poi sono stati realizzati adesivi e indicatori da collocare nei casellari per rendere immediatamente riconoscibili i punti sensibili. «Siamo usciti – ha raccontato De Lucchi – e abbiamo parlato direttamente con gli utenti, chiedendo loro di metterli in sicurezza».



CD Montebelluna



CL Treviso Duca d'Aosta



Qualità: dal numero alla percezione

La qualità è la colonna portante del lavoro nella RAM 3. **Giuseppe Ciancia**, Responsabile Qualità, lo ha ricordato: «Passiamo dalla qualità misurata alla qualità percepita: è il cliente la nostra bussola». Lo conferma il lavoro quotidiano del Monitoraggio Qualità, come testimoniano le parole dell'MQ **Giovanni Vitagliano**: «La qualità misurata – ha spiegato – nasce dal cruscotto unico dei nostri centri, con indicatori percentuali che analizziamo e condividiamo con i portalettere. Ma oggi abbiamo anche gli strumenti della qualità percepita: portali con feedback dei clienti, disponibili anche per i postini. E poi, naturalmente,

il lavoro in tandem con la gestione dei reclami». Si tratta di un approccio circolare: ascoltare, misurare, correggere, verificare. Una metodologia che permette di intervenire rapidamente e con precisione. Qualità che ogni giorno si può toccare con mano e che è stata raccontata in numeri dai vari responsabili dei centri di Poste Italiane, come **Marco Ieno** (CL Treviso Duca d'Aosta), **Adriana Barisan** (CD Conegliano), **Francesca Ditoma** (CD Montebelluna), **Francesco Lepore** (CD Mogliano), **Lucio Alfano** (CD Castelfranco) e **Jenny Danelutti** (CD Vittorio Veneto) e la 33enne **Marika Amatrudo** (Motta di Livenza) che è la responsabile più giovane della provincia di Treviso.

CD Mogliano Veneto



CD Cornuda



CD Castelfranco Veneto



“Postin ma che combini”. Quel regalo nelle zone del Prosecco

A Valdobbiadene c'è Fabio, che si occupa delle zone più alte, e racconta la sorpresa dei residenti quando lo vedono arrivare in luoghi che sembrano irraggiungibili. «Sono salito a Pianezze, una volta sono arrivato al Rifugio Mariech e mi hanno detto: “Poste arriva davvero fino a qui?”. Tra una consegna e l'altra c'è anche spazio per la bellezza del paesaggio, che però può distrarre. «Stavo consegnando sui 1.200 metri a Pianezze e mancava la cassetta perché mi ero girato a guardare la valle. È uscita una signora dicendomi, in dialetto: “Postin, ma che combini?”. Le ho risposto che stavo guardando il paesaggio, e lei mi ha messo in guardia: “Attenzione che quando scendi devi guardare la strada”. Più in basso, tra i pendii del Cartizze, si muove Angelo, impegnato nelle zone dove il segnale del telefono del spesso scompare. «Il navigatore non prende e mi sono perso tra le varie colline. Mi sono fermato e ho incontrato un contadino destinatario che mi ha regalato una bottiglia di prosecco».

Per SDA 1,5 milioni di spedizioni in un anno



Il team di SDA Treviso

La Filiale di Treviso di SDA, diretta da Stefano De Marchi, è stata aperta nel 2021 e si estende su 4.000 metri quadrati con quattro buche dedicate al carico scarico dei mezzi pesanti, quindi dei camion di linea che arrivano dai centri di smistamento la mattina o che partono la sera verso i centri di smistamento con le spedizioni ritirate durante la giornata. I corrieri in questo periodo sono 90, che diventano 110 nei periodi di picco. «Nell'ultimo anno – spiega De Marchi – abbiamo gestito un milione e mezzo di spedizioni».

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

La lettera-ringraziamento della postina

Arezzo, i colleghi sotto l'ospedale con lo striscione per Gessica

Il rientro al lavoro dopo quasi due anni: «Ho ricevuto chiamate, messaggi e il loro supporto anche durante il ricovero»

Quando **Gessica Mattesini**, poco più che 30enne, ha cominciato a lavorare come portalettere non avrebbe mai immaginato quello che sarebbe successo di lì a poco. Appena quattro mesi dopo essere stata stabilizzata, una grave malattia l'ha tenuta lontana dal lavoro quasi due anni. La fatica delle cure e le preoccupazioni per il futuro di Gessica sono state lenite dal sostegno dei colleghi del centro logistico di Arezzo Mecenat che hanno letteralmente fatto il tifo per lei in ogni momento. Quando incontriamo i colleghi di PCL ad Arezzo, per il forum organizzato da Postenews alla presenza del Direttore del giornale Giuseppe Caporale, Gessica è tornata al lavoro da appena una settimana. Non è presente al forum ma la sua lettera illumina la stanza che ci ospita: «I miei colleghi, fin da subito, mi hanno fatto sentire la loro vicinanza. Oltre che a chiamate e messaggi si sono presentati sotto la mia camera di ospedale fuori città. Non si sono intimoriti di fronte a niente. Si sono presentati con uno striscione e lì sono rimasti a guardarmi da una finestra. A loro devo molto. Mi hanno fatto sentire invincibile e con la loro energia mi hanno dato una forza incredibile», scrive Gessica nella lettera che ha voluto consegnare a Postenews, ricordando i momenti più duri della malattia. «A distanza di un anno e otto mesi – prosegue – finalmente, a piccoli passi, ho ripreso il mio lavoro e la mia quotidianità. Inizialmente è stato molto difficile riprendere i ritmi ma ad oggi sono felice e fiera di poter dire che ho ripreso a fare la postina a tutti



gli effetti». E conclude: «Sono grata perché ad oggi il mio posto di lavoro è rimasto lì, ad aspettarmi senza alcuna sorpresa».

L'impegno sociale

A raccontare la storia di Gessica, insieme alla responsabile della Ram **Ada Vassallo**, è **Luisella Menchini**, responsabile del Centro logistico di Arezzo Mecenat, Stella al

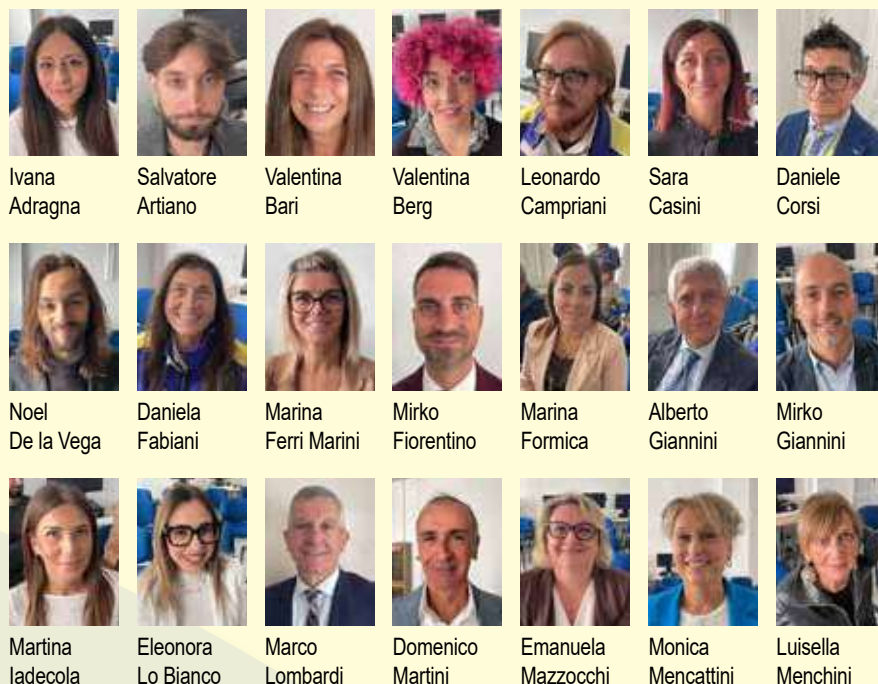


Sonia con il figlio

Il "profumo" della posta è questione di famiglia

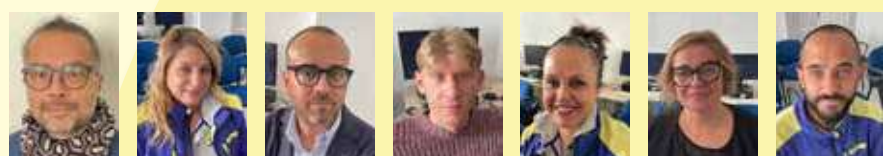
Sonia Picchi, portalettere di Terontola, è in Poste dal 2005 ma è come se ci fosse da tutta la vita: «Mio padre lavorava alle Poste, sono cresciuta nelle Poste. Ancora oggi ricordo quando, da bambina, mio padre tornava a casa e aveva addosso quell'odore di posta. Lui lavorava alla stazione, all'epoca la posta viaggiava sui treni. Lo sento ancora questo odore, perché ero piccola e ce l'ho dentro, mio padre mi ha sempre trasmesso l'amore per le poste». Al punto che anche il figlio 23enne di Sonia, stabilizzato l'anno scorso, lavora con lei al CD di Camucia: «Cerco di trasmettergli l'amore perché, soprattutto nelle campagne, non è un lavoro facile: si entra nelle case delle persone, bisogna farlo sempre in maniera molto delicata e con il sorriso sulle labbra».

Le immagini del forum con Postenews



Merito del Lavoro e veterana di Poste Italiane, che ci presenta una rappresentanza della sua squadra: le nuove leve **Martina Iadecola**, **Leonardo Ripa** e **Salvatore Artiano**, tutti addetti alla produzione, l'addetto ai trasporti **Leonardo Campriani** e la portalettere **Serena Senesi**. L'attenzione al territorio si concretizza in iniziative sociali ed educative, come quella che ha visto protagonisti proprio Serena con il responsabile del CD di Camucia **Gabriele Menci**. Insieme, nella frazione di Rigutino, hanno spiegato ai bambini di una scuola primaria il viaggio di una lettera da una scuola all'altra. Gabriele, tefodoro alle Olimpiadi invernali del 2006, è anche lui un fiume in piena: racconta della portalettere Barbara che a Cortona dedica alcuni minuti della sua gita ai turisti che chiedono di fare delle foto con

CD Bibbiena**CD Montevarchi****CD San Giovanni Valdarno****CD San Sepolcro****CL Arezzo Mecenat****CD Camucia**



Gabriele Menci



Sonia Picchi



Marco Poggiani



Leonardo Ripa



Serena Senesi



Serena Sereni



Nicola Solfanelli



Maria Cecilia Sottani



Andrea Spampinato



Alessandro Steduto



Ada Vassallo



Simone Verola

Un momento del forum organizzato da Postenews ad Arezzo



Il Palazzo delle Poste, un gioiello visitato dai turisti stranieri e dalle scolaresche

Il Palazzo delle Poste di Arezzo, dove ha sede la Filiale e dove si è tenuto il Forum con Postenews, si trova nel centro cittadino ed è un imponente edificio neorinascimentale inaugurato nell'ottobre del 1929. Al suo interno, oltre alla Filiale, si trova l'ufficio postale di Arezzo Centro diretto da Sara Casini: «Nel 2024, dopo i lavori di ristrutturazione, l'ufficio ha accolto la delegazione del Fai e i ragazzi del liceo di Montevarchi sono venuti a fare da guida. I turisti che arrivano in città per la fiera dell'antiquariato e la fiera dell'oro entrano all'interno del palazzo per ammirare i soffitti e le pavimentazioni in marmo. Il Palazzo di Poste rappresenta la storia di Arezzo».



L'ufficio postale di Arezzo Centro

lei. «Siamo dei missionari delle relazioni sociali», sottolinea. **Serena Sereni**, responsabile del CD di Bibbiena, racconta invece, insieme ai portalettere **Simone Merola** e **Daniela Fabiani**, delle consegne più strane, dalle foreste casentinesi al Sacro Eremo di Camaldoli, fino al rullo utilizzato per lasciare la corrispondenza destinata alle suore di clausura di Santa Maria del Sasso.

Il ricambio generazionale

A presentare i numeri di PCL sono la responsabile della RAM 1 Centro 1 e il responsabile Qualità **Daniele Corsi**. Nella provincia di Arezzo gli abitanti serviti sono oltre 340mila, con una media di 7.000 pezzi al giorno tra pacchi e posta registrata e 2.000 pezzi di posta indescritta. I numeri della qualità sono in positivo, così come il fitto ricambio generazionale con tanti ragazzi under 30 che contribuiscono ad abbassare l'età media e ad aumentare il tasso di scolarizzazione. «Nel biennio 2024-25 sul territorio aretino, la nostra Azienda ha garantito numerose opportunità di lavoro e carriera nel settore della logistica – afferma lo specialista Risorse umane **Alessandro Steduto** – abbiamo effettuato 61 inserimenti di risorse a tempo indeterminato tra portalettere e addetti produzione e al contempo fatto ricorso a 61 assunzioni di risorse a tempo determinato».

Il patrimonio della filiale è di 3,278 miliardi tra la città degli orafi e le quattro valli

La Filiale di Arezzo, diretta da **Marco Lombardi**, comprende 94 uffici postali, 306 risorse e gestisce un patrimonio di 3,278 miliardi, in crescita di 35 milioni rispetto al 2024. Una spinta – come sintetizza il responsabile commerciale **Mirko Fiorentino** – arrivata soprattutto dagli investimenti, che hanno registrato una crescita di 28 milioni. La Filiale conta 428 clienti private, con patrimonio superiore a mezzo milione di euro, e circa 11.500 affluenti (sopra i 200mila euro) su un territorio composto da più anime. Arezzo è il centro finanziario della provincia, legato soprattutto all'attività orafa e al suo indotto, nonché alle attività istituzionali. Un miliardo del patrimonio della Filiale è riconducibile ai clienti del capoluogo (16mila correntisti, 29mila librettisti e 8mila PPEvo), mentre la provincia di divide in quattro vallate, disposte a raggiera rispetto ad Arezzo, meno importanti dal punto di vista patrimoniale, ma decisive in termini di presidio economico e sociale: Casentino, una parte legata ad attività del territorio tipiche della montagna, con un patrimonio di circa 570 milioni, Valdarno, cuore produttivo e industriale (786 milioni), la pianura agricola della Valdichiana (618 milioni) e la Valtiberina (222 milioni), terra di confine con l'Umbria a vocazione prevalentemente artigianale.



La Filiale di Arezzo



UP Arezzo



UP Bibbiena stazione



«Sono stato tra i primi 40 consulenti premium d'Italia»

Fabio Stoppiello, originario del Golfo di Manfredonia, consulente premium della Filiale di Arezzo, ha visto nascere il progetto che Poste ha deciso di dedicare ai clienti con un patrimonio superiore ai 500mila euro. «Sono entrato in Poste nel 2017 come consulente di sala a Modena, poi sono stato consulente mobile. Nel 2019, sono stato selezionato tra i primi 40 consulenti premium a livello nazionale per la partenza del progetto, che ho seguito sempre a Modena fino al 2024, prima del trasferimento nella Filiale di Arezzo. In questi anni ho visto un cambio di passo notevole: il modello che Poste ha creato sta portando i suoi frutti e oggi da 40 siamo diventati circa 400 in tutta Italia. Per l'azienda è stata una scommessa vinta».



Fabio Stoppiello

«Così abbiamo aiutato una mamma rimasta vedova prematuramente»

Laureata nel 2010 in Giurisprudenza, avvocato per otto anni, a **Sonia Tavanti**, oggi referente commerciale di zona della Filiale di Arezzo, ha trovato in Poste Italiane la sua realizzazione: «Il nostro ruolo sociale è fondamentale – sottolinea – quando il cliente arriva in Poste noi rappresentiamo l'Italia: ci sono persone semplici che ti danno fiducia, le necessità di un giovane di costruirsi il futuro o di un anziano che vuole tutelare figli e nipoti. Le persone ti mettono davanti problemi ed esigenze reali». A volte, purtroppo, eventi drammatici: «Si è rivolta a me una donna rimasta vedova del marito di 45 anni, con due figli di 15 e 10 anni. La abbiamo accompagnata nelle decisioni, tenendo conto del fatto che la famiglia era diventata monoreddito, andando a proteggere la sua vita privata e la sua persona e a fare investimenti a capitale garantito per i figli».



Sonia Tavanti



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Alla scoperta della Ram 1 Sud 1 che serve oltre 2 milioni di abitanti e 112 Comuni

L'esercito dei 600 del recapito di Bari, Barletta, Andria e Trani

Ogni giorno la rete consegna 5.497 kg di posta indescritta e 15.939 pezzi tra pacchi e posta registrata su una flotta in larga parte convertita al green. E dal CS del capoluogo pugliese parte anche la corrispondenza per Basilicata, Calabria e Molise

Non stupisce da queste parti vedere che c'è ancora chi attende l'arrivo del postino al balcone. Siamo nel centro di Bari, nona città d'Italia per popolazione e universalmente riconosciuta tra i poli più vivaci dal punto di vista industriale, culturale e turistico del sud Italia, nonché nodo strategico per la logistica di Poste Italiane. Al numero 28 di via Caldarella, nel popoloso quartiere Japigia, ogni mattina c'è chi cala dal balcone un cestino per raccogliere la posta consegnata dal portalettere. Ma non tutti i clienti sono così pronti: «È un quartiere popolare con più di 30mila abitanti, spesso arriva il prodotto privo di indicazioni e spesso mancano i nomi sui citofoni delle palazzine. Riusciamo a recapitare in una zona così complessa grazie all'esperienza, l'empatia e il senso del dovere dei portalettere veterani», racconta **Deborah Ottolino**, responsabile del CD Carassi, uno dei 27 centri di distribuzione della Ram 1 Sud 1 (a cui si aggiungono 20 Presidi decentrati di distribuzione) che garantisce la consegna ai 112 comuni e 2.181.868 abitanti delle province di Bari e Barletta-Andria-Trani.



La cargo e-bike in sperimentazione a Barletta



CS Bari



RAM 1 Sud 1

I numeri e le persone

Dai numeri emersi dal confronto con il Direttore di Postenews Giuseppe Caporale, sappiamo anche che a occuparsi del recapito delle due province sono 588 portalettere, tra cui 237 linee business, come spiega la responsabile della Ram **Angela Quattromini** illustrando le caratteristiche della rete che ogni giorno consegna circa 5.497 kg di posta indescritta e 15.939 pezzi tra pacchi e posta registrata, anche grazie a una flotta com-

posta per il 41% da mezzi green, una percentuale che sale al 70% considerando le sole vetture. Tra i mezzi in dotazione si distingue la cargo e-bike, una best practice operativa a Barletta – raccontata dal responsabile del CD, **Gaetano Di Benedetto** – con sistemi intelligenti di sicurezza, manutenzione predittiva e raccolta dati ambientali. Questo spiegamento di forze può contare, come evidenziato dal responsabile Risorse umane della Ram **Roberto Nitti**, anche sulla stabiliz-

zazione di 68 risorse destinate alla nuova rete corriere.

Il centro di smistamento

Il Centro di Smistamento di Bari, nodo accentratore delle lavorazioni interne dal 2023, rappresenta il cuore pulsante della filiera e serve 13 province tra Puglia, Basilicata, Calabria e Molise. Qui convergono naturalmente gli invii destinati a tutta l'area di Bari e della cosiddetta Bat provincia, gestiti da una struttura articolata,

CD Altamura



CD Carassi



CD Acquaviva delle Fonti



Rete Corriere



con reparti dedicati alla corrispondenza, alla posta registrata, alla meccanizzazione e alla qualità, sotto la direzione di **Ivano Parisi**, che spiega: «Il 2025 è stato un anno di cambiamenti, con l'arrivo di nuove persone, compreso il sottoscritto. Abbiamo rafforzato il gruppo dei capi reparto e il settore accettazione con nuovi ingressi». Lo sviluppo delle competenze per i nuovi innesti delinea il percorso di governance e di gestione dei processi sia quelli già consolidati che quelli in fase di sviluppo, con l'obiettivo di garantire le performance produttive e qualitative. Nell'ambito dello sviluppo delle nuove reti, il CS di Bari è stato protagonista nel 2025 come uno dei

6 centri pilota della nuova rete corriere, sperimentando sia le fasi di lavorazione interne che le delivery verso il cliente finale. È stato necessario ottimizzare i processi interni per poter accogliere queste nuove lavorazioni. Nel mese di novembre, inoltre, lo stabilimento ha presentato il lavoro di ottimizzazione eseguito sui flussi interni che ha visto il coinvolgimento degli operatori inseriti in gruppi Kaizen, partecipando così alle fasi di auditing previste dal programma Lean. Sul versante del recapito in provincia, la qualità del servizio si conferma solida: molti centri – come Molfetta, Triggiano e Monopoli – superano stabilmente i target dei principali KPI.

CD Gravina



CD Andria



CD Monopoli



CD Trinitapoli



CD Molfetta



CD Conversano



CD Terlizzi



CD Bitonto



CD Triggiano



CD Barletta



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

I numeri record dell'area che comprende anche la provincia di Barletta-Andria-Trani È **Bari** la Filiale più ricca d'Italia il patrimonio è di 15 miliardi

Il Direttore Antonino Licata: «Un risultato che nasce dalla fiducia dei clienti, dal lavoro di squadra e dall'impegno di chi ogni giorno presidia il territorio con competenza e passione». Nei primi dieci mesi del 2025 i portafogli attivi sono cresciuti del 22%

Con 15 miliardi di euro di patrimonio gestito, la Filiale di Bari è oggi la più ricca d'Italia, un primato che riflette la solidità economica del territorio e la capacità di Poste Italiane di accompagnarne l'evoluzione. La struttura guidata dal DF **Antonino Licata**, che comprende anche la provincia di Barletta-Andria-Trani, serve oltre un milione e centomila clienti su un totale di un milione e seicentomila abitanti, in un'area che mostra da anni un trend di crescita costante. «Siamo orgogliosi di essere la filiale con il più alto patrimonio a livello nazionale — sottolinea Licata nell'incontro con il direttore di Postenews Giuseppe Caporale — un risultato che nasce dalla fiducia dei clienti, dal lavoro di squadra e dall'impegno di chi ogni giorno presidia il territorio con competenza e passione». Il contesto economico locale, spiega Licata, è tra i più dinamici del Mezzogiorno: «Bari e la BAT hanno saputo diversificare la loro economia, puntando su commercio, manifattura, turismo, servizi e un agroalimentare in forte trasformazione. Questa evoluzione ha portato a un reddito medio più alto rispetto ad altre province e a una significativa riduzione della disoccupazione: oggi siamo al 6,3%, con quella giovanile al 20,1%». La propensione al risparmio è testimoniata da un dato recente: il recente Buono 100 ha fatto registrare una raccolta di 143 milioni di euro soltanto su Bari. La rete territoriale resta un pilastro fondamentale: 128 uffici postali, di cui 105 dotati di sala consulenza — una delle percentuali più alte d'Italia —, e 80 punti Poste Casa & Famiglia presidiati dall'OFE. «Abbiamo una rete capillare e qualificata, con 31 uffici centrali e un team di oltre 240 specialisti della consulenza. Negli ultimi quattro anni abbiamo inserito 100 nuovi SCF, segno della nostra attenzione a formare giovani professionisti pronti a interpretare i bisogni della clientela».

La Filiale di Bari



La rete territoriale resta un pilastro fondamentale con 128 UP, di cui 105 con sala consulenza

La forza commerciale

I risultati commerciali confermano la forza del modello, come testimoniano le parole di **Nadia Loliva**, Responsabile commerciale di filiale. «La raccolta netta di risparmio è cresciuta di 29,5 milioni di euro, mentre la raccolta lorda totale è aumentata dell'8%. In progresso anche i comparti della protezione e degli investimenti, con un incremento dell'8,1% nella protezione pura e un balzo

del 53,9% dei conti correnti» spiega. La quasi totalità del patrimonio — il 95,7% del totale — è gestita attraverso gli RCZ, a conferma del ruolo centrale svolto dalla consulenza finanziaria e dalla qualità della relazione tra i professionisti della filiale e la clientela. Il portafoglio clienti della filiale conta oggi «1.062.576 posizioni, in aumento del 17% rispetto all'inizio dell'anno, con una crescita ancora più accentuata (+22%) nel numero

UP Andria



UP Altamura Centro



UP Bari Sud



dei portafogli attivi. Tra questi spiccano oltre 334.000 clienti personal, più di 50.000 dinamici e quasi un migliaio di premium» aggiunge Loliva.

La spinta sul digitale

Molti sono gli esempi, dall'ufficio postale di Turi, diretto da **Donato Di Giuseppe**, con un +17% sui prestiti, a quello di Bitonto, per il quale il direttore **Ignazio Mincuzzi** (accompagnato da **Rosanna Carluccio** della squadra commerciale) spiega di aver avuto «+3,6% clienti in un anno con un totale di 17mila, quindi un cittadino su 3 ed è salito anche il patrimonio gestito (272 milioni di euro) con crescita del 5,7%». O come l'ufficio di Altamura Centro, diretto da **Michele Mirizzi**, con un patrimonio di 242 milioni diviso su 20mila clienti e ottimi risulta-

ti sull'Energy, anche grazie al lavoro della OFE **Raffaella Cappiello**. Si distingue anche l'up di Trani, nel quale il suo direttore **Angelo Lasala** elogia i nuovi prodotti e il consulente **Aldo Quatela** sottolinea le offerte per chi aveva i buoni in scadenza. L'UP Bari Sud, visitato l'estate scorsa dall'AD Del Fante, procede a gonfie vele con 18 risorse e un patrimonio di 258 milioni, e anche grazie al progetto che riguarda l'OFE itinerante: una iniziativa di Filiale per condividere le conoscenze sul prodotto energia. Vanno poi citati gli uffici di Casamassima, diretto da **Valentina Rella**, quello di Bari 19, diretto da **Giuseppe Schino** che riesce a performare in una realtà delicata, o come quello di Andria Centro, dove il direttore **Ferdinando Musti** presenta numeri eccellenti sul ramo Protezione. Grande è il potenziale dell'ufficio

UP Trani Centro



UP Castellana Grotte



postale di Alberobello, uno dei gioielli della Puglia, con appena 10mila abitanti ma 115 milioni di stock, 53 dei quali sul Risparmio. Tra i Kpi più interessanti, spiega il responsabile di Gestione Operativa **Antonio Di Nauta** («la filiale di Bari è come una grande

nave da crociera») ci sono quelli relativi alle prenotazioni digitali e alle ricevute digitali: qui performano l'up Bari 8 diretto da **Lucia Misino** e Gravina in Puglia mentre Castellana eccelle per il minor tempo di attesa nelle giornate critiche.

La squadra di Gestione Operativa



UP Bari 8



UP Bari 19



UP Alberobello



UP Casamassima



UP Turi



UP Gravina Centro



UP Bitonto Centro



REPORTAGE

La trasformazione seguita all'avvio del servizio Rete Corriere

Da 1.600 a 2.500 pacchi
ecco come è cresciuto
il Centro logistico di Lodi

Il responsabile Antonio Cibelli: «I nuovi arrivati sono motivati e questo aiuta, la mia attenzione è rivolta alla sala che sta vivendo un momento di transizione nei ruoli e nella distribuzione del lavoro»

Siamo nella città di Lodi, in Lombardia, dove la vocazione industriale e agricola si intreccia all'innovazione e all'arte, frutto dei suoi quasi 900 anni di storia. A garantire le consegne nella cittadina e nella sua provincia è il Centro logistico di Lodi, che accorpa i CD di Casalpusterlengo e Sant'Angelo Lodigiano: 41 portalettere, due capisquadra uno specialista produzione e un monitoraggio qualità insieme al direttore lavorano ogni giorno una media di 4.200 invii di posta descritta, di cui 2.450 pacchi, e 1.700 kg di posta indescritta. Dal mese di novembre il CL ha avviato il servizio Rete Corriere, progetto che ha chiamato a raccolta tutti i dipendenti del Centro e la RAM, per ridisegnare spazi fisici e mansioni dei collaboratori.

L'innesto della Rete Corriere

Nato a luglio di due anni fa il CL serve 24 comuni, il CD di Casalpusterlengo 23 e il CD di Sant'Angelo Lodigiano 8, con alti volumi di posta registrata. Solo nel CD di Lodi ogni giorno vengono consegnate oltre 2.500 raccomandate, 1.600 pacchi e dai 700 ai 1.000 kg di posta indescritta: «Abbiamo un afflusso di raccomandate raddoppiato in due anni – sottolinea il direttore **Antonio Cibelli** – anche per questo il Centro lavora il sabato. Sei giorni su sette apriamo alle 4.30 e chiudiamo alle 21». Un ritmo sostenuto dalla professionalità dei portalettere come **Francesco Mastrovalerio**, che consegna ogni giorno oltre 40 kg di posta. Oggi il Centro ospita



I portalettere e gli addetti alla produzione del Centro logistico di Lodi

anche Rete Corriere, il servizio dedicato esclusivamente al recapito dei pacchi. Con 27 nuove risorse e due riserve il progetto ha richiesto un effort e una partecipazione diversa da parte di tutti, a cominciare dalla RAM: «Per allestire il nuovo spazio – racconta **Gaetano Lombardo**, responsabile produzione RAM 1 – io e altri 7 miei collaboratori alle 4 di mattina eravamo sul campo insieme a loro. Devo ringraziare il direttore, che nei suoi 40 anni di carriera ha gestito decine di progetti e ritardato il congedo di pensionamento per seguire l'avvio del servizio». A

due settimane dalla partenza 1.800 i pacchi consegnati, con l'obiettivo di arrivare a 2.500. Sedici linee dal lunedì al venerdì consegnano in provincia mentre 11 sono dedicate alla città di Lodi, con la promessa del sabato. La maggior parte dei pacchi consegnati proviene da Amazon, racconta **Ivan Picchi**, new entry proveniente proprio dall'azienda americana: «Conoscendo bene il settore posso dire che il servizio di Poste è ben fatto e strutturato, un'eccellenza». «I corrieri appena entrati sono motivati e questo aiuta – sottolinea il direttore – in questo momento la mia at-

tenzione è rivolta in modo particolare alla sala. I ragazzi del recapito stanno vivendo un momento di transizione, con modifiche nei ruoli e nei carichi di lavoro».

Momento di cambiamento

Oltre l'allestimento dello spazio interno del Centro, infatti, i cambiamenti hanno toccato le mansioni delle risorse interne. **Antonino Prestigiacomo**, SP, è adesso impegnato alla Rete Corriere mentre il caposquadra **Marco Nicoletta** è passato al recapito. Lavoro cambiato anche per **Giancarlo Farina**, Mq, che tra i compiti ha quello di spiegare le procedure a tutti i dipendenti: «In questi momenti – dice – dedichiamo una coccola in più ai collaboratori». Insomma, una piccola rivoluzione «che è importante gestire nel migliore dei modi – sottolinea il direttore – sono tutti giovani e molto in gamba. L'anno scorso hanno vinto due premi. È proprio in questi momenti di cambiamento che si cresce, per loro sarà un'opportunità».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Francesco Bianchi Resp. Macro Area Mercato Privati Nord Ovest - Mercato Privati
Roberto Grandi Resp. Audit Proc. di Busin. Terr. - Area Nord - CI/Audit Proc. di Business
Vincenzo Paletta Resp. Produzione CS Torino Romoli - Macro Area Logistica
Jasmine Faranda Resp. Risorse Umane Filiale Bergamo 2 - Macro Area Risorse Umane
Fabio D'Alessio Resp. Comm. Privati Filiale Alessandria 2 - Macro Area Mercato Privati
Emanuela Badarello Resp. Gest. Operativa di Filiale Alba - Macro Area Mercato Privati
Andrea Gutierrez Resp. Gest. Operativa di Filiale Bergamo 1 - Macro Area Mercato Privati
Manuel Tempesta Resp. Gest. Operativa di Filiale Milano 3S - Macro Area Mercato Privati
Salvatore Fabiano Resp. Gest. Operativa di Filiale Vercelli - Macro Area Mercato Privati

Sul sito [tgposte.poste.it](https://www.tgposte.poste.it)Angelica è la più giovane
DUP della Valle d'Aosta

Inquadra il QR Code
per vedere il servizio
del TG Poste

Tip Tap



Laura Flosi, in pensione dall'1 gennaio 2026 dopo 40 anni di Poste, ha partecipato ai recenti Mondiali di Tip Tap a Praga.



La nuova Rete Corriere del Centro Logistico di Lodi

REPORTAGE

Il nostro viaggio in un quartiere storico e multietnico

Giovani, imprenditori e stranieri: nell'ufficio della Veronetta la missione è fidelizzare i clienti

Nella mappa del risparmio locale questo ufficio postale si distingue anche per la presenza di persone con alto livello di istruzione e conoscenze digitali e con una maggiore propensione al rischio negli investimenti



Il team dell'ufficio postale di Veronetta



di **Carla Falconi**

Veronetta, quartiere del centro storico di Verona: a trecento metri dalla finta "casa di Giulietta" (un'attrazione turistica che non è mai stata la casa dei Capuleti) si trova l'ufficio postale di Porta Organa che, tra librettisti, correntisti e possessori di Postepay, conta poco meno di diecimila clienti sui 10.235 abitanti della zona. Il direttore **Alessandro Ghedini**, l'unico veneto dell'ufficio che lavora in Poste dall'88, lo definisce una sorta di Esquilino veronese: storico, centrale e multietnico allo stesso tempo, e multietnico anche rispetto alla propensione al risparmio e agli investimenti, tanto che, per fidelizzare i numerosi stranieri, Poste Italiane ha sviluppato, proprio qui, uno dei primi "Progetti Multilingua" assumendo quattro sportellisti (in tutto l'ufficio sono nove) che parlano anche inglese, arabo e filippino.

Fidelizzare i clienti

«Nella mia esperienza professionale - ha dichiarato Ghedini - ho visto crescere in maniera esponenziale i depositi postali e tutti i servizi creati per modernizzarlo e fidelizzare nuovi clienti: giovani, imprenditori e stranieri. I giovani in questa zona

della città sono pochi, gli stranieri, invece, sono molti e sono soprattutto magrebini. Fanno gli operai, i muratori, molti di loro sono piccoli imprenditori che nelle banche troverebbero più difficile aprire un libretto o l'accesso al credito».

La tradizione del risparmio

Nella mappa del risparmio della ricca provincia scaligera, Veronetta, presenta, infatti alcune particolarità legate alla composizione etnica del quartiere ma non al livello dei depositi. In questa area, infatti, la maggior parte degli imprenditori, clienti di Poste, è composta da imprenditori extracomunitari, che gestiscono piccole attività alimentari o servizi di riparazione per la telefonia, con una forte propensione al risparmio e agli investimenti, in linea con la laboriosa tradizione locale. Secondo i dati resi noti ad ottobre 2025, del resto, il risparmio postale detenuto dalla filiale di Verona raggiunge un valore complessivo superiore ai quattro miliardi di euro e il cinquanta per cento dei cittadini, di Verona e della provincia, possiede un buono fruttifero, mentre il trentacinque per cento ha almeno un libretto di risparmio. **Pietro Angelo Palermo**, siciliano di 31 anni, giovane e brillante consulente finanziario, dopo aver fatto per tre mesi il portafoglio e per diversi anni l'avvocato penalista al Sud, opera in questa sede da tre anni e

racconta che a lui si rivolgono soprattutto piccoli imprenditori extracomunitari con una grande propensione agli investimenti purché siano a basso rischio. La situazione cambia invece se si tratta di imprenditori al di sotto dei cinquanta anni. «In questo caso, le percentuali si invertono, gli italiani sono più numerosi degli stranieri. Si tratta di persone con alto livello di istruzione e digitalizzazione e con una maggiore propensione al rischio. Molti di loro poi sono interessati ad avere una consulenza mirata alla gestione dei loro patrimoni, in genere ereditati».

Crocevia di culture

A uno degli sportelli multietnici c'è **Mohammed Echafaoui**, 31 anni di Casablanca, arrivato in Italia a dieci anni. «Grazie a questa esperienza in Poste sono cresciuto anche come persona. Parlo ogni giorno con tunisini, marocchini, nigeriani, pachistani, cingalesi, persone del Bangladesh, in diverse lingue. La maggior parte di loro sono donne di una certa età, probabilmente vengono qui mentre i loro mariti stanno al lavoro. Io le aiuto con la lingua e le procedure digitali ed è bello poter sentire la loro gratitudine. Alcune hanno anche il mio numero di telefono e mi chiamano per sapere quando ci sono».

Marco Morucci, 49 anni, da venti anni in azienda, anche lui allo sportello, sottoli-

nea il clima positivo tra i colleghi che si ripercuote poi nel modo di approcciare i clienti che, nel suo caso, sono soprattutto italiani educati alla digitalizzazione, a prescindere dall'età. Essendo "straniero" a sua volta, perché viene da Viterbo, sottolinea che «i veneti sono molto precisi ed esigenti» ma che «grazie ad una giusta formazione e all'esperienza si riesce sempre a rispondere alle loro richieste».

La chiave del post-vendita

Erika Lindegg-Lo Russo, di origini un po' austriache e un po' pugliesi, è Operatrice front-end. «Sono in Poste Italiana da sempre e mi rendo conto che la specialità di questa azienda sta proprio nel rapporto con i clienti. Può sembrare banale, forse è una cosa che dicono tutti ma è davvero così. Nel caso dei prodotti legati ai contratti luce, gas, fibra e telefonia, questo fattore è ancora più importante perché il nostro ruolo non si limita alla vendita ma prosegue con un servizio di assistenza post-vendita che i clienti apprezzano molto, quasi al pari delle tariffe ridotte. Sia gli italiani, che gli stranieri».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Giovanni Giulio Zunino..... Resp. Macro Area Mercato Privati Nord Est - Mercato Privati
Roberto Grandi..... Resp. Audit Proc. di Busin. Terr. - Area Nord - CI/Audit Proc. di Business

Sul sito tgposte.poste.it

La consulente di Monfalcone:
«Per me il lavoro più bello»



Inquadra il QR Code
per leggere l'articolo
del TG Poste

Sul sito tgposte.poste.it

A Bassano del Grappa
con la consulente Denise



Inquadra il QR Code
per vedere il servizio
del TG Poste

REPORTAGE

Le storie dell'ufficio postale centrale, pilastro anche per la filatelia

Il fascino della corrispondenza tra Rimini e l'America

All'ingresso del centro storico di Rimini, di fronte all'arco di Augusto eretto nell'anno in cui Ottaviano venne incoronato imperatore, si erge lo storico palazzo di Poste con il più grande ufficio postale della città e la filiale. **Alan Stefanelli** lo dirige da novembre 2020: «Siamo l'unico up di Rimini con il corner Punto Poste Casa&Famiglia costantemente presidiato».

Umberto Andreotti, è operatore di front-end: «Vendere significa inquadrare il cliente e di cosa ha bisogno: una volta capito questo cerco il prodotto più adatto, circa il 60% dei clienti esce con più prodotti di quelli richiesti». Allo sportello c'è **Annarita Archidiacono**: per Poste ha rinunciato a insegnare nonostante avesse vinto il concorso. «Sono entrata per sbaglio, sono rimasta per volontà - rivela - perché imparo tante cose nuove, ogni giorno». **Simona Matteini** ha chiesto espressamente di occuparsi di filatelia perché attraverso queste piccole finestre di carta scopre luoghi, personaggi ed eventi che non conosceva. Il cliente filatelico è una tipologia



Il team dell'ufficio postale di Rimini Centro

a parte, spiega Simona: «Sono persone attente, hanno un occhio allenato e sono continuamente aggiornati». Tra i vari clienti oltreoceano anche il cugino di una signora che inviava un periodico negli Stati Uniti: «Cercavo di affrancare con tutti francobolli diversi, e in cambio ricevevo cartoline vintage come ringraziamento». **Michela Mariello** si dedica all'aiuto dei clienti: «Spid, app per anziani e stranieri, soprattutto immigrati. Raccontano le loro storie: sono pezzi di vita che ti porti a casa e torni arricchita». **Davide Canini** è Specialista Consulente Finanziario e il fulcro del suo impegno è «creare rapporti: vengono in Poste perché si sentono più a casa e al si-

curo». **Natascia Passeggio**, collaboratrice insieme a **Marina Piazza**, inquadra la complessità del più grande ufficio postale della città: «Gestiamo tutti i libretti giudiziari della provincia. Cerco di essere di supporto per servire quante più persone possibile e risolvere i problemi». La parola torna al direttore: «La difficoltà maggiore può essere delegare le decisioni e le

mansioni operative, ma è quello che faccio» afferma Alan. «È un up centrale ma anche di relazione - prosegue - in quanto il mix di nazionalità è ampio e mutato negli anni». La peditività, degli oltre 8.000 clienti mensili, è a maggioranza straniera in un ufficio ubicato in zona a traffico limitato ad alta concentrazione di sportelli bancari. «Il cliente base è lavoratore dipendente con famiglia, che vuole avere tranquillità a livello finanziario - racconta Alan - Altro versante dei nostri clienti sono i numerosi stranieri che chiedono prestiti per i loro acquisti più importanti e i lavoratori stagionali che aprono carte e libretti per il versamento degli stipendi. Come

disse la prima Dup con cui ho lavorato, "tanto prima o poi tutti passano da noi". Creare una casa di servizi e prodotti per tutti i cittadini è la definizione più giusta per un'azienda come Poste che è al passo coi tempi».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Stefano Paolo Masera Resp. Macro Area Mercato Privati Centro Nord - Mercato Privati
 Enrico Marcello Tocci Resp. Comm. Privati Fili. Forlì Cesena - Mercato Privati
 Alessandra Ceschi Resp. Affari Legali Territ. CN - AL/Affari Leg., Cont. Attivo e Leg. Territ.
 Daniele Corsi Resp. Processi e Qualità CS Firenze - Macro Area Logistica
 Thomas Mini Resp. Risorse Umane Ram 4 CN - Macro Area Risorse Umane
 Luca Braghetti Resp. Risorse Umane Filiale Pesaro Urbino - Macro Area Risorse Umane
 Graziana D'Ugo Resp. Risorse Umane Filiale Ascoli Piceno - Macro Area Risorse Umane
 Ilaria Castello Resp. Risorse Umane Filiale Terni - Macro Area Risorse Umane

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

Matteo, il recapito e le tradizioni di Firenze



Inquadra il QR Code
per vedere il servizio
del TG Poste

Segui con noi

il viaggio

di Postenews



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

Ogni mese incontriamo
migliaia di colleghi



REPORTAGE

Il Centro di distribuzione serve un'area di 30mila abitanti

Un'iniezione di personale per smaltire l'arretrato: il CD di Siniscola si rinforza

La responsabilità è affidata dal 2024 a Matteo Lai: «Ho apportato delle migliorie, assegnando al singolo portalettere il maggior numero di pezzi da consegnare ai civici tra loro molto vicini»



di **Ernesto Taccone**

Il Centro di Distribuzione di Siniscola serve la città della provincia di Nuoro sulla costa orientale della Sardegna, nella subregione storica delle Baronie. Il CD serve inoltre ulteriori 7 comuni e frazioni: Brunella, Budoni, La Caletta, Lodè, Posada, Torpè e San Teodoro per un totale di circa 30mila abitanti che nel periodo estivo aumentano in maniera esponenziale. Dal 2024 la responsabilità dell'ex PDD nuorese è affidata a **Matteo Lai**, 42 anni, in Poste dal 2011: «Il Centro è composto da 19 dipendenti - spiega - di cui 16 sono a contratto a tempo indeterminato e tre a tempo determinato, che rafforzano la squadra in periodi di alta intensità operativa, come i mesi estivi e le festività, quando i volumi di corrispondenza e pacchi registrano fisiologici picchi. Sono entrato in punta di piedi e dopo aver conosciuto bene tutti i colleghi ho cercato di essere di supporto alle colleghe portalettere che chiedevano risposte alle diverse operatività e procedure in seguito alla fase di accentramento



Il team del Centro di distribuzione di Siniscola

sul Centro logistico di Nuoro. Ho gestito le lamentele da parte della clientela per la giacenza di prodotto indescripto e grazie anche al supporto dei colleghi di staff della RAM4 Sardegna ho potuto apportare delle migliorie, assegnando al singolo portalettere il maggior numero di pezzi di corrispondenza da consegnare in un numero di civici molto vicini. A livello di

MAL Centro sono stato supportato anche per un'iniezione di personale per smaltire tutto l'arretrato». In pool con altri centri la responsabilità del Monitoraggio Qualità è affidata a **Giuseppe Tedde**, 52 anni, laureato in Giurisprudenza, entrato nel 2003 come autista, nel 2007 portalettere poi Specialista MQ a Nuoro: «Reclami e pendenze sono state risolte. La struttura

è oggi articolata su nove zone portalettere, dedicate al recapito quotidiano della corrispondenza ordinaria, posta descritta e pacchi; una Linea Business di Chiusura; una Linea Mercato. La flotta è composta da 13 auto». Della squadra di portalettere fanno parte anche **Gabriella Addis** e **Silvana Maccioni**. Gabriella è in Poste dal 2002: «Oggi consegno e ritiro nei Punto Poste per portarli qui e mandarli in partenza il giorno stesso». Silvana, 46 anni, entrata qui a Siniscola nel 2005 come portalettere, si occupa invece della Linea Business di chiusura, in pratica è una linea che deve dare precedenza a un prodotto prioritario, o a quelli di maggior urgenza, rispetto al carico lavorativo aziendale. ●

I NOSTRI RISULTATI

Per l'ufficio postale dell'Aquila un 2025 da incorniciare

L'anno che si è concluso ha registrato il pieno raggiungimento degli obiettivi, in particolare su prestiti e polizze di protezione

L'Aquila VR è un ufficio postale centrale con un patrimonio totale di circa 206 milioni di euro, in crescita rispetto all'anno precedente (di cui circa 65 milioni presenti su prodotti di risparmio). I clienti amministrati dall'ufficio sono oltre 7mila, inseriti in quattro portafogli: due dinamici e due personal. A guidare la squadra composta in tutto da 20 colleghi è la direttrice **Claudia Elena Giallonardo**, entrata in Poste nel 2015, prima come consulente finanziario, poi come consulente mobile e referente di zona presso la Filiale di Firenze 2, successivamente nel 2020 diventa la responsabile commerciale della Filiale di Arezzo. «Tutti i dati commerciali dell'ufficio sono positivi - spiega Claudia, che dal 2024 è la direttrice - l'andamento annuale dei vari comparti registra un raggiungimento pieno degli obiettivi assegnati con particolare accento su prestiti e polizze assicurative di protezione, oltre al comparto dell'energia sul quale abbiamo lavorato cercando di mantenere una produzione costante nel corso di tutto il 2025. La raccolta netta risparmio dell'ufficio risulta sostanzialmente in linea con l'anno precedente, mentre un incremento importante si registra nel comparto dei Buoni fruttiferi postali». Al fianco del direttore c'è la collaboratrice **Silvana Fabaro**: «I colleghi



Il team dell'ufficio postale dell'Aquila

dell'ufficio sono 19 più il direttore - sottolinea Silvana - di cui quattro consulenti, due collaboratori, due operatori front-end e undici operatori di sportello. Il mio compito è affiancare il responsabile nella gestione dell'ufficio in tutti i suoi aspetti. Per quanto riguarda l'andamento operativo dell'ufficio, gli indicatori riguardanti la conformità e la customer and digital experience risultano in netto miglioramento rispetto al 2024». In sala consulenza troviamo **Luca Giuliani**, 32 anni, da maggio 2024 titolare di uno dei portafogli dinamici dell'ufficio postale: «Seguo i clienti che detengono più di 100mila euro di patrimonio. Il ruolo del SCF dinamico è quello di gestire le masse presenti, sia in riferimento a nuovi investimenti, sia con il monitoraggio periodico e con l'eventuale sostituzione di prodotti migliorativi. In ogni caso la consulenza viene fatta a 360 gradi, proponendo, qualora fosse necessario per il cliente, prodotti di protezione e finanziamento». Una delle due operatrici front-end è **Paola Boglione**: «Cerchiamo di lavorare ogni giorno con passione e determinazione. L'unione e la collaborazione di tutti i colleghi costituiscono la vera forza dell'ufficio che ci ha consentito di crescere e migliorare in una sfida quotidiana nella gestione della clientela».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Giovanni Accusani Resp. Macro Area Mercato Privati Centro - Mercato Privati
Maria Grazia Floris Resp. Risorse Umane Filiale Nuoro - Macro Area Risorse Umane
Fausto Congiu Resp. Risorse Umane CS Cagliari - Macro Area Risorse Umane

Sul sito tgposte.poste.it

Teramo: Pierpaolo
e la laurea a 51 anni



Inquadra il QR Code
per leggere la storia
di Pierpaolo sul sito
tgposte.poste.it

REPORTAGE

Il Centro di distribuzione del quadrante sud ovest serve anche il noto complesso del Corviale Roma, dalla Street Art del Trullo al “serpentone”

Per il portalettere Andrea l'edificio lungo un chilometro e alto 9 piani è un'esperienza unica, dove le persone fanno la differenza



di **Alessandra Venzo**

In via Lenin, nel quadrante sud ovest della Capitale, si trova il Centro di distribuzione Roma Trullo, che consegna la posta a oltre 100mila abitanti. Un territorio esteso, che in quartieri come Corviale e Trullo, dalle caratteristiche architettoniche e residenziali complesse, richiede regole particolari. Operativi all'interno del Centro, 36 portalettere e due capisquadra oltre lo staff.

I volumi del CD

«Il CD serve un territorio articolato – racconta **Ermanno Cerioli**, direttore del CD – copriamo aree cittadine con alta densità abitativa e aree meno popolate e anche all'interno dell'area urbana le differenze sono molte. Passiamo dalla consegna ai portierati di Monteverde e Colli Portuensi a zone come Corviale e Trullo, dove è necessario il rapporto personale con i residenti. Ogni giorno consegniamo dai 500 ai 600 kg di posta indescritta, circa 1.400 raccomanda-



Il team del Centro di distribuzione Roma Trullo

te e 800 pacchi, che durante i Black Friday e le festività arrivano a triplicarsi». Tra i quartieri entrati nell'immaginario collettivo dei romani, un posto speciale spetta a Corviale, meglio conosciuto come il “serpentone”. Il complesso residenziale tra Via Portuense e Via della Casetta Mattei, risalente agli anni '70, è formato da un unico corpo lungo 986 metri per 9 piani: «Il quartiere è molto complesso – racconta lo specialista di produzione **Fabio Valente** – a Corviale, composto anche da un blocco minore chiamato “serpentino”, non ci sono citofoni né cognomi, o perché vandalizzati o perché non vogliono gli abitanti stessi; diventa importante la conoscenza delle persone da parte del titolare di zona, che sale direttamente ai piani. Si devono fidare, altrimenti la consegna diventa difficile se non impossibile». «Consegno a

2.500 famiglie da 25 anni – racconta **Andrea di Maulo**, titolare al serpentone – si fanno tante scale e si cammina molto a piedi lungo i 9 piani. Però mi piace consegnare a Corviale, la gente del quartiere fa la differenza a livello umano. Adesso c'è un ricambio generazionale, gli stranieri hanno cognomi difficili e questo complica la consegna». **Luciana Bucci** è invece titolare di zona ai lotti bassi del Trullo, dove la street art definisce e restituisce l'anima del quartiere. «Nella parte composta dai lotti vivono circa 5mila persone e la stessa famiglia abita anche in due indirizzi diversi perché le case fanno angolo – racconta Luciana – noi abbiamo mappato i lotti e sappiamo dove andare. Qui la maggior parte delle persone è anziana e il rapporto è basato sulla fiducia». Il contesto cambia invece nella zona Monte delle Capre del Trul-

lo, dove non ci sono lotti e l'età media dei residenti è più bassa: «Consegno a circa 1.000 famiglie, qui prima si affacciano per vedere chi è – racconta il portalettere **Riccardo Zanni** – bisogna chiamare “posta” sotto la finestra e strillare anche cosa stiamo consegnando». Con una flotta green composta da 31 veicoli elettrici, il CD Trullo «ha chiuso dieci obiettivi su 14, inoltre – sottolinea **Beatrice Sanapo**, responsabile Monitoraggio Qualità – sulla qualità percepita nella consegna dei pacchi abbiamo superato l'obiettivo con un punteggio di 62,5%. «È importante creare un buon clima – dicono i capisquadra **Barbara Corsini** e **Gianfranco Curti** – l'età giovane dei portalettere aiuta, sono più motivati e la metà è laureato».

Inclusione

“Ale con te” e le 10 borse di studio consegnate nella sede centrale all'Eur

Si è tenuta all'Eur la cerimonia di consegna delle prime 10 borse di studio assegnate da “Ale con te”, l'ente filantropico fondato dal collega Giorgio Fichera in memoria del figlio Alessandro, scomparso all'età di 18 anni dopo tre anni di coraggiosa lotta alla malattia. In collaborazione con l'Istituto Pacinotti-Archimede di Roma, ex scuola di Alessandro, “Ale con te” si impegna a offrire un sostegno concreto a giovani particolarmente meritevoli.

LA RETE DEGLI UP

Il bacino di riferimento è di 58mila abitanti

All'ufficio postale di Casalotti ora si fanno anche i passaporti

Ci sono quartieri a Roma che somigliano a grandi paesi. Uno di questo è Casalotti, alla periferia nord ovest della Capitale dove, tra palazzine basse e una vivace comunità, opera l'ufficio postale centrale; con sei sportelli doppio turno, sette operatori, un OFE, due consulenti, la Dup e una collaboratrice, l'up di Casalotti serve un bacino di 58mila persone.

La fiducia che genera risultati

«Sono direttrice dell'up da 7 anni e in Poste da 35 – racconta la Dup **Carla Boccanera** – su 12 risorse siamo 11 donne. Oggi abbiamo un patrimonio di oltre 200 milioni di euro, un traguardo raggiunto anche grazie agli investimenti assicurativi e ai risparmi gestiti, che hanno superato i 3 milioni netti

Il patrimonio ha superato i 200 milioni con un'impennata di investimenti e risparmi

triplicando l'obiettivo dell'anno scorso». A coordinare il personale a sportello c'è la collaboratrice **Valeria Vicini** che, con una peditività di circa 250 ingressi giornalieri, riesce a mantenere i tempi di attesa inferiori ai 15 minuti per l'80% delle persone servite: «Se consideriamo che siamo stati anche tra i primi uffici postali a Roma ad erogare il servizio passaporti, possiamo ritenerci più che soddisfatti dell'impegno e della professionalità di tutto lo staff». Una dedizione ripagata con l'affetto dei clienti, come l'anziano



I colleghi dell'ufficio postale di Casalotti

pensionato che ogni mese porta un cioccolatino per tutti, o la signora ultraottantenne che a carnevale si maschera e porta la pizza da mangiare insieme ai dipendenti dell'ufficio postale. «Lavoro a Casalotti da un anno – racconta la sportellista **Chiara Maria Macrì** – sono laureata in lingue e questo è stato per me un nuovo inizio, con tante cose da imparare. Casalotti ha un legame con i clienti molto forte e sono stata accolta con lo stesso abbraccio. Adesso gestisco anche il servizio passaporti, che impegna 22 slot a settimana; ne abbiamo consegnati già 325». Bilancio positivo anche per il Punto Poste Casa e Famiglia: «Dall'inizio dell'anno – racconta l'Ofe **Alessandra Di Battista** – abbiamo superato gli obiettivi con 496 Postepay emesse e 32 contratti PM Casa chiusi».

Rapporto di fiducia

«Faccio questo lavoro da 25 anni e da 16 a Casalotti – racconta **Maria Luisa Di Marco**, consulente dinamico – gestisco 700 clienti e per raggiungere questi risultati è fondamentale il rapporto di fiducia con le persone, ma si conquista negli anni. È fondamentale ridurre l'asimmetria informativa e garantire trasparenza ed efficienza. Per i Premium, che oggi sono 23, è importante spiegare da un lato i vantaggi a livello economico al cliente e dall'altro la psicologia della persona al consulente che lo prenderà in carico». Consulente personal da cinque anni a Casalotti, **Costanza Maciocca** conferma la ricchezza del quartiere, ponendo l'accento sull'acquisizione di nuova liquidità.

REPORTAGE

Il servizio nei paesi sperduti della provincia calabrese

I portalettere di Crotone
e le consegne dove
i citofoni non esistono

«Nelle campagne suoniamo
il clacson perché i citofoni non ci sono,
senza di noi lo Stato e le aziende
non potrebbero comunicare con i cittadini»,
sottolinea il postino Andrea



di Barbara Perversi

Con oltre 2.700 anni di storia, Crotone si adagia là dove lo stivale guarda il Mar Jonio. Qui Anna Maria Salerno guida da due anni un Centro Logistico articolato su altri quattro presidi di distribuzione e che serve anche il centro di recapito di Cirò Marina. Sono 69 le persone che lavorano sull'intero territorio crotone. Una sfida fisica e organizzativa che Anna Maria affronta con spirito indomito. «La porta della mia stanza è sempre aperta, devono poter parlare con me di qualunque cosa». Un grande impegno: «Oltre alla consegna nella città di Crotone, il prodotto viene lavorato e consegnato nei presidi di distribuzione di Petilia Policastro, Rocca di Neto, San Mauro Marchesato, Caccuri da cui i colleghi consegnano in altre 15 zone in totale, più due linee business».

Sulle strade di campagna

Gionathan Luchetta è portalettere titolare di parte di Isola di Capo Rizzuto e di contrada Sant'Anna. «Incontro soprattutto case sparse in campagna, tante aziende agricole a conduzione familiare. Non di rado consegna

la corrispondenza anche a pastori in mezzo alle greggi. Credo che la pubblicità più vicina ai cittadini sia proprio il portalettere». Andrea Soda, portalettere titolare della zona Gabella-Cantorato, in cui convivono una parte industriale e la campagna, spiega: «In campagna non essendoci citofoni, spesso devo suonare con il clacson: se nel frattempo sono ripartito, mi chiamano o fischiano. Nella zona industriale consegno molti pacchi ai dipendenti delle aziende. Mi sento un messaggero che fa da tramite con cliente e aziende multinazionali, lo Stato, la PA. Senza di noi questo collegamento non ci sarebbe». Giovanni Mancuso è linea mercato da agosto scorso. Come portalettere «ho compiti diversi nel lavoro preparatorio e gestisco volumi diversi, ad esem-



Il team del Centro logistico di Crotone

I NOSTRI RISULTATI

Reggio Calabria, la Polizia sceglie Fondo Poste Vita

I 160 vigili urbani e le loro famiglie potranno beneficiare del Fondo Salute grazie a un accordo collettivo

Prosegue con risultati concreti il percorso di collaborazione tra Poste e le pubbliche amministrazioni locali, nell'ambito delle attività di supporto e consulenza dedicate alla valorizzazione dei servizi per il territorio. A confermarlo è la recente iniziativa di welfare che ha coinvolto il comando della Polizia Locale di Reggio Calabria: l'Ente ha infatti scelto Poste Vita Fondo Salute per offrire una forma di assistenza sanitaria integrativa ai 160 dipendenti del Corpo e ai loro familiari. Grazie alla consolidata conoscenza del territorio e alla consulenza qualificata dei colleghi MIPA – capaci di valorizzare al meglio i punti di forza del Fondo sanitario integrativo di Poste – è stato sottoscritto un accordo per l'attivazione di una Polizza Collettiva della durata di tre anni. «La collaborazione continua e l'attenzione alle esigenze dell'Ente, unitamente alla qualità e alla solidità del Piano, sono stati fattori determinanti



Da sinistra: Francesca Mauro, Donato Angelo Cutrupi (Mipa), Virginia Caccuri, Ezolina Labate e Vincenzo Caridi

per arrivare alla stipula della convenzione», sottolinea Angelo Cutrupi, Venditore MIPA – Servizi Assicurativi. La polizza sottoscritta, offerta da Poste Vita e Poste Assicura, garantisce una tutela sanitaria ampia e flessibile: prestazioni ospedaliere (ricoveri, interventi chirurgici, assisten-

za), diagnostica di alta specializzazione, radiologia tradizionale e ultrasonografia, visite specialistiche e ambulatoriali, sia in forma diretta nelle strutture convenzionate sia in forma indiretta con rimborso delle spese sostenute. Previsti rimborsi anche per le cure dentarie di base e per l'acqui-

sto di lenti e protesi oculari. Con questo accordo, Poste rafforza ancora una volta il proprio ruolo di partner strategico della PA: un impegno quotidiano per intercettare e soddisfare in modo puntuale e qualificato le diverse esigenze del territorio e degli Enti locali.

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Gaetana Treppiedi	Resp. Macro Area Mercato Privati Sud - Mercato Privati
Roberto Nappi	Resp. Polo Tecnologico Sud - DTO/IT/Field Service Management
Canio Rutigliano	Resp. Processi e Qualità CS Bari - Macro Area Logistica
Claudio Forte	Resp. Produzione CS Bari - Macro Area Logistica
Elena Tauro	Resp. Qualità Ram 1 S1 - Macro Area Logistica
Fioravante Ferrara	Resp. Produzione Ram 1 S - Macro Area Logistica
Annalisa Abruzzese	Resp. Produzione Ram 1 S1 - Macro Area Logistica
Gianpiero Fasciano	Resp. Spoke Centro Servizi Bari - DTO/CO/GCOSA

pio, con consegna dei pacchi e ritiro di spedizioni e resi presso i tabaccai. La mia auto non si svuota mai. Poste arriva anche in paesini sperduti dove i numeri di rientro sono minori ma il servizio è universale».

Una macchina che non si ferma mai

Matteo Asteriti è linea business da marzo 2024. Si occupa di pacchi, raccomandate veloci, prodotti con affido forte. «Nella mia esperienza ho incontrato tutta la clientela di Poste – racconta: il valore del portalettere è nella comunicazione con gli utenti. Questo perché ormai il recapito, più di altri lavori è tutto, il mondo si basa sul recapito». Adolfo De Miglio e Carmine Esposito, capisquadra, hanno come principale obiettivo la sicurezza dei colleghi e dei veicoli: «Soltanto a Crotone abbiamo 11 veicoli elettrici, una decina di Panda e 8 furgoni Fiorino. Nei Pdd 10 Panda, 6 Fiorino e un Mymoover» racconta Carmine. Adolfo delinea giornate dense tra controlli e affido dei veicoli a seconda della zona da servire e i controlli settimanali dell'intero parco veicoli anche nei Pdd, di cui il più lontano dista un'ora di viaggio. Davide

Stillitano è lo Specialista Produzione da settembre, dopo un percorso di Blooming che lo ha portato anche in Ram a Reggio Calabria. «Per me significa mettere le mie capacità a disposizione di tutti. E sostengo e indirizzo la sala: la logistica è una catena temporale, una macchina che non si ferma mai». Vincenzo De Marco è Monitoraggio qualità da settembre. «Un mondo nuovo: vedo e gestisco i processi e l'organizzazione del prodotto». Anna Maria Salerno, alla terza esperienza da responsabile, è molto soddisfatta dello staff praticamente rinnovato in toto negli ultimi mesi. «Quando sono entrata in Poste, la logistica mi è entrata nel sangue. Bisogna viverla, sono tanti gli aspetti da affrontare e gestire. In azienda mi sono realizzata».

Sul sito tgposte.poste.itAntonietta, portalettere
fra i templi di PaestumInquadra il QR Code
per vedere il servizio
del TG Poste

REPORTAGE

L'ufficio postale del centro ha 3.500 clienti su 5.000 residenti

Con il coworking e il digitale
Taormina ha convinto i giovani

Liberi professionisti e lavoratori-villeggianti occupano le postazioni con vista Etna nei locali un tempo adibiti allo smistamento. Tanti gli "under" che frequentano gli sportelli grazie alle app

Depositi e investimenti in crescita, spazi per il coworking e il progetto Polis, fanno dell'ufficio postale di Porta Catania, a Taormina, un ufficio con tutte le carte in regola per avvicinarsi alle esigenze dei cittadini. Con nove dipendenti, in doppio turno, questa sede gestisce 5.100 clienti e un patrimonio di 75 milioni di euro, concentrato soprattutto su libretti di risparmio e buoni fruttiferi postali (42 milioni), seguiti da fondi di investimento (30 milioni) e altri prodotti finanziari. **Gianluca La Face**, che da cinque anni è il giovane e brillante direttore, conosce bene la sua terra e la clientela: «Gestiamo soprattutto i 3.500 residenti del centro storico. Giovani attratti dai servizi PostePay, pensionati, imprenditori del settore turistico e lavoratori stagionali tra cui numerosi extracomunitari, soprattutto cingalesi e bengalesi». Considerato il rapporto tra residenti e clienti circa il 70% dei taorminesi del centro è cliente di Poste Italiane, un dato in linea con quello di molte città del Centro Sud, che potrebbe crescere ancora grazie al progetto Polis: «Non si tratta di semplici innovazioni o di qualche servizio in più. Arricchiscono l'immagine degli uffici postali e ci avvicinano ai cittadini che finiscono per fidelizzarsi anche come clienti», sostiene il Dup.

Certificati più facili e veloci

In questo ufficio, uno dei settemila di Polis, è stato registrato un interesse crescente, desti-



Il team dell'ufficio postale di Porta Catania a Taormina

nato ad aumentare, quando sarà disponibile anche il servizio passaporti. Già attivo nel resto del Paese. L'ex centro di smistamento, attiguo all'ufficio postale è stato trasformato in uno spazio per il coworking con venti postazioni di lavoro ecosostenibili, dotate di wifi, stampanti, sala break e una terrazza con vista sull'Etna. Già affittate a costi contenuti, per brevi o lunghi periodi, a liberi professionisti e lavoratori-villeggianti da remoto, fanno parte di una rete interconnessa, composta da uffici e sale formazione dislocate in 250 immobili in tutta Italia. Poste Italiane, infatti, punta a essere il primo operatore nazionale

di coworking e un punto di riferimento per le nuove forme di lavoro a distanza.

Tradizione e investimenti

Valeria Giuffrida lavora in Poste dal 2014, e, insieme a **Melania Chillemi**, che sta ultimando il periodo di affiancamento, descrive la tendenza degli investimenti in lieve crescita: «Anche se si avverte il peso della tensione geopolitica, i clienti continuano a investire, seppur con prudenza, in polizze vita, fondi e nei tradizionali buoni fruttiferi postali». Per i giovani, però, la situazione è diversa. Il motore economico della città è

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Giulio Iandiorio Resp. Macro Area Mercato Privati Sicilia - Mercato Privati

il turismo e il turismo produce soprattutto posti di lavoro a tempo determinato. «Negli ultimi anni - continua Giuffrida - la tendenza sembra essersi leggermente attenuata grazie a contratti più lunghi. Tuttavia, per i giovani, investire rimane difficile. A causa della precarietà, gli consigliamo soprattutto piani di accumulo o piani di previdenza». Gli operatori del front end fanno preventivi sui servizi telefonici e le tariffe energetiche, spiegano modalità di pagamento e i vantaggi delle tariffe fisse, che poi vengono "conguagliate" a fine anno, ma non sempre è facile convincere solo con i numeri. **Romina Sgignorino**, Ofe presso questo ufficio, racconta che «a convincere i clienti sono fiducia, trasparenza e disponibilità. Spesso, facciamo anche servizio assistenza e chiamiamo il numero verde insieme a loro per risolvere i problemi». Con i giovani, possessori di carta Postepay, il suo lavoro sembra più facile: «Sono abituati a usare le app e di recente sono attratti dalla possibilità di trasformare in cashback i giga non utilizzati della sim, abbinata alla Postepay». Traduzione: i minuti di telefonate non consumate si trasformano in denaro che ritorna sulla loro carta prepagata.

Cartoline e francobolli

Alessandro Mangano, sportellista, da vent'anni in Poste ma solo da pochi mesi a Taormina, riferisce che tra le particolarità del suo lavoro c'è la vendita dei francobolli ai turisti stranieri che non hanno ancora perso l'abitudine di scrivere cartoline. La vendita è in media di quaranta francobolli al giorno che viaggiano su stampe dirette in Cina, Australia, Nuova Zelanda, Stati Uniti, ma anche verso altre nazioni europee. Nella vita degli italiani, le cartoline sono state sostituite dalle foto sui social e dagli invii di Whatsapp e sembra si siano quasi del tutto estinte; a Taormina, invece, forse per la bellezza della città, forse per il romanticismo dei turisti stranieri sono ancora vive.

LE NOSTRE STORIE

L'UP di Messina VR ha salvato la vita di un cliente

La telefonata di un anziano solo ha attivato una catena di interventi: «Il giorno dopo lo staff medico ci ha ringraziato»

Sono da poco passate le nove di sera quando il cellulare di servizio di **Luisa Gennalia** inizia a squillare. Una chiamata inaspettata, ben oltre l'orario di lavoro, e quell'istinto professionale e umano che spinge comunque a rispondere. Dall'altro capo del telefono la voce sofferente e affannata del signor Francesco, cliente storico dell'ufficio Messina VR. L'uomo, che già conviveva con crisi depressive e un profondo senso di solitudine, non sapeva di avere un infarto in corso, ma nel momento più critico aveva scelto di chiedere aiuto proprio alla direttrice del suo ufficio postale, una figura diventata nel tempo rassicurante e familiare. «Faceva



molta fatica a parlare ma, conoscendo la sua situazione personale, ho capito subito che si trattava di un'emergenza», racconta Luisa che ingaggia una corsa contro il tempo. «Era tardi e non ricordavo con precisione la zona in cui viveva, però sentivo di non poter commettere errori». La direttrice agi-

sce senza esitazioni: contatta **Lavinia Bonelli**, collega della Filiale Messina 1 Città, per recuperare da remoto i dati anagrafici e l'indirizzo del cliente da fornire ai soccorsi. Intanto allerta il 118 e le forze dell'ordine condividendo le informazioni disponibili in quel momento e il numero di cellulare

dell'uomo. Il suo sesto senso si rivela decisivo: pur in stato confusionale, Francesco risponde alla chiamata degli operatori di emergenza che riescono a intrattenerlo al telefono consentendo ai soccorritori di localizzare la sua abitazione e intervenire tempestivamente. «Il giorno dopo ho ricevuto la telefonata dei suoi familiari che hanno voluto ringraziarmi anche a nome dello staff medico del Policlinico di Messina», rivela commossa la direttrice. «Per fortuna è arrivato in ospedale in tempo e sapere di aver contribuito a salvarlo è per tutti noi motivo di grande orgoglio». Oggi il signor Francesco è in ripresa e non smette di ripetere a medici e conoscenti quanto grande sia il suo legame con chi lo ha aiutato: «Poste Italiane è la mia famiglia». Parole semplici che però confermano la vocazione più autentica di Poste: non solo azienda di servizi, ma soprattutto presidio sociale diffuso, capace di intrecciare relazioni di fiducia, vicinanza e ascolto con milioni di cittadini, in ogni angolo del Paese.

L'iniziativa "Camera con vista" mette a disposizione dei dipendenti 17 diverse location

Da Capri a Lipari ecco i colleghi in vacanza negli alloggi di Poste

Oltre 1.000 i dipendenti coinvolti nei soggiorni offerti dall'Azienda

di **Francesca Turco**

Nata nel 2019, "Camera con vista" è l'iniziativa di Poste che offre ai dipendenti con requisiti specifici l'opportunità di prenotare una settimana di soggiorno gratuito presso uno dei 17 appartamenti messi a disposizione dall'azienda. Le case vacanza, ex alloggi di servizio riqualificati, sono a Capri, Anacapri, Forte dei Marmi, Nettuno, Lipari, Soverato, Favignana, Chianciano Terme, Cernobbio, Jesolo e Sant'Anna di Valdieri. A questi se ne aggiungeranno altri quattro a Ostia Lido, Aldeno (Trento), Porto San Giorgio (Fermo) e Vasto (Chieti), fanno sapere dal team della funzione Immobiliare, composto da Gian Marco Emanuel Fortunato e Alessia Andracchio, che segue il progetto con i colleghi di Comunicazione Interna. I numeri in costante crescita raccontano il successo di questa iniziativa di welfare aziendale: sono oltre 1.000 i dipendenti che hanno organizzato dal 2019 le proprie vacanze con "Camera con vista", per un totale di oltre 4.300 persone considerando i nuclei familiari.

Marinella Franzonello

Abbiamo vissuto una settimana speciale a **Lipari**: il sogno di mio figlio che pesca col gozzo e l'emozione di vedere i delfini. Una vacanza che ci ha riempito di gioia e che porteremo nel cuore.



Yvonne Passamonti

Nel mese di luglio ho avuto l'opportunità di visitare **Capri** con mio fratello. Esperienza più che positiva: la casa molto carina e curata, il personale che ci ha accolti molto gentile.



Maria Ludovica Anastasi

Partecipare al progetto "Camera con vista" è stato un privilegio che mi ha permesso di vivere momenti unici sulla splendida isola di **Capri**. Ho percepito concretamente l'attenzione e la cura che Poste riserva ai propri dipendenti.



Sara Bartolucci

L'appartamento è in un ufficio postale d'epoca molto suggestivo a **Sant'Anna di Valdieri**, un piccolo borgo nella Valle Gesso, nelle Alpi Marittime. La località è perfetta per chi cerca relax, natura, escursioni verso laghi alpini, cime o rifugi.



Sonia Brossi

Siamo stati benissimo. **Sant'Anna di Valdieri** è un posto incantevole in un piccolo paesino attrezzato. Appartamento comodo, pulito, accessoriato. È stata un'esperienza molto positiva.



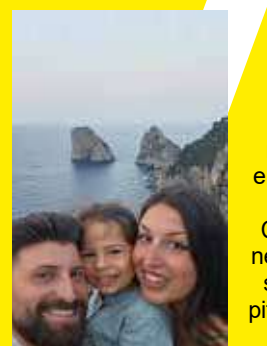
Sara Bellotti

Conosco bene **Jesolo** frequentandola spesso per weekend o brevi vacanze ma mai avevo visto l'appartamento di Poste, nuovo con tutti i comfort proprio di fronte alla ruota panoramica. È stata la prima vacanza in tre, ricca di prime volte.



Maria Rosaria Capasso

Capri è stata indimenticabile, ricca di emozioni e momenti di pura spensieratezza. Ci siamo immersi nelle sue stradine, scoprendo scorci pittoreschi e panorami mozzafiato.



Laura Chirico

Grazie all'iniziativa Camera con vista, siamo sbarcati a **Capri**! L'alloggio era luminoso e spazioso. Trovandosi sotto l'ufficio postale, i colleghi ci davano il buongiorno vedendoci fare colazione in terrazza.



Nicolina Coppola

Ho visitato **Lipari** con mio marito. L'isola è meravigliosa, con un'organizzazione impeccabile e la sorpresa del murales dedicato ai portalettere: un'esperienza indimenticabile. Ringrazio Poste per l'opportunità.



Domenico Geraci

La mia vacanza a **Capri** è stata indimenticabile: ho soggiornato a 10 metri dalla piazzetta, tra panorami spettacolari e tramonti mozzafiato. L'appartamento, con una vista incredibile, resterà per sempre nel mio cuore.



Adriana Federico

Ho avuto la possibilità di scoprire **Lipari** con la mia famiglia nella settimana dei festeggiamenti del santo patrono, grazie al pernottamento nell'appartamento situato al centro dell'isola.



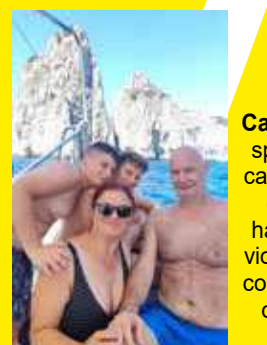
Natalia Fratticci

Grazie a Camera con vista abbiamo soggiornato a **Nettuno** "Il porto" a due passi dal mare, venendo dalla montagna la mia bambina è stata felicissima. Spero di riuscire a visitare un'altra località di mare anche il prossimo anno.



Carla Martufi

Siamo stati a **Capri**: è stata un'esperienza fantastica! L'appartamento è comodissimo e ha davanti il Vesuvio! Isola fantastica con un mare splendido e tanti scogli da cui tuffarsi.



Elena Murazzano

Mare cristallino, spiagge e calette da sogno, gite in barca e ottimo cibo. Una vacanza meravigliosa a **Favignana**, in un bellissimo alloggio in pieno centro, vissuta grazie a Camera con vista di Poste italiane.



Luca Pavan

Un grazie a Poste per averci regalato un soggiorno stupendo a **Favignana**. Abbiamo potuto trascorrere una settimana indimenticabile tra mare cristallino e momenti di pura felicità, immersi nella bellezza.



Marialuisa Ricca

Capri è stata una vacanza che ci è rimasta nel cuore: mare cristallino, panorami mozzafiato e vicoli pittoreschi pieni di fascino. L'appartamento con vista mare ha reso il soggiorno ancora più speciale.



Alessio Terzo

Ho avuto l'opportunità di visitare oltre **Cernobbio** anche la città di Como e Bellagio, Chiasso e Lugano. Io che sono appassionato di fotografia ho ripreso la bellezza dei panorami.



Sessanta direttori di testate nazionali e locali in giuria, la premiazione si è tenuta a Casina Poste

Premio TG Poste, così valorizziamo i giovani talenti del giornalismo

La vincitrice della seconda edizione è la 29enne Bianca Michelangeli, che volerà a Londra per una borsa di studio. Premiati anche Alessio Garzina e Francesco Gaudiosi. L'AD Del Fante. «L'eccellenza è cruciale nella nostra cultura aziendale»



Da sinistra, in piedi: Massimo Martinelli (Il Messaggero), Antonio Pitoni (La Notizia), Alexander Jakhnagiev (Vista), Emiliano Fittipaldi (Il Domani), Peter Gomez (Ilfattoquotidiano.it), Guido D'Ubaldo (Odg Lazio), il DG di Poste Giuseppe Lasco, l'AD di Poste Matteo Del Fante, Luciano Fontana (Corriere della sera), Luciano Tancredi (La Nuova Sardegna), la presidente di Poste Silvia Maria Rovere, Deborah Compagnoni, Davide Desario (Adnkronos), Emilio Carelli (L'Espresso), Roberto Sommella (MF Milano Finanza), Franco Bechis (Open), Fabrizio Nicotra (Leggo), Roberto Giovannini (Huffpost), Guido Vaciago (Tuttosport), Fabio Vitale (Sky TG24), Claudio Cerasa (Il Foglio), Fiorenza Sarzanini (Corriere della Sera), Agnese Pini (QN - La Nazione - Il Giorno - Resto del Carlino), Ivan Zazzaroni (Corriere dello Sport), Francesco Cancellato (Fanpage), Walter Galbiati (La Repubblica), il direttore della comunicazione di Poste Paolo Iammatteo. In basso: Mario Sechi (Libero), i tre premiati Francesco Gaudiosi, Alessio Garzina e Bianca Michelangeli, la Responsabile Media Relation di Poste Federica De Sanctis, Luigi Contu (Ansa). Alla cerimonia erano presenti anche Fabio Carducci (Il Sole 24 Ore), Luca Telese (Il Centro) e Roberto Napoletano (Il Messaggero)

La seconda edizione del Premio TG Poste va in archivio con un boom di candidature e la vittoria di Bianca Michelangeli, giornalista romana di 29 anni. La sua proclamazione è avvenuta lo scorso 3 dicembre alla Casina Poste di Roma alla presenza dei vertici di Poste Italiane e di una vasta rappresentanza di direttori di testate nazionali e locali di stampa, tv e web. Michelangeli riceverà una borsa di studio per un corso di alta formazione alla London School of Journalism. Secondo la Giuria dei Direttori la vincitrice si è distinta «per aver raccontato con chiarezza e sensibilità il divario digitale attraverso tre generazioni, mostrando come gli strumenti di Poste Italiane possano favorire inclusione, consapevolezza e opportunità per tutti». I primi tre classificati sono stati premiati dai vertici di Poste Italiane: ora Bianca vivrà un'esperienza professionale nell'area Comunicazione di Poste Italiane insieme agli altri finalisti, Alessio Garzina, (28 anni, Roma) e Francesco Gaudiosi (29 anni, Napoli).

Opportunità per i giovani talenti
«Faccio le mie congratulazioni alla vincitrice e ai finalisti di quest'edizione – ha

La Presidente Rovere:
«Un riconoscimento credibile e prestigioso nel mondo giornalistico»

commentato la Presidente di Poste Italiane, Silvia Maria Rovere – Sono molto soddisfatta del gran numero di candidati, soprattutto donne, che anche quest'anno ha voluto concorrere al Premio, segno della credibilità e del prestigio che quest'iniziativa ha ottenuto nel campo giornalistico». Nel suo intervento dal palco del premio, la Presidente ha sottolineato l'importanza della verifica delle notizie e si è detta contenta di poter dare – con questa iniziativa – «opportunità ai giovani talenti».

Poste e la comunicazione

Di talento ha parlato anche l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante, ricordando che «Poste Italiane è impegnata a investire nell'eccellenza e a porre i giovani talenti al centro della propria strategia di innovazione. L'eccellenza per noi non è

solo un obiettivo, ma uno degli elementi cruciali della nostra cultura aziendale. La comunicazione, in particolare, è un'area chiave e con soluzioni narrative originali informiamo tutti i giorni i cittadini, gli azionisti e gli stakeholder con la massima trasparenza e chiarezza».

Il tributo agli sport invernali

All'evento di premiazione è stato presentato anche il calendario filatelico del 2026 dedicato agli sport invernali con l'obiettivo di valorizzare atleti e discipline che rappresentano l'eccellenza italiana, e in vista di Milano Cortina. Tra gli ospiti della serata, anche l'ex sciatrice Deborah Compagnoni, prima atleta ad aver vinto una medaglia d'oro in tre diverse edizioni dei Giochi olimpici invernali nella storia dello sci alpino.

Giornalista dell'anno



Durante la cerimonia, il direttore del Corriere della Sera Luciano Fontana ha ricevuto il premio «Giornalista dell'anno» per i suoi 10 anni alla guida del quotidiano.

L'iniziativa THUN per Poste ha conquistato i cuori dei colleghi

L'iniziativa THUN per Poste anche quest'anno ha conquistato i cuori dei colleghi e delle colleghe di tutta Italia, trasformandosi in un vero successo che celebra la nostra identità. Le figure in ceramica dedicate al mondo Poste – la portalettere, l'operatore di sportello e l'addetto alla logistica – sono entrate nelle case, portando il racconto della nostra quotidianità e dei valori che ci contraddistinguono: vicinanza alle persone, qualità del servizio e impegno costante. Questa collezione speciale non è solo simbolo del nostro lavoro, ma anche di responsabilità: scegliendo le consegne tramite Rete Punto Poste, infatti, abbiamo contribuito a ridurre le emissioni e a favorire una logistica più sostenibile. Un'iniziativa che ci rappresenta e che arricchisce la nostra collezione.



Corso TA

Il futuro delle investigazioni passa dal know-how delle nostre persone

È giunto al termine il “Corso di Alta Formazione-Tecniche investigative” con la cerimonia di consegna degli attestati che si è tenuta a Casina Poste. Ecco gli argomenti del percorso formativo



di **Angelo Lombardi**

Poste Italiane ha completato l'aggiornamento delle linee di indirizzo del Sistema Normativo di Gruppo. La nuova versione della Linea Guida “Sistema Normativo Aziendale” e della Procedura “Gestione Documenti”, approvate dall'Amministratore Delegato e dal Direttore Generale, rafforzano il modello di governance e il presidio dei processi normativi di Gruppo, in coerenza con il Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi (SCI-GR). L'aggiornamento consolida i principi di rife-

rimento, l'architettura del Sistema e il ciclo di vita delle classi documentali, definendo con maggiore chiarezza ruoli, responsabilità e regole di recepimento da parte delle Società del Gruppo. Tra le principali novità: rivisitazione dei flussi di comunicazione, revisione dei livelli approvativi, con l'introduzione del Direttore Generale, e perfezionamento del processo di gestione, anche grazie all'integrazione di criteri di redazione “Dyslexia Friendly”. Il nuovo impianto normativo rappresenta un fattore abilitante per il raggiungimento degli obiettivi aziendali, l'integrazione dei controlli in ottica risk based e la standardizzazione

delle regole a livello di Gruppo, assicurando coerenza, efficienza e compliance integrata. Tali documenti inoltre costituiscono un elemento fondante dei Sistemi di Gestione Certificati adottati dal Gruppo. Definiscono, infatti, modalità standardizzate di gestione dei documenti normativi, assicurandone il controllo, la reperibilità e l'aggiornamento in conformità a quanto richiesto dalle norme internazionali ISO. Rappresentano pertanto uno dei principali elementi di integrazione dei sistemi di gestione, assicurando una governance unitaria e il presidio del processo di gestione dei documenti normativi.

Poste Italiane aggiorna il Sistema Normativo



Il Gruppo Poste Italiane ha completato l'aggiornamento dei Documenti del Sistema Normativo Aziendale, approvato dall'AD e dal DG. La nuova versione della Linea Guida “Sistema Normativo Aziendale” e della Procedura “Gestione Documenti” rafforza il modello di governance e il presidio dei processi normativi di Gruppo, in coerenza con il Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi (SCI-GR). L'aggiornamento consolida i principi di riferimento, l'architettura del Sistema e il ciclo di vita delle classi documentali, definendo con maggiore chiarezza ruoli, responsabilità e regole di recepimento da parte delle Società del Gruppo. Tra le principali novità: flussi di comunicazione più chiari, revisione dei livelli approvativi con l'introduzione del Direttore Generale, e perfezionamento del processo di gestione, anche grazie all'integrazione di criteri di redazione “Dyslexia Friendly”. Il nuovo impianto normativo rappresenta un fattore abilitante per il raggiungimento degli obiettivi aziendali, l'integrazione dei controlli in ottica risk based e la standardizzazione delle regole a livello di Gruppo, assicurando coerenza, efficienza e compliance integrata. Tali documenti inoltre costituiscono un elemento fondante dei Sistemi di Gestione Certificati adottati dal Gruppo. Definiscono, infatti, modalità standardizzate di gestione dei documenti normativi, assicurandone il controllo, la reperibilità e l'aggiornamento in conformità a quanto richiesto dalle norme internazionali ISO. Rappresentano pertanto uno dei principali elementi di integrazione dei sistemi di gestione, assicurando una governance unitaria e il presidio del processo di gestione dei documenti normativi nonché la tracciabilità dei relativi flussi.

Safety Academy, ecco i 29 “alfieri” della sicurezza

Si è conclusa lo scorso 17 ottobre a Roma la terza edizione della Safety Academy, il percorso formativo promosso congiuntamente dalle funzioni RUO, Tutela Aziendale e PCL, per rendere la sicurezza un valore sempre più condiviso. Ventinove i colleghi (responsabili di Gestioni Operative e Ingegneria nell'ambito della funzione PCL e responsabili di Area e di HUB di SDA) che hanno partecipato alle 5 tappe dell'evento. Di grande impatto gli appuntamenti riservati alla prova di guida sicura nell'autodromo di Vallelunga a Roma, l'esperienza sensoriale vissuta presso l'Istituto dei ciechi a Milano e lo spettacolo teatrale in cui sono state raccontate storie di vittime, dirette o indirette, della mancanza di una vera cultura della sicurezza, sul lavoro così come nella vita quotidiana. I partecipanti all'evento ora sono chiamati a diventare protagonisti attivi di un cambiamento culturale, diffondendo i valori della sicurezza in tutte le realtà aziendali.



Postenews

il giornale del Gruppo Poste Italiane



CONSULTA
L'ARCHIVIO
DIGITALE DI
POSTENEWS



COME NASCE
POSTENEWS

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. La redazione di Postenews cura i contenuti del quotidiano online www.tgposte.poste.it

DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO

DIRETTORE COMUNICAZIONE
PAOLO IAMMATTEO

DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPORALE

REDAZIONE
RICCARDO PAOLO BABBI
MARIANGELA BRUNO
MANUELA DEMARCO

CARLA FALCONI
ANGELO LOMBARDI
BARBARA PERVERSI
ERNESTO TACCONE
FRANCESCA TURCO
ALESSANDRA VENZO
GRAFICA ED EDITING
AGENZIA
GIORNALISTICA
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI
ARCHIVIO STORICO

DI POSTE ITALIANE
9COLONNE
ANSA
IStock

HANNO COLLABORATO
FILIPPO CAVALLARO
MARCELLO LARDO
ISABELLA LIBERATORI
PAOLO PAGLIARO



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 7 GENNAIO 2026

Posteitaliane

PREMIUM LOGISTICS PARTNER



Posteitaliane

POSTE ITALIANE E I SUOI SERVIZI STANNO ARRIVANDO AI GIOCHI DI MILANO CORTINA 2026.

Poste Italiane è Premium Logistics Partner dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali.
Ancora una volta in primo piano nella storia dell'Italia.

Posteitaliane



PREMIUM PARTNER