

IL NOSTRO LAVORO VERSO IL FUTURO

Rinnovato il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti di Poste l'AD Del Fante: «È la base per il nostro domani». Ecco i dettagli dell'accordo



LOGISTICA

Operazione e-commerce: ecco il maxi-hub di Landriano



IL GENERALE ARBORE

«Poste e Guardia di Finanza, azione comune per la legalità»



IL PREFETTO RIZZI

«Il presidio del territorio: Poste e Polizia operano insieme»



FILATELIA

Il francobollo delle Fiamme Gialle e la corsa di Tortu verso le Olimpiadi



L'ITALIA CON POSTE SUL TETTO D'EUROPA

Successo storico agli Europei per la Nazionale: Poste Italiane ha camminato al fianco dei ragazzi di Mancini. Scopriamo un ritratto d'autore del Ct e l'impegno del Gruppo nella sponsorizzazione

il nostro lavoro

Le parole dell'Amministratore Delegato Matteo Del Fante dopo l'accordo con i sindacati

«Ognuno ha fatto la sua parte: il nuovo contratto di Poste è una dimostrazione d'amore»

L'intesa è stata raggiunta il 23 giugno scorso: «Siamo orgogliosi del lavoro svolto e dell'impegno di tutti i dipendenti. I difficili mesi della pandemia hanno messo a dura prova la logistica e gli Uffici Postali, l'Azienda non si è mai fermata e questo è stato riconosciuto»

Il 23 giugno scorso il Gruppo Poste Italiane ha rinnovato il Contratto Collettivo di Lavoro per tutto il personale non dirigente. Il nuovo contratto sarà valido fino al 2023. L'accordo è stato siglato insieme a tutte le sigle sindacali: un segnale importante che assume un significato ancor più forte in questo anno e mezzo segnato dal Covid. «Ognuno ha fatto la propria parte, con un grande senso di responsabilità», ha commentato l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante, intervenendo nelle ore successive al TG Poste. «È stata una nuova dimostrazione di amore per l'Azienda, e ne siamo molto orgogliosi - ha esordito l'AD - Devo assolutamente ringraziare le sigle sindacali, perché in questi mesi ci sono stati anche momenti non facili, in cui abbiamo pensato di non farcela».

Incontro a metà strada

Del Fante ha sottolineato come l'accordo sia stato possibile grazie a un incontro a metà strada, frutto di «un gesto di maturità da parte loro e sforzi da parte nostra, che sono andati anche oltre quello che avevamo pianificato e annunciato, in qualche maniera, ai mercati già a marzo. Però i lavoratori vengono prima di tutto e l'Azienda c'è perché ci sono i dipendenti di Poste». «Insieme al Condirettore Giuseppe Lasco e al Responsabile delle Risorse Umane, il dottor Scappini, questo è il secondo contratto importante - ha evidenziato ancora - Ci tengo a dirlo perché il primo contatto, del 2017, riprendeva e ritoccava per la prima volta i minimi contrattuali».

Incrementi salariali

Poi l'Amministratore Delegato è sceso nel dettaglio di alcuni aspetti contrattuali: «Tutti i dipendenti sanno che c'è una componente di *una tantum* da una parte e una componente di minimo dall'altra, che tocca proprio la busta paga. Di fatto, prima di questo Consiglio di Amministrazione, cioè prima della nostra presenza,



Matteo Del Fante, Amministratore Delegato di Poste Italiane

i minimi erano fermi al 2012. Con questa seconda firma arriviamo ad avere gli aumenti contrattuali concordati fino al 2023. Quindi, ciò che abbiamo fatto oggi ha garantito 11 anni di incrementi salariali per i nostri dipendenti».



Poste e il Paese

Del Fante si è poi soffermato sul ruolo svolto da Poste e da tutti i suoi dipendenti nel momento di estrema difficoltà vissuto dal Paese, quando si è trovato catapultato nell'occhio del ciclone pandemico. «I no-

stri colleghi hanno dato un contributo unico a quello che il Paese ha vissuto - ha fatto notare - Lo dico ancora una volta, perché non mi stancherò mai di dirlo: Poste non si è mai fermata. Questo doveva essere riconosciuto a chi ha dimostrato grande dedizione e attaccamento all'Azienda». «Ci sono momenti in cui l'Azienda c'è stata, con i dispositivi di sicurezza, con tutta la proflessione che abbiamo messo a disposizione dei dipendenti - ha aggiunto - Però non era scontato che tutti dessero quel tipo di contributo nella logistica e negli Uffici Postali nei frangenti più difficili della pandemia. Quindi ci sono stati momenti in cui l'Azienda ha ricevuto questo impegno e il contratto è un momento in cui l'Azienda lo ha riconosciuto. Come in tutte le relazioni, a volte ci sono aperture di credito che si devono fare anche un po' in bianco».

L'acquisizione di Tink

Nel suo intervento, l'Amministratore Delegato ha parlato anche di un altro successo di Poste: la cessione a Visa della partecipazione di PostePay in Tink, l'innovativa piattaforma di open banking che ha fruttato al Gruppo una plusvalenza di 53 milioni di euro in appena 18 mesi. «Dall'esterno potrebbe sembrare una piccola cosa, perché parliamo di una operazione da 80 milioni di euro complessivi, ma è un segnale che abbiamo grandi competenze in Azienda - ha voluto ricordare - Perché 18 mesi fa questa azienda svedese era sul mercato e qualunque operatore avrebbe potuto sceglierla. Poste la aveva individuata come un'azienda dal grande futuro e aveva deciso di investire 22 milioni di euro, che diventeranno 80 in 18 mesi». «È un ottimo capital gain ma soprattutto è un indicatore molto positivo della capacità del nostro management - ha proseguito - Non mi prendo credito, sono i collaboratori di PostePay e dei nostri sistemi informativi, in particolare l'ingegner Mischiatti e il dottor Siracusano, che hanno individuato questa opportunità 18 mesi fa quando era disponibile per tutti».

DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO
DIRETTORE COMUNICAZIONE
PAOLO IAMMATTEO
DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPORALE

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

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

9COLONNE
ANSA
ISTOCK
HANNO COLLABORATO
A QUESTO NUMERO
Filippo Cavallaro
ANGELO FERRACUTI
MARCELLO LARDO

ISABELLA LIBERATORI
PAOLO PAGLIARO
GIANLUCA PELLEGREINO
LUISA SAGRANTI
PIERANGELO SAPEGNO
LUCA TELESSE
POSTE NEWS
REGISTRAZIONE

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

 Crescere sostenibili.
Per un 2030 a zero emissioni

 MIX
From responsible sources
FSC® C101805

CHIUSO IN REDAZIONE
IL 13 LUGLIO 2021

Seguici ogni giorno su www.postenews.it

L'analisi del CCNL firmato lo scorso 23 giugno e del contesto in cui si è sviluppato

Un'intesa di valore sociale che parla a tutta l'Italia

Il rinnovo del contratto del Gruppo Poste rappresenta il primo significativo segnale di un ritorno alla normalità delle relazioni industriali dopo il trauma della pandemia. E traccia una direzione nel settore della logistica e nel presente e futuro del Paese

di PAOLO PAGLIARO

 Il nuovo contratto di lavoro del Gruppo Poste Italiane ha una valenza sociale importante per diversi motivi. È una conferma del ruolo centrale del sistema di relazioni industriali del gruppo Poste anche in un contesto difficile come quello della pandemia. Rispecchia la profonda trasformazione del modello di impresa in atto nel Gruppo. È di grande spessore per i suoi contenuti economici e normativi. E infine – coniugando efficienza e dignità del lavoro – ha il merito di indicare una strada all'intero comparto della logistica e alle sue 17 mila aziende. Diceva un famoso giurista che i grandi accordi tra le imprese e i sindacati «hanno il corpo del contratto e l'anima della legge»: infatti proteggono il potere d'acquisto delle famiglie mentre fungono da regolatori del mercato evitando abusi e distorsioni. Il tono dei commenti che hanno accolto l'accordo del 23 giugno scorso indica che entrambi questi obiettivi sono stati raggiunti.

Il contesto

Il contesto non era dei più favorevoli. Secondo l'ultimo aggiornamento dell'Archivio nazionale dei contratti collettivi di lavoro, gestito dal Cnel, risultano scaduti e in attesa di rinnovo ben 607 dei 950 accordi registrati, pari al 63,9%. Sono in attesa di un nuovo contratto circa 10 milioni di lavoratori. È ancora tutta da verificare la tenuta delle potenzialità produttive in settori cruciali del Paese, si sono accentuati i fenomeni di povertà diffusa e criticità del quadro occupazionale (basso tasso di occupazione, elevato tasso di inattività e di disoccupazione che riguardano soprattutto giovani, donne e i settori ad alta intensità di lavoro). Il rischio di una perdurante bassa occupazione incide pesantemente sulle prospettive di ripresa. Già prima della pandemia il mercato del lavoro contava circa tre milioni di precari e un numero forse superiore di irregolari. La crisi innescata dall'epidemia ha «aggiunto» il peso di 3,9 miliardi di ore lavorate in meno solo nel corso dell'anno 2020. In questo quadro, tra i più sfavorevoli del Dopoguerra, vanno letti il negoziato per il rinnovo del contratto di Poste e la sua conclusione.

I punti

L'accordo prevede un aumento complessi-



vo medio mensile di 110 euro e il pagamento di una tantum per il recupero del biennio 2020-2021. Ma soprattutto conferma il piano di assistenza sanitaria integrativa per i 125mila dipendenti e rivede il sistema delle relazioni industriali, alla luce dei

processi di digitalizzazione che stanno cambiando il volto del Gruppo. Con questo contratto lo smart working non è più una soluzione d'emergenza dettata dalla crisi sanitaria, ma diventa una modalità strutturale dell'organizza-

zione del lavoro. L'obiettivo a cui hanno lavorato azienda e sindacati è stato quello di tenere insieme i ritmi più dilatati che lo smart working consente al lavoratore e gli elementi «di socialità e di cultura rafforzati dal lavoro in presenza», per usare un'immagine proposta recentemente dal ministro dell'Innovazione Tecnologica, Vittorio Colao. Il contratto ha inoltre modificato le norme sui permessi, sulle ferie, sulla malattia e sui trasferimenti.

Un modello

Il contratto di Poste è stato giudicato dai protagonisti della trattativa e da molti osservatori come un modello per tutto il set-

tore della logistica, di cui il gruppo è ormai leader riconosciuto. Una leadership conquistata negli anni più recenti, rafforzata nei frangenti più difficili della pandemia e sostenuta da importanti investimenti. L'ultimo è il nuovo hub di Landriano, a metà strada tra Pavia e Milano, il centro di smistamento più grande d'Italia, capace di lavorare fino a 300 mila pacchi al giorno grazie a soluzioni tecnologiche estremamente avanzate. Negli ultimi mesi il settore nazionale della logistica è stato spesso alla ribalta della cronaca per episodi, talvolta drammatici, di «cattivo lavoro». Con il nuovo protagonismo di Poste Italiane – e con la cultura aziendale che lo supporta – c'è ora la ragionevole speranza che l'intero settore possa fare un salto di qualità per quanto riguarda salari, regole e diritti. Il contratto firmato il 23 giugno si applica ai dipendenti delle Poste ma parla a tutti. •



IL NOSTRO SITO POSTENEWS.IT

170mila visitatori unici e un milione di pagine viste nel mese di giugno

Oltre 170mila visitatori unici e un milione di pagine viste nel mese di giugno: continua l'impennata del nostro sito Postenews.it che ogni giorno propone news e approfondimenti sui temi di interesse postale. Inoltre, ogni giorno dal lunedì al venerdì, è possibile seguire in diretta o on demand il TG Poste, il telegiornale dell'Azienda. Molte le notizie che hanno destato interesse e condivisioni nel popolo della Rete: dai principali servizi dell'Azienda ai

cittadini (pensioni, SPID, recapito) fino alle storie dei nostri colleghi, con particolare attenzione alle vicende del territorio, con foto e filmati. Grande seguito anche per le iniziative e il sostegno della Nazionale italiana di calcio durante Euro 2020, con Poste Italiane come top sponsor nell'avventura della squadra di Mancini. Ogni giorno, sette giorni su sette, news e focus in tempo reale: seguitemoci su www.postenews.it



il nostro lavoro

Il commento del Condirettore Generale Giuseppe Lasco dopo l'accordo raggiunto con i sindacati

Innovativo, sostenibile e rivolto al futuro: ecco il nuovo Contratto di Lavoro per i dipendenti di Poste Italiane

Un risultato che soddisfa pienamente il Gruppo: «La fiducia nelle persone è stata alla base della concertazione, che ha permesso di raggiungere importanti novità sotto tutti i fronti, non solo quello economico ma anche nell'impianto normativo dell'organizzazione»

di GIUSEPPE LASCO

Il Rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro per i dipendenti di Poste Italiane è un segnale positivo, a tutti i livelli. Ed è un segnale ancor più importante se si considerano i tempi in cui stiamo vivendo, con il tessuto economico messo a durissima prova dall'emergenza sanitaria. Grazie all'impegno profuso dal primo minuto della pandemia al fianco delle istituzioni, Poste e le sue persone si sono confermate un pilastro insostituibile per il Paese, dalla continuità di servizio durante il lockdown fino alla collaborazione nella campagna vaccinale, con la consegna delle dosi, il tracciamento e il sistema di prenotazioni. Poste Italiane è uscita più forte da questo periodo drammatico, nel business come nella considerazione dei cittadini e nella reputazione. Le relazioni industriali in questo Gruppo hanno sempre tenuto conto, in primis, della sostenibilità economica e normativa, e della difesa dell'occupazione e del livello salariale.

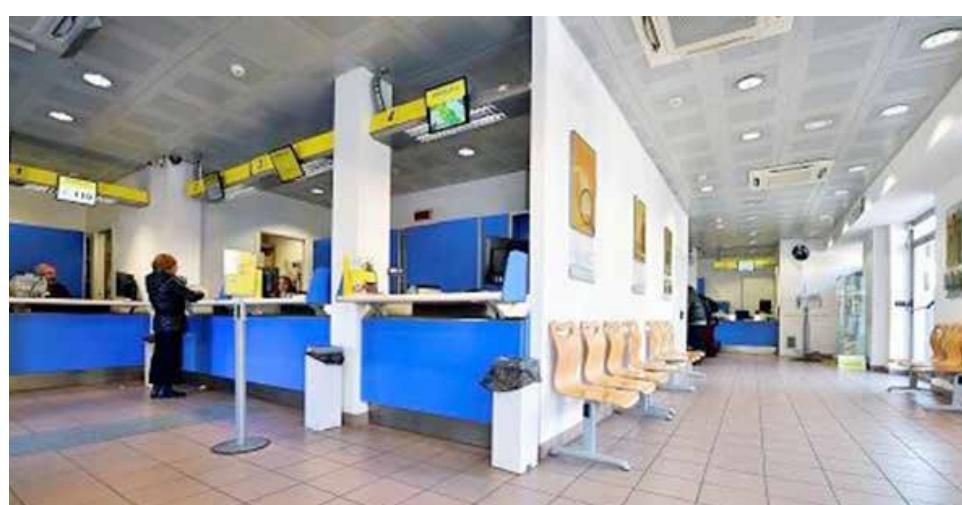
Per questo, il rinnovo del CCNL è un risultato che soddisfa il Gruppo e le parti sociali, con le quali è ampio e proficuo il dialogo nella costruzione di un passo importante, a livello contrattuale, per gli operatori della logistica. La fiducia nelle persone di Poste è stata alla base della concertazione con i sindacati, che ha permesso di raggiungere importanti novità sotto tutti i fronti, non solo quello economico ma anche nelle modifiche dell'impianto normativo sul lavoro part-time, sul lavoro agile e sulle ferie dei dipendenti.

Si è proceduto ad una revisione dell'impianto contrattuale prestando particolare attenzione alle evoluzioni indotte dalla forte spinta innovatrice della digitalizzazione, tenendo anche conto della necessità di garantire ottimali livelli di servizio alla clientela. Per governare efficacemente tali processi innovativi e prevenire i conflitti - assumendo il consenso quale elemento chiave per accompagnare il processo di crescita e sviluppo aziendale - è stato ulteriormente valorizzato il ruolo della contrattazione, anche incidendo sul processo di informazione e consultazione. È stata, poi, riservata una particolare attenzione ai lavoratori che rendono la prestazione in modalità agile riconoscendo a tale personale, come già previsto per i telelavoratori, tutte le prerogative previste dal CCNL, oltre che dalle Intese in materia, anche in considerazione della particolare modalità di svolgimento della prestazione lavorativa.

Sia per la parte normativa sia per quella economica, il contratto avrà validità fino al 31 dicembre 2023. I miglioramenti economici ammontano a complessivi 110 euro lordi



Il Condirettore Generale di Poste Italiane, Giuseppe Lasco



medi, che vengono riconosciuti entro l'arco di validità del contratto stesso. In particolare, è previsto un incremento a regime dei minimi tabellari pari a complessivi 90 euro lordi medi, da erogarsi in due tranches con decorrenza luglio 2022 e luglio 2023. Viene inoltre incrementato il valore del ticket per la consumazione del pasto per 20 euro

mensili complessivi, di cui 10 euro mensili a decorrere da luglio 2022 e ulteriori 10 euro mensili da luglio 2023. Con riferimento all'anno 2020, con il cedolino di luglio 2021 viene erogato un importo una tantum a titolo di competenze contrattuali arretrate pari a 900 euro lordi medi, in funzione dei mesi di servizio (o frazioni

superiori a 15 giorni) prestati nel relativo periodo. In relazione alle decorrenze previste per il riconoscimento degli aumenti dei minimi tabellari appena citati, sempre a luglio 2021 viene erogato un ulteriore importo una tantum pari a 800 euro lordi medi, a titolo di anticipazione sui futuri miglioramenti economici.

In relazione ai profili normativi del Contratto, si è proceduto all'efficientamento di alcuni istituti, rivisitando la relativa disciplina, e al recepimento, per altri, delle modifiche legislative e delle regolamentazioni pattizie intervenute dalla data di sottoscrizione del precedente rinnovo. È il caso del part-time, ad esempio, strumento di flessibilità lavorativa che consente di soddisfare gli interessi individuali di conciliazione vita-lavoro dei dipendenti con le esigenze organizzative dell'impresa. A questo tipo di contratto sono state apportate numerose modifiche, che permetteranno ad esempio ai lavoratori part-time di accedere al Lavoro Agile; la retribuzione spettante ai lavoratori part-time, inoltre, sarà elaborata a decorrere dal 1° gennaio 2022 sulla base della



Rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro

ECCO LE PRINCIPALI NOVITÀ

MIGLIORAMENTI ECONOMICI

- Sono previsti miglioramenti economici per complessivi 110 euro lordi medi, che verranno riconosciuti entro l'arco di validità del CCNL. In particolare, è previsto un incremento a regime dei minimi tabellari pari a complessivi 90 euro lordi medi, da erogarsi in due tranches con decorrenza luglio 2022 e luglio 2023.
- Sarà inoltre incrementato il valore del Ticket per la consumazione del pasto per 20 euro mensili complessivi, di cui 10 euro mensili a decorrere da luglio 2022 e ulteriori 10 euro mensili da luglio 2023.
- Con riferimento all'anno 2020, con il cedolino di luglio 2021 viene erogato un importo "una tantum" a titolo di competenze contrattuali arretrate pari a 900 euro lordi medi, in funzione dei mesi di servizio (o frazioni superiori a 15 giorni) prestati nel relativo periodo.
- A luglio 2021 sarà inoltre erogato un ulteriore importo "una tantum" pari a 800 euro lordi medi a titolo di anticipazione sui futuri miglioramenti economici.

RAPPORTO DI LAVORO A TEMPO DETERMINATO

- Le Parti hanno convenuto di voler recepire nell'ambito di tale articolo contrattuale la disciplina del diritto di precedenza già convenuta negli accordi sindacali in materia di Politiche Attive del Lavoro, in deroga a quella di legge.

RAPPORTO DI LAVORO A TEMPO PARZIALE

- Anche i lavoratori part time potranno accedere al Lavoro Agile.
- A decorrere dal 1° gennaio 2022, la retribuzione spettante ai lavoratori part-time viene elaborata sulla base della percentuale di occupazione del lavoratore part-time, indipendentemente dal numero di giorni di prestazione lavorativa teorica che ricadono in ciascun mese solare.
- Graduale abbandono dell'utilizzo dell'articolazione part-time di tipo "ex mixto": i lavoratori con rapporto di lavoro part-time di durata non predefinita che abbiano già in essere tale articolazione verranno invitati, entro la fine del 2021, a rimodulare l'articolazione del proprio contratto di lavoro part-time, fermo restando la propria percentuale di occupazione su base annua.

LAVORO AGILE

- Confermata la valenza dell'istituto quale modello organizzativo strutturale, che permette di coniugare la conciliazione delle esigenze personali e familiari con quelle professionali e, al contempo, di tutelare i dipendenti che si trovino in particolari condizioni di fragilità, fermo restando il rispetto della produttività aziendale, anche in un'ottica di maggiore focalizzazione degli obiettivi e responsabilizzazione sui risultati.

PERMESSI

- Introdotta la possibilità di fruire di specifici permessi retribuiti a recupero, ad ore o a giornata intera, per un massimo annuo rispettivamente di 24 ore o 4 giorni, al fine di favorire l'effettuazione di prestazioni ambulatoriali, di prestazioni sanitarie correlate alla prevenzione oncologica o cardiovascolare, di controlli ecografici ed ematici connessi a pratiche di procreazione medicalmente assistita.
- Elevato da 10 a 15 giorni annui il numero dei permessi non retribuiti che, compatibilmente con le esigenze di servizio, possono essere concessi dall'Azienda.

FERIE

- È stata introdotta la possibilità di fruire dell'istituto in forma oraria, in misura pari alla metà dell'orario medio giornaliero determinato in funzione dell'articolazione oraria settimanale del dipendente.

GIORNI FESTIVI

- In caso di coincidenza di una festività nazionale o locale con la domenica (o per i turnisti con il proprio giorno di riposo settimanale) il dipendente avrà la facoltà di optare per un giorno di permesso retribuito in luogo del trattamento economico aggiuntivo spettante, pari ad 1/26.

TRASFERIMENTI

- Con particolare riguardo ai lavoratori inquadrati fino al livello B, è stato ridotto il limite chilometrico previsto per i trasferimenti disposti dall'Azienda: nei confronti di tali lavoratori l'Azienda non procederà al trasferimento verso un Comune distante più di 100 km da quello in cui insiste la sede di lavoro.



percentuale di occupazione del lavoratore a tempo parziale. Per quanto riguarda le trasformazioni da tempo pieno a tempo parziale, Azienda e OO.SS. hanno convenuto di regolamentare la presentazione delle istanze da parte di tutti gli interessati, prevedendo la possibilità di formulare la richiesta con cadenza semestrale e con riferimento alle specifiche articolazioni orarie rese note, di volta in volta, dall'Azienda. Molte le modifiche anche per quanto riguarda il Lavoro Agile, che l'emergenza sanitaria ha imposto all'attenzione nazionale e che Poste Italiane ha utilizzato per efficientare la propria produttività anche durante la pandemia. Il Lavoro Agile sarà applicabile su base volontaria ai lavoratori a tempo indeterminato, anche part time e Responsabili di Struttura, e saranno valutate con particolare riguardo le eventuali specifiche esigenze di carattere personale

o familiare. La prestazione in Lavoro Agile sarà, inoltre, resa con tempistiche e modalità idonee a consentire il bilanciamento delle esigenze personali e quelle lavorative anche con riferimento alla disattivazione degli strumenti di lavoro (il cosiddetto diritto alla disconnessione) una volta completata la prevista prestazione lavorativa giornaliera.

Molte sono le novità introdotte anche in tema di permessi, ferie, giorni festivi, assenze per malattia e trasferimenti: tutte sono tese all'attenzione per il benessere dei dipendenti, compreso il sistema di welfare aziendale, che vede confermato l'attuale Piano di Assistenza Sanitaria integrativa, sia per quanto riguarda le condizioni di accesso e le prestazioni previste, sia con riferimento agli importi dei pacchetti base e plus e a quelli relativi all'estensione al nucleo familiare.

il nostro lavoro

I commenti dei leader di Cisl, Cgil e Uil al nuovo contratto nazionale del lavoro di Poste

La soddisfazione dei sindacati: segnale positivo per il Paese

«Diritti estesi e rafforzati», osserva Luigi Sbarra. Secondo Maurizio Landini, l'accordo rappresenta «una risposta alle attese dei lavoratori e un'occasione di sviluppo per il settore». Pierpaolo Bombardieri: «Buon rinnovo nel contesto della pandemia»

L'aumento di 110 euro pro capite, con il recupero del biennio 2020-21 pari a 1.700 euro, per i 125mila dipendenti del Gruppo Poste ha soddisfatto anche i sindacati, protagonisti dell'intesa raggiunta il 23 giugno scorso e valida fino al 31 dicembre 2023. L'attenzione ai diritti dei lavoratori, in un momento di profonde trasformazioni del mercato del lavoro, così come l'importanza attribuita alla loro stabilità economica rappresentano secondo le organizzazioni sindacali i punti di forza dell'accordo.

Diritti estesi e rafforzati

Il rinnovo del contratto nazionale per i lavoratori del gruppo Poste Italiane è «un fatto positivo per tutto il Paese», ha commentato il segretario generale della Cisl, Luigi Sbarra, alla notizia dell'accordo sul Ccnl per i dipendenti di Poste. Secondo Sbarra, sono state «tutelate e migliorate le retribuzioni», oltre che «rafforzati ed estesi i diritti». Inoltre, aspetto da sottolineare ulteriormente, è stata «avviata una importante fase di partecipazione dei lavoratori. Una scelta strategica che la Cisl propone da tempo per tutte le aziende italiane». La concertazione di Poste è un modello, quindi, secondo il leader della Cisl.

Leader nella logistica

«La firma dell'ipotesi di accordo per il rinnovo del contratto collettivo di lavoro del Gruppo Poste Italiane, da parte dei sindacati di categoria, è una notizia molto positiva per le lavoratrici e i lavoratori del settore», afferma il segretario generale della Cgil Maurizio Landini secondo il quale «la conclusione positiva del rinnovo contrattuale può aiutare, inoltre, a far crescere ulteriormente il ruolo che Poste Italiane potrà avere nei prossimi anni per aiutare lo sviluppo del Paese. Puntando, innanzitutto, a diventare leader nel settore della logistica». «Il riconoscimento di un aumento economico complessivo mensile medio di 110 euro, con un importo una tantum di 1.700 euro a copertura del periodo di vacanza contrattuale – sottolinea il leader della Cgil – è una risposta importante alle giuste attese delle lavoratrici e dei lavoratori che, anche nelle fasi più drammatiche della pandemia, hanno contribuito con il proprio lavoro alla coesione del Paese». Secondo Landini, «è importante che l'intesa preveda l'avvio di un confronto tra le parti per la sperimentazione e la definizione di modelli che favoriscano la partecipazione delle lavoratrici e dei lavoratori alle decisioni aziendali».

Una buona notizia

Anche per il segretario generale della Uil,



I colleghi di un Ufficio Postale protetti dai plexiglass e dalle mascherine



Luigi Sbarra, segretario della Cisl



Il segretario della Cgil Maurizio Landini



Pierpaolo Bombardieri, segretario della Uil



Pierpaolo Bombardieri, «il rinnovo del Ccnl dei lavoratori Postelegrafonici è una buona notizia». «Non solo è stato salvaguardato l'esistente impianto normativo – ha commentato Bombardieri subito dopo la firma – ma sono state aggiunte ulteriori tutelle e miglioramenti per le nuove tipologie di lavoro emergenti e per il processo di grande cambiamento che sta affrontando l'intero sistema aziendale. Decisamente apprezzabile anche il risultato con un aumento medio di 110 euro lordi mensili e l'erogazione di una corposa «una tantum» per gli anni 2020 e 2021». Secondo Bombardieri, si tratta di «un buon rinnovo contrattuale, nel contesto del sistema Paese, di fronte alle incertezze generate dalla pandemia e considerati tutti gli elementi in campo».

Seguici ogni giorno su www.postenews.it

Solidarietà e occupazione

Soddisfatto anche Walter De Candisis, segretario generale Failp Cisl: «Il risultato raggiunto con la firma dell'ipotesi del Ccnl conferma che il patrimonio delle relazioni industriali in Poste Italiane è fortemente improntato ai temi della solidarietà, della difesa salariale e dell'occupazione. Valori che garantiscono, anche a fronte dei profondi cambiamenti socio-economici di oggi, delle difficoltà del settore postale e nonostante l'inedita situazione pandemica ancora in corso, la difesa dei diritti dei lavoratori e una sostenibilità economica e normativa per gli operatori del settore».

Premiata la responsabilità

Il segretario generale della Slp Cisl, Maurizio Campus, ricostruisce il percorso che ha portato al raggiungimento di un importante traguardo: «La lunga trattativa, avviata a inizio 2020 e subito interrotta per le note vicende legate alla crisi pandemica, è stata ripresa nei primi mesi del 2021 e, nonostante gli inevitabili condizionamenti socio-economici determinati dal contesto, è approdata infine in un risultato equilibrato e alla firma tra le Parti sull'ipotesi del Ccnl». Secondo Campus, «la firma del contratto premia la tenacia e il senso di responsabilità di tutto il movimento sindacale che non è mai venuto meno ai principi di unitarietà di azione, al fine di salvaguardare gli interessi collettivi di categoria e dei lavoratori che non si sono mai risparmiati, soprattutto nei difficili



momenti attraversati, continuando a rendere grande il prestigio di Poste Italiane nell'intero Paese».

Accordo di indubbio valore

Paolo Capone, Segretario Generale dell'UGL, e Salvatore Muscarella, Segretario Nazionale della Federazione UGL Comunicazioni, in una nota congiunta hanno espresso la loro soddisfazione per un contratto di categoria «di indubbio valore». «Si è mantenuto intatto l'intero impianto normativo, già riconosciuto tra i più avanzati e completi nell'ambito del Sistema di Relazioni Industriali del Paese – sottolineano – implementandolo di ulteriori avanzamenti, unitamente all'acquisizione di una parte economica di significativo rilievo».

Parla il vicedirettore de “Il Diario del Lavoro”

«Un'ottima base per consolidare la rete logistica di Poste Italiane»

Secondo Nunzia Penelope l'accordo «riconosce l'utilità di percorsi condivisi e di positive relazioni industriali in un'ottica di sviluppo»



In una stagione densa di rinnovi contrattuali, il nuovo contratto di Poste Italiane, siglato con i sindacati di categoria a fine giugno, rappresenta un punto di riferimento per le relazioni industriali. La trattativa era partita all'inizio del 2020, ma si era subito fermata a causa della pandemia. Non si è mai fermato, invece, il lavoro: le strutture di Poste, e i loro dipendenti, hanno proseguito l'attività anche durante i mesi più drammatici del lockdown, contribuendo, con la loro presenza costante, alla tenuta e alla coesione del Paese.

Uno sforzo importante, che ha trovato il giusto riconoscimento al momento della ripresa del negoziato, all'inizio di quest'anno, e che si è tradotto in un contratto

di piena soddisfazione per entrambe le parti. Dal punto di vista economico, innanzitutto, con un aumento complessivo mensile medio di 110 euro, cui si aggiunge l'una tantum di 1.700 euro a copertura del periodo di vacanza contrattuale: cifre non irrilevanti in un contesto di crisi economica come quello che stiamo vivendo.

Anche per quanto concerne la parte normativa il contratto presenta aspetti significativi, dalla riconferma degli istituti già presenti (il piano di assi-

stenza sanitaria integrativa, per esempio), alle novità in tema di part-time, smart working, ferie, festivi, trasferimenti. Il contratto prevede anche un primo passo sulla partecipazione dei lavoratori alle decisioni aziendali, novità di peso nel contesto italiano. Ma,

al di là delle tecnicità, l'accordo raggiunto ha un valore anche “politico”, in quanto riconosce l'utilità di percorsi condivisi, di positive relazioni industriali, in un'ottica di sviluppo.

Il nuovo contratto, che avrà valore fino a tutto il 2023, può insomma costituire una solida base per i processi che Poste Italiane si prepara ad affrontare, a partire dall'ulteriore consolidamento nel settore della logistica: settore in voragine e talvolta disordinata espansione, nel quale Poste punta a una posizione di leadership e per il quale può rappresentare un punto di riferimento sempre più importante. A questo proposito, vale la pena di ricordare che, in parallelo della firma del nuovo contratto, il 18 giugno è stata completata la procedura di “assorbimento” di Nexive, i cui 1.200 dipendenti passeranno a pieno titolo sotto le insegne giallo blu.



Nunzia Penelope

(Nunzia Penelope, vicedirettore “Il Diario del Lavoro”)

visti da fuori

Il rapporto consolidato e proficuo tra la Guardia di Finanza e il nostro Gruppo

«Con Poste una sinergia nel segno della legalità»

Il Generale Giuseppe Arbore è a capo del III Reparto Operazioni della Guardia di Finanza: «Gli elementi forniti da Poste Italiane ci aiutano nel prevenire e contrastare fenomeni come l'evasione, l'elusione, le frodi fiscali e gli illeciti in materia di spesa pubblica»

La partnership tra Guardia di Finanza e Poste Italiane «continuerà a produrre ottimi risultati» nell'azione di prevenzione e contrasto ai fenomeni illeciti e ai reati economici. A dirlo è il Generale Giuseppe Arbore, Capo del III Reparto Operazioni della Guardia di Finanza.

Generale, qual è secondo lei il ruolo principale della Guardia di Finanza nella ripartenza del Paese?

«La Guardia di Finanza è un presidio di legalità economico-finanziaria e come tale avrà un ruolo fondamentale nella ripartenza del Paese. È noto come vi sia una stretta e diretta correlazione tra la legalità di un sistema economico e il suo tasso di crescita. Più legalità si traduce in maggiore sviluppo, in una virtuosa moltiplicazione degli effetti delle politiche espansive di rilancio del Paese, in un'ottimale allocazione delle ingenti risorse pubbliche che proverranno dal Recovery Fund. Il rischio che una parte di questi fondi sia oggetto di interesse da parte delle organizzazioni criminali è sicuramente concreto. Per impedirlo, la Guardia di Finanza ha già strutturato un percorso operativo che, grazie alle numerose informazioni disponibili attraverso le numerose banche dati, rende possibili investigazioni sempre più efficienti, mirate e selettive. Potremmo dire "chirurgiche", in modo da salvaguardare la libera concorrenza e gli imprenditori onesti. Lo scopo non è soltanto quello di reprimere fenomeni illeciti, ma anche quello di impedire, fin dall'inizio e in ottica preventiva, che le risorse pubbliche finiscano nelle mani sbagliate».

Legalità e trasparenza sono ormai cardini dei bilanci integrati delle grandi aziende italiane: quanto è importante che questi due principi siano alla base di una nuova politica industriale?

«Direi che dovrebbero essere, prima di tutto, valori fondanti dell'attività di qualsiasi impresa e, coerentemente, cardine delle responsabilità che l'impresa stessa si assume verso l'interno e verso l'esterno, nonché tratto costante dei suoi percorsi evolutivi. Solo a queste condizioni, strumenti come i bilanci integrati sono in grado di raccontare e divulgare efficacemente ma, soprattutto, correttamente, l'impegno, le attività, l'impatto, le strategie, i rapporti, le performance passate e le prospettive future di un'azienda, per evidenziare e far comprendere come un'impresa si sia attrezzata per creare valore, nel breve, medio e lungo termine, così promuovendo una sempre crescente cultura della sostenibilità della politica industriale. Ciò è importante soprattutto laddove a sostenere tali progetti di sviluppo contribuirà la leva finanziaria delle risorse pubbliche che saranno destinate ad imprimere all'e-



Il Generale Giuseppe Arbore, Capo del III Reparto Operazioni della Guardia di Finanza



La firma del protocollo tra Guardia di Finanza e Poste Italiane, il 12 marzo 2021. Al centro l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante e il Comandante Generale della Guardia di Finanza Giuseppe Zafarana

economia quel passo sostenuto necessario ad uscire dalla crisi determinata dalla pandemia».

La presenza sul territorio è un tratto distintivo che accomuna la Guardia di Finanza e Poste Italiane. Quanto è stata importante la capillarità della Guardia di Finanza durante l'emergenza sanitaria?

«Grazie alla propria presenza sul territorio, la Guardia di Finanza ha avuto durante i difficili mesi dell'emergenza un ruolo fondamentale sotto diversi profili. Già a febbraio dello scorso anno, intuendo che ci sarebbe stata una forte richiesta di dispositivi di protezione individuale, i Reparti del Corpo hanno intensificato il controllo del territorio e sono riusciti a sequestrare, fino ad oggi, quasi 180 milioni di mascherine non a norma, che rappresentavano un pericolo per la salute

dei cittadini e dello stesso personale sanitario cui erano destinate. Inoltre, la pandemia ha inciso profondamente sul tessuto economico e sociale del nostro Paese, rendendolo più vulnerabile e creando le condizioni favorevoli per il proliferare di fenomeni usurari e infiltrazioni della criminalità. La capillarità dell'assetto operativo del Corpo consente di individuare manifestazioni di ricchezza anomale e non giustificate, anche allo scopo di impedire alla criminalità di inserirsi nel tessuto economico attraverso il riciclaggio di denaro. Nel solo 2020, infatti, in applicazione della normativa antimafia, sono stati sottoposti ad accertamenti patrimoniali 8.822 soggetti, mentre i provvedimenti di sequestro e confisca eseguiti hanno raggiunto, complessivamente, la quota di circa 1,5 miliardi di euro».

La sinergia tra Guardia di Finanza e

Poste Italiane ha radici antiche, e il protocollo d'intesa firmato nel 2017 ha rafforzato la collaborazione. Quanto è importante che una grande azienda come Poste lavori al fianco delle istituzioni?

«Il lavoro a fianco delle istituzioni risulta essere sempre proficuo, specialmente quando orientato a garantire un maggior livello di sicurezza della collettività e di tutela della legalità. In tal senso, il 12 marzo scorso, il Comandante Generale della Guardia di Finanza Giuseppe Zafarana e l'Amministratore Delegato di Poste Italiane Matteo Del Fante hanno siglato un apposito protocollo d'intesa, finalizzato a una collaborazione più strutturata e sinergica, rispetto al precedente accordo del 2017. Poste Italiane, nello specifico, si è impegnata a mettere a disposizione della Guardia di Finanza dati e elementi informativi in grado di agevolare il perseguitamento degli obiettivi istituzionali di contrasto: all'evasione, all'elusione e alle frodi fiscali; agli illeciti in materia di spesa pubblica; alla criminalità economica e finanziaria, al riciclaggio, alla falsificazione e alle frodi concernenti i mezzi e i sistemi di pagamento. Poste, inoltre, potrà promuovere e organizzare incontri, seminari e corsi a favore del proprio personale interessato alle attività oggetto dell'intesa, avvalendosi, previo interessamento del Comando Generale, di qualificati appartenenti al Corpo, in qualità di docenti».

Qual è la spinta che ha favorito la collaborazione tra Guardia di Finanza e Poste Italiane?

«Entrambi siamo convinti assertori di valori come la legalità, la trasparenza, lo sviluppo del Paese: la partnership è quindi nata spontaneamente, il protocollo firmato lo scorso 12 marzo l'ha rinnovata ampliandone la portata. L'ambito in cui Poste Italiane aiuterà la Guardia di Finanza risulta ancor più rilevante in virtù delle ingenti risorse che saranno immesse nel nostro sistema economico con il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza. Sappiamo bene come il tasso di illegalità del nostro sistema economico sia intimamente connesso al suo tasso di crescita. Se noi, anche grazie a queste iniziative, riusciremo a garantire la legalità le risorse del Pnrr avranno effetti amplificati sul sistema economico. Questo protocollo rappresenta un comune impegno a garantire la cultura della legalità».



Avvicina il cellulare per vedere l'intervista al Generale Giuseppe Arbore

Seguici ogni giorno su www.postenews.it

Intervista esclusiva al vice capo della Polizia di Stato, il Prefetto Vittorio Rizzi

«Grazie alla sua rete ramificata Poste aiuta la coesione sociale»

Gli Uffici Postali come presidi di legalità sul territorio: «Sono il segnale che, nonostante le difficoltà e i lockdown, la vita continua»

E sul cyber-crime spiega: «Le sbarre alle finestre non sono più sufficienti, per le nostre case servono anche protezioni digitali»

Al Prefetto Vittorio Rizzi, vice capo della Polizia di Stato, è affidata la Direzione centrale della Polizia criminale. Rizzi si occupa della nostra sicurezza e recentemente ha pubblicato per l'editore Piccin "Investigare 4.0", dedicato alle nuove frontiere della criminalistica.

Prefetto, dopo la pandemia, è tornata la stessa criminalità che conoscevamo prima? O qualcosa è cambiato, come ad esempio le rotte del narcotraffico o l'organizzazione urbana dello spaccio?

«La pandemia è stata un evento imprevedibile che ha inevitabilmente avuto delle conseguenze anche nelle dinamiche relazionali e sociali. È cambiato tutto. Questo cambiamento riguarda anche il mondo della criminalità, che si è dimostrata molto resiliente, con grande capacità di adattamento a una situazione completamente nuova. Noi ovviamente abbiamo seguito l'evoluzione di quanto stava accadendo, grazie a un meccanismo di monitoraggio voluto dalla ministra Lamorgese e di cui siamo i responsabili. Ci siamo concentrati sui rischi di infiltrazione criminale nell'economia legale ma abbiamo tenuto sotto osservazione un po' tutto, a cominciare dal narcotraffico. La fotografia che ci è stata restituita documenta un andamento molto altalenante legato ai periodi di lockdown, con un calo verticale dei reati nei periodi di chiusura totale. Ma dopo c'è stata una forte ripresa della criminalità».

Cosa è cambiato nell'organizzazione del narcotraffico?

«Quando, in seguito alla pandemia, sono state chiuse le frontiere e gli aeroporti, anche le rotte del narcotraffico si sono modificate. La cocaina che proviene dal Sud America, o l'eroina che proviene dall'Oriente, hanno dovuto cambiare mezzi di trasporto e tragitti. Le organizzazioni criminali non potevano permettersi un prolungamento dello stoccaggio della merce nelle aree di produzione, con il rischio che la droga venisse intercettata e sequestrata dalle forze di polizia. C'era quindi l'esigenza di liberarsene in fretta. E così, nel momento in cui le frontiere si sono riaperte, i quantitativi medi di droga che hanno cominciato a viaggiare sono stati superiori a quelli che normalmente venivano spediti e da noi intercettati. E dunque nel 2021 abbiamo avuto, soprattutto per quanto riguarda la cocaina un record di sequestri. Peraltra, un 50% di questi sequestri è avvenuto nel porto di Gioia Tauro, a testimonianza delle nuove rotte che il narcotraffico è stato costretto a disegnare: ora il porto calabrese è diventato un hub al servizio non solo del mercato italiano ma anche di quello dei Balcani. Tra le nuove rotte che stiamo monitorando particolar-



Il Prefetto Vittorio Rizzi, vice capo della Polizia di Stato. Sotto, la copertina del libro "Investigare 4.0"

mente rilevanti sono quelle che provengono dall'Africa Sub Orientale, dove abbiamo aperto nuovi uffici e dove il nostro personale collabora con quello delle ambasciate: perché anche e soprattutto sul terreno della sicurezza occorre "fare sistema".

Prima accennava alle infiltrazioni criminali nel tessuto economico. È vero che le mafie – come sempre "liquide" – stanno acquisendo molte imprese in difficoltà?

«Per verificare questo dato abbiamo effettuato un'analisi che ha esaminato le modifiche negli assetti proprietari, in tempo di pandemia, delle aziende alberghiere e di ristorazione in quattro città: Reggio Emilia, Latina, Cosenza e Trapani, nel biennio 2019-2020. Purtroppo, il risultato è stato eloquente: circa il 25% delle persone coinvolte nelle cessioni societarie è risultato in rapporti diretti o indiretti con la criminalità organizzata».

Lei teme un aumento della conflittualità sociale?

«L'acuirsi delle tensioni sociali è un fenomeno già visibile. Fino ad oggi il governo ha adottato una serie di interventi – dalle moratorie ai prestiti, dai ristori alla cassa integrazione – che hanno consentito di gestire il disagio dovuto alla pandemia. Ma

se si dovesse interrompere questo equilibrio, fragile, dovremmo mettere in conto l'emergere della conflittualità».

Il Piano nazionale di ripresa e resilienza movimerterà un'enorme massa di denaro (222 miliardi) in un periodo di tempo molto breve (sei anni). Ci sono gli strumenti, le risorse e le norme per evitare che tra i beneficiari del Pnrr ci sia la criminalità organizzata?

«Aumentano i volumi di denaro erogato ma noi già dall'inizio della pandemia abbiamo assistito a un costante flusso di denaro pubblico sotto forma di ristori, sostegni, indennizzi eccetera. Tutti strumenti posti in essere dal governo per tamponare l'emergenza. Ora cambia l'entità della massa di denaro, ma le dinamiche e i rischi sono quelli già sperimentati.

Abbiamo una normativa molto rigida per fare questo tipo di controlli. Abbiamo gli strumenti, direi un arsenale di strumenti. Ci sono i poteri interdittivi antimafia che la legge riconosce ai Prefetti, c'è la Dia, ci sono i gruppi specializzati presso questa direzione centrale, ci sono il monitoraggio degli appalti, il tracciamento dei flussi finanziari, le segnalazioni delle operazioni sospette. Gli strumenti ci sono ma è evidente che per la resilienza di cui parlavo la criminalità organizzata sicuramente sarà

della partita. Peraltra non è un problema solo italiano. E infatti Europol e Commissione europea hanno accolto la nostra proposta di creare un Gruppo di lavoro, allargato ai Capi delle polizie dei 27 Paesi dell'Unione, che consenta di fare un confronto incrociato delle rispettive esperienze. Alla fine si potranno rappresentare al decisore politico le migliori best practice per impedire alla criminalità organizzata di beneficiare dei fondi europei. Questo Gruppo di lavoro si riunirà a Roma il prossimo 21 settembre e l'Italia avrà il compito di guidarlo insieme ad Europol».

La lotta alla cyber-criminalità è diventata un'emergenza strategica. Non riguarda più solo i reati commessi da singoli individui, ma si estende ai rapporti tra gli Stati. Insieme a terra, mare, aria e spazio, quella digitale è la quinta dimensione in cui si decide la sicurezza. In Italia come siamo attrezzati per affrontare la sfida della cyber-sicurezza?

«Il tema del cyber è estremamente complesso e ha almeno tre distinti risvolti: quello dell'investigazione, quello dell'intelligence e quello della resilienza cyberspaziale di cui il governo si sta occupando con il lavoro del sottosegretario Franco Gabrielli. Tre profili diversi. Ovviamente come forze di polizia il primo problema è la protezione delle reti e delle infrastrutture critiche, a cominciare da quelle che garantiscono le comunicazioni. Dobbiamo constatare che mentre un tempo il cyber-crime era un fenomeno di nicchia, oggi rischia di diventare di nicchia tutto il resto del crimine. Ormai è avanzatissima la digitalizzazione di tutta la nostra vita: nell'istruzione, nei rapporti con la banca, nel lavoro, nella corrispondenza. Tra un po' sarà digitalizzata la medicina. Se un tempo dovevo proteggere la casa con le sbarre alle finestre adesso devo immaginare anche una protezione digitale. Su questo terreno noi ci siamo, con personale molto qualificato e soluzioni d'avanguardia. Credo che l'efficienza della Polizia Postale sia ben nota ai lettori di questo giornale».

E a questo proposito, come valuta il ruolo svolto da Poste Italiane per garantire la coesione sociale?

«Il servizio reso da Poste Italiane – con cui abbiamo molte collaborazioni – è stato paragonato a quello dei Carabinieri e credo che questo sia vero. Per il suo insediamento, la ramificazione della rete e la varietà di servizi garantiti, Poste Italiane ha un'evidente funzione di coesione sociale. Quando un ufficio rimane aperto mentre tutti gli altri chiudono, questo ruolo diventa palese: quell'ufficio ci manda a dire che, nonostante le difficoltà e nonostante il lockdown, la vita continua». (I.L.)



storia di copertina



Noi, sempre al fianco dell'Italia. Dall'ora più buia al trionfo di Wembley

di GIUSEPPE LASCO

Prima dell'11 luglio 2021, c'è una data che i tifosi della Nazionale italiana di calcio non hanno mai dimenticato: è il giorno in cui gli Azzurri pareggiarono senza reti a San Siro con la Svezia, non riuscendo così a ribaltare la sconfitta patita a Stoccolma la settimana precedente nello spareggio per ottenere il pass per i Mondiali del 2018, che si sarebbero giocati in Russia. Era il novembre del 2017. L'Italia non giocò quei Mondiali, per la seconda volta nella sua storia. In quel frangente, sarebbe stato più semplice fare un passo indietro e non associare il proprio nome all'Azzurro, perché simbolo di una delusione impossibile da accettare. Poste Italiane, per sua natura, guarda sempre un po' più lontano. L'essere visionari e saper

immaginare il futuro sono doti indispensabili per chi fa impresa, ma sono pur sempre rare. Dopo quel 13 novembre, Poste ha mostrato queste sue qualità e ha deciso di non abbandonare la Nazionale italiana. Lo ha fatto prolungando l'accordo di Top Sponsor della FIGC scaduto al termine del 2018, di fatto gettando le fondamenta per un nuovo futuro da costruire insieme. Inclusione, crescita condivisa, sviluppo dei giovani: nella sinergia tra noi e l'Italia c'è tutto. E i risultati li abbiamo apprezzati in questi due anni e mezzo fino alla notte di Wembley: spettacolari, come la Nazionale guidata da Mancini, che proprio di questa partnership è diventato il volto.

Poste Italiane si è ritrovata nel momento più difficile, dunque, ma ha deciso di continuare a stare vicino alla Federcalcio come sponsor e credere nel progetto

di Mancini e del suo gruppo. Nel momento in cui partiva la nuova avventura della Nazionale, partiva anche una nuova fase del nostro Gruppo, che ci ha portato a profonde evoluzioni, senza mai scordare il nostro dna. Ecco perché con l'Italia la sinergia è piena: ci accomuna la capacità di parlare al Paese, il forte radicamento e la presenza in ogni dove. Ed ecco perché è stato ed è corretto continuare nella felice direzione che abbiamo intrapreso.

Siamo orgogliosi di aver scelto Roberto Mancini come nostro testimonial: la sua dedizione per il lavoro, la sua serietà, il suo stile, la sua capacità di progettare e realizzare sono valori che ritroviamo nel nostro lavoro di ogni giorno. E che abbiamo ammirato sul prato di Wembley in una notte magica, che ricorderemo per sempre. •

Un ritratto d'autore del CT che ha portato l'Italia a vincere il suo secondo Europeo

Il talento di Mancini, il figlio del falegname che ha riscattato l'Italia dopo la pandemia

Amicizia, eleganza, professionalità: il tecnico azzurro ci ha resi coraggiosi e capaci di cercare nel talento la ragione di una vittoria, e nella fratellanza la forza per ottenerla. I suoi valori rispecchiano più di ogni altro sportivo l'identità di Poste Italiane

di PIERANGELO SAPEGNO



Ci sono due cose che ci hanno fatto vincere. La Grande Bellezza e l'Amicizia. Noi nel calcio non siamo mai stati belli. Noi siamo sempre stati quelli brutti sporchi e cattivi che vincono in trincea.

Poi è arrivato lui, Roberto Mancini, l'uomo più chic del nostro football, e badate bene, non snob, ma proprio chic, così elegante, raffinato, il suo ciuffo bianco come Aldo Moro, quel sorriso stentato e niente di più perché ridere può offendere gli altri, mai una goccia di sudore pure quando giocava e cercava soluzioni magiche, dei corridoi nascosti che nessuno poteva vedere, una luce da accendere, un miraggio qualsiasi per inseguire già allora la bellezza dell'imponentabile. Anche Arrigo Sacchi ha parlato tanto di bellezza, ma la sua Nazionale giocava male - veramente male - e non vinceva niente. Il Mancio ci ha fatto belli e coraggiosi, una squadra che prende in mano la partita, che la comanda, che cerca nel talento la ragione di una vittoria, e nella fratellanza, nella vicinanza degli amici, la forza per ottenerla.

Valori comuni

Per questo oggi non c'è un uomo immagine migliore di lui, un personaggio che

incarna anche il valore più importante di Poste Italiane e la sua identità, quello dell'aiuto da dare agli altri, del supporto continuo in qualsiasi cosa tu debba fare. Lo spot che lo racconta in una giornata qualunque, in accappatoio appena sveglio, in tuta mentre corre, in giacca e cravatta e poi con una maglietta seduto al bar accanto all'uomo delle Poste che non lo lascia mai, «bella sciarpa», è andato in onda per la prima volta l'11 giugno, proprio il giorno in cui era cominciato questo viaggio che si è chiuso a Wembley, alzando la Coppa e stringendo Gianluca Viali in quell'abbraccio che dice tutto, mischiando le loro lacrime, i loro ricordi, il senso inestricabile di quello che stava succedendo, perché c'è sempre qualcosa di faticoso e dolente che rende più grande la felicità.

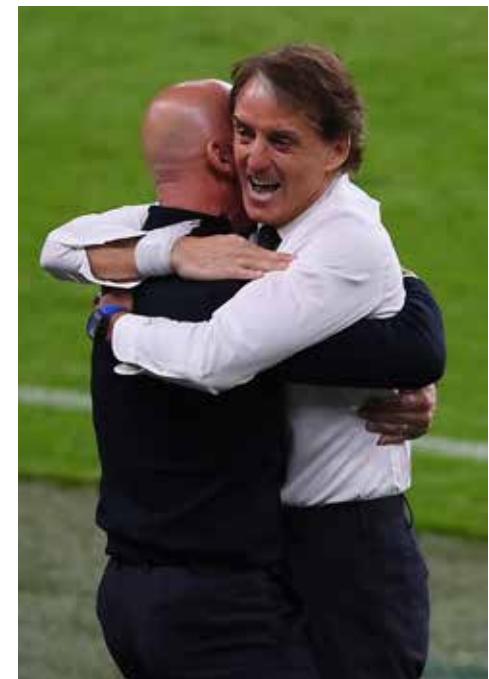
Custodi di grandi imprese

Lui alla fine l'ha detto, che quella amicizia fra lui e Viali è più grande di tutto, e che è stata proprio l'Amicizia, quella del gruppo, di tutti i giocatori, il segreto del nostro successo. In un altro spot di Poste Delivery, Mancini ha prestato la sua voce, una voce impostata, da vero attore, per accompagnare il viaggio di un pacco che si carica scena dopo scena delle emozioni e dei ricordi della sua infanzia: «Perché un pacco custodisce molto di più di quello che c'è dentro». Anche tutte le grandi imprese dicono molto di più, tutte le grandi storie,



come quella della sua Sampdoria, resuscitata qui, nel tempio di Wembley, proprio dove aveva chiuso il suo ciclo, senza aver sprecato le sue occasioni, ma rincantucciata alla fine, anche con grazia, dentro a una sconfitta e all'addio, alla morte del sogno. Eppure, quando tutto era cominciato, il Mancio, arrivando a Genova, un lampo giallo al parabrise e quel mare scuro che non si ferma mai, aveva detto «ma come fa

la gente a vivere in una città del genere?», con la schiena schiacciata dalle montagne. Solo che poi era diventato il pupillo di Mantovani e il Cucciolo di «Biancaneve e i sette nani», come avevano battezzato quel gruppo di amici che stava sempre insieme. Veniva da Bologna e Bologna è la città che gli è rimasta nel cuore, perché ancora adesso che vive a Roma lo puoi incrociare sotto le due Torri al Tennis Club Aeropor-



to che fa qualche partita.

Una squadra di amici

Però l'importanza della sua vita è racchiusa a Genova, in quegli anni e in quella Genova, in quella truppa di amici che vinceva le Coppe Italia e poi uno scudetto e arrivò in finale alla Coppa Campioni, qui a Wembley. Mancini alla Samp, sceglieva lui le maglie, persino il look dei suoi compagni. Hanno detto che più che un leader era un capobrano, dominato forse da antinomie inconciliabili, come i suoi idoli che erano Michael Jordan e Papa Wojtyla, personaggi così distanti fra loro. Quelle antinomie sono diventate in realtà la sua forza, il marchio di fabbrica che ha finito per travasare anche nella sua Nazionale. È sempre stato un uomo all'opposizione, un bastian contrario, persino quand'era rincantucciato su una poltrona del potere, all'Inter, e lui si sentiva lo stesso Robin Hood dei tempi della Sampdoria. Come diceva Bertolt Brecht, «ci sedemmo dalla parte del torto perché tutti gli altri erano occupati».

Armonia in campo

Però, il ragazzino di Jesi, il figlio di Aldo il falegname e dell'infermiera Marianna,



ha portato sempre con sé, in qualunque battaglia e su qualsiasi fronte si trovasse a combattere, il senso della bellezza, della superiorità filosofica dell'estetica. Per questo, arrivato a fare il Ct della Nazionale, non ha inseguito gli operai con la bava alla bocca che sceglieva Conte per costruire le sue muraglie e i suoi catenacci, ma solo i migliori, uomini di talento e di fantasia, quelli che non sbagliano un passaggio, perché già quand'era alla Samp andava su tutte le furie pure in allenamento

se vedeva toccare male la palla. Se da giocatore riassumeva bellezza e armonia, quel modo di muoversi senza una goccia di sudore in cui nessun gesto era inutile e nessuna corsa sprecata, da tecnico ha sempre cercato una cifra stilistica superiore, che rispondesse al suo senso dell'estetica e a quello che in fondo è lui, un uomo elegante, che non alza mai la voce, che sorride appena e che tiene chiuso il cuore per non esibirlo, ma farlo battere.

Estetica superiore

Mancini, ha scritto Alessandro Bonan sul Foglio, «ha lavorato come un artista privilegiando il tocco, la maniera, con eleganza e un fare morbido». Ha scelto giocatori di cui ha intuito prima di tutti l'estetica superiore, come Nicolò Zaniolo, convocato in Nazionale quando nessuno aveva ancora visto il suo talento, e «sulla strada della bellezza e dell'imponente, ha voluto far giocare la sua Nazionale in palleggio, con un centrocampo pieno di artisti». Così siamo diventati i più belli.

Look sempre curato

E non c'era mai successo, anche quan-

Al centro, Mancini festeggia con il trofeo vinto a Wembley. Da destra, in senso orario, il tecnico ai tempi del Manchester City, uno sguardo d'intesa e poi l'abbraccio con l'eterno amico Gianluca Vialli, una gara vissuta dalla panchina e la prima pagina del giornale scozzese The National che lo paragona a William Wallace nel film "Braveheart"

do ci riservavano gli onori dovuti a quelli che vincono, anche quando avevamo la Nazionale più forte di tutti, con Totti, Del Piero, Inzaghi, Nesta, Cannavaro, De Rossi, Buffon, Zambrotta, ma giocavamo lo stesso arroccati nel nostro fortino a difenderci, non c'era mai successo che gli altri si inchinassero alla nostra Bellezza. Tutto questo lo dobbiamo a questo signore con il ciuffo, eletto come Ct più sexy di Euro 2020 (davanti a Luis Enrique, altro eccezionale personaggio di questa storia), con il suo look sempre curato, il suo sorriso leggero, un maestro di eleganza, a 56 anni, che sfida persino la tigna dell'età. In fondo, a pensarci bene, solo lui, così english nel portamento, anche a partita appena finita, quando viene colto dalle telecamere mentre chiacchiera con i giornalisti stranieri, tenendo la giacca sulla spalla con la mano destra, solo lui, che si offende per le volgarità dei colleghi, come fece quella volta che si ribellò agli insulti di Sarri, poteva cambiare la nostra immagine, farci tornare quello che siamo davvero, quello che siamo sempre stati. Perché belli come noi non c'è nessuno, e siamo riusciti a dimostrarlo dopo tutto quello che c'è successo, anche in un campo di calcio, dopo che abbiamo contato tutti quei morti e le sirene delle ambulanze tagliavano le nostre notti, dopo tutti questi giorni di sofferenza e di solitudine. Grazie Mancio. Abbiamo vinto così. La Grande Bellezza e l'Amicizia. ●



storia di copertina

Dopo Euro 2020 restano senso di identità e la grande aspirazione a fare squadra

Volti e cuori delle persone di Poste nella bandiera più grande della storia del nostro Paese

Alta 60 metri e larga 15, ha coperto l'intera facciata della sede centrale dell'Eur: 1.200 sguardi di dipendenti per sostenere gli Azzurri e la ripartenza del Paese. Il maxitricolore visto da Luca Telese: «La più grande foto di gruppo scattata in un'Azienda italiana ma anche un immenso rito collettivo»

di LUCA TELESE

 Se la volevi vedere bene dovevi essere un gabbiano di Roma. O un drone. Se la volevi vedere bene, questa bandiera, avresti dovuto prima di tutto poter volare. Perché non bastava un grandangolo per raccontarla, una bandiera così, questo è il tricolore più grande di tutta la storia italiana: è una bandiera lunga come la pista di un piccolo aeroporto, è alta 60 metri, è larga 15, occupa l'intera facciata di un grattacielo, questa bandiera ha avvolto la sede di Poste Italiane a Roma durante i nostri Europei da sogno.

Una foto di gruppo senza precedenti

Per vederla bene, questa bandiera, serviva un binocolo, per capirla serviva un elenco del telefono. Perché questa bandiera non è solo una combinazione di colori, ma è molto di più: un coro, un affresco, un puzzle, questo drappo sono 1.200 volti, la più grande foto di gruppo mai scattata in una azienda italiana. Nei giorni in cui la squadra azzurra ci ha fatto gioire, sollevata dall'entusiasmo dei suoi ragazzi, poteva accadere di tutto. Nei giorni in cui il Paese è tornato a respirare dopo il lungo inverno della pandemia, ci è sembrato che si potesse riaccendersi qualsiasi speranza. Nei giorni in cui durante il campionato Europeo l'Italia ha fatto tornare la gente all'Olimpico, nei giorni in cui sulle pagine dei giornali il mister Roberto Mancini consegnava pacchi gialli come se fosse il portalettere più famoso del gigantesco quartiere-Italia (un quartiere con sessanta milioni di porte), bene, in un giorno così poteva accadere di tutto: Poste ha scelto di farsi ancora una volta Nazione, e - per la prima volta - di essere anche Nazionale. Ha portato fortuna.

#Posteitaliani

Per misurarla bene, questa bandiera, devi mettere insieme 900 metri quadrati di stoffa. Per interpretarla devi indagare migliaia

di sguardi, il primo piano di donne e uomini che lavorano per il più grande datore di lavoro italiano, e che si trovano per la prima volta raffigurati tutti insieme, tutti raccolti in un unico tricolore. Ma se vuoi conoscere il suo nome ti devi divertire con i giochi di parole: perché questa bandiera si chiama #POSTEITALIANI. Se vuoi sapere di cosa è interessato, questo tricolore, devi immaginare che il suo ordito è fatto di volti, corpi, sorrisi. Se vuoi capire cosa significa, questo gigantesco rito collettivo, devi provare a immaginare quanto lavoro ci è voluto, per mettere insieme questi 900 metri, questi 1.200 cervelli, questi 2.400 occhi. Devi pensare quanto è stato importante, per i dipendenti che hanno accettato di posare, "metterci la faccia", quando gli azzurri hanno iniziato il loro viaggio giocando contro la Turchia nel segno della vittoria.

Una "bella bandiera"

Se vuoi sapere cosa fa sventolare, questa bandiera, devi pensare che Poste è diventata Top Sponsor della Nazionale, al fianco della Federazione Italiana Gioco Calcio, perché sostiene il progetto di rinnovamento che la FIGC porta avanti da tempo. Ciò che muove questo enorme drappo - dunque - sono anche sogni, e idee, un grumo essenziale di valori condivisi, quelli dello sport, della lealtà, lo spirito dello spogliatoio. Se non vuoi dimenticarla, questa bandiera, devi sapere che - anche a riflettori spenti, anche dopo il torneo che ha riportato l'Italia sul tetto d'Europa - resta il senso di una identità, il rapporto profondo con il Paese, e la grande aspirazione a fare squadra per raggiungere i traguardi più ardui. Le bandiere, quando - come diceva Pierpaolo Pasolini - sono "belle bandiere", è perché riescono a raccontarci tutto questo: capacità di sintesi, senso dell'identità.

La prospettiva bassa

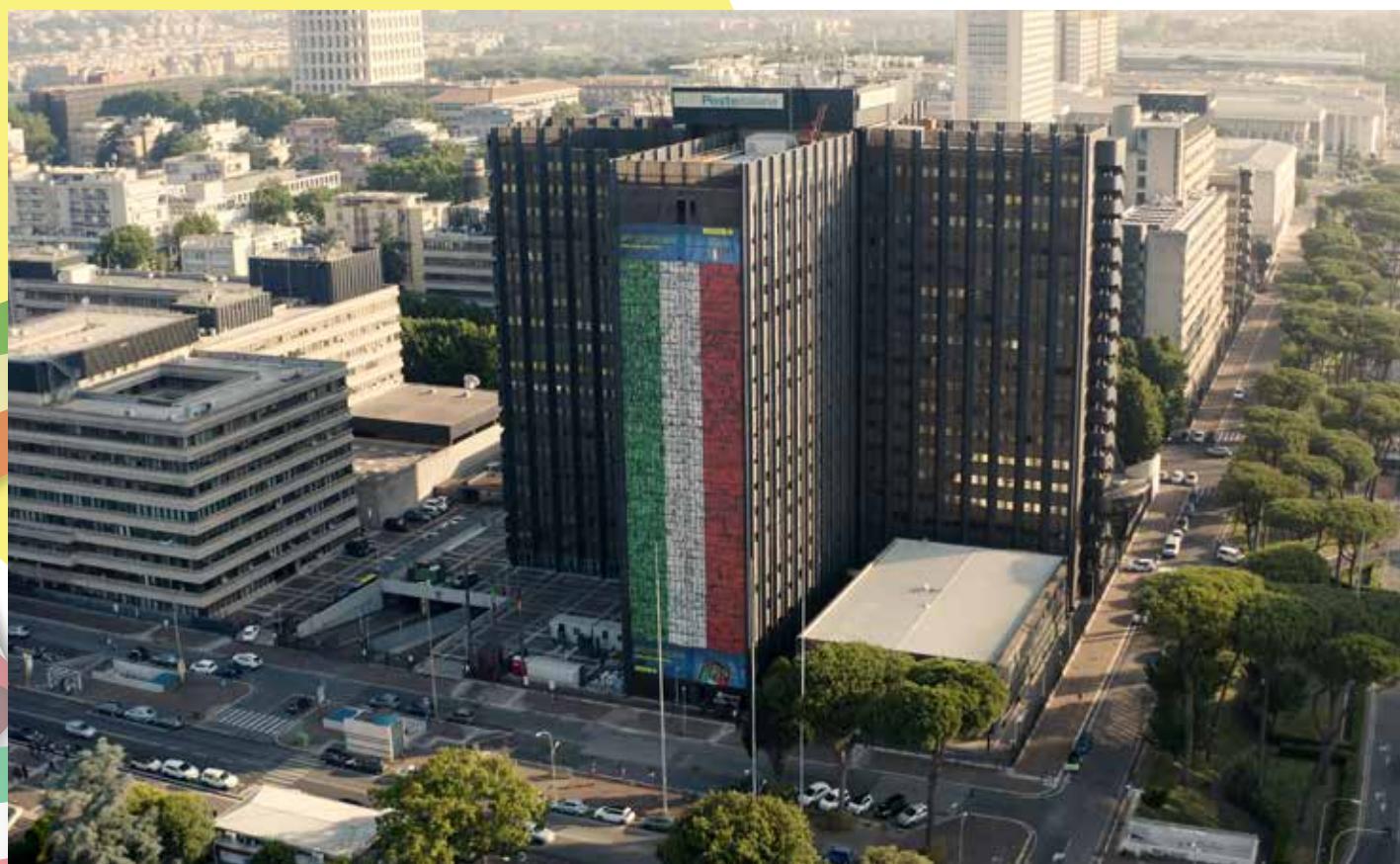
Siccome non sono un drone, e nemmeno un gabbiano, e purtroppo non so nemmeno volare, una mattina ho preso la mia macchina e sono andato a vedere questa bandiera, piantata nel più importante quartiere monumentale, proprio nel cuore della storia di



La sede centrale dell'Eur durante l'Europeo. Il tricolore posto sulla facciata del grattacielo è il più grande di tutta la storia italiana, lungo come la pista di un piccolo aeroporto: 60 metri di altezza per 15 metri di larghezza

Sono 1.200 i volti rappresentati sul maxi-tricolore che ha occupato l'intera facciata del grattacielo della sede centrale di Poste all'Eur

La sede di Poste vista dall'alto



Ancora un'immagine catturata dal drone del bandierone della sede centrale di Poste nel quartiere Eur di Roma



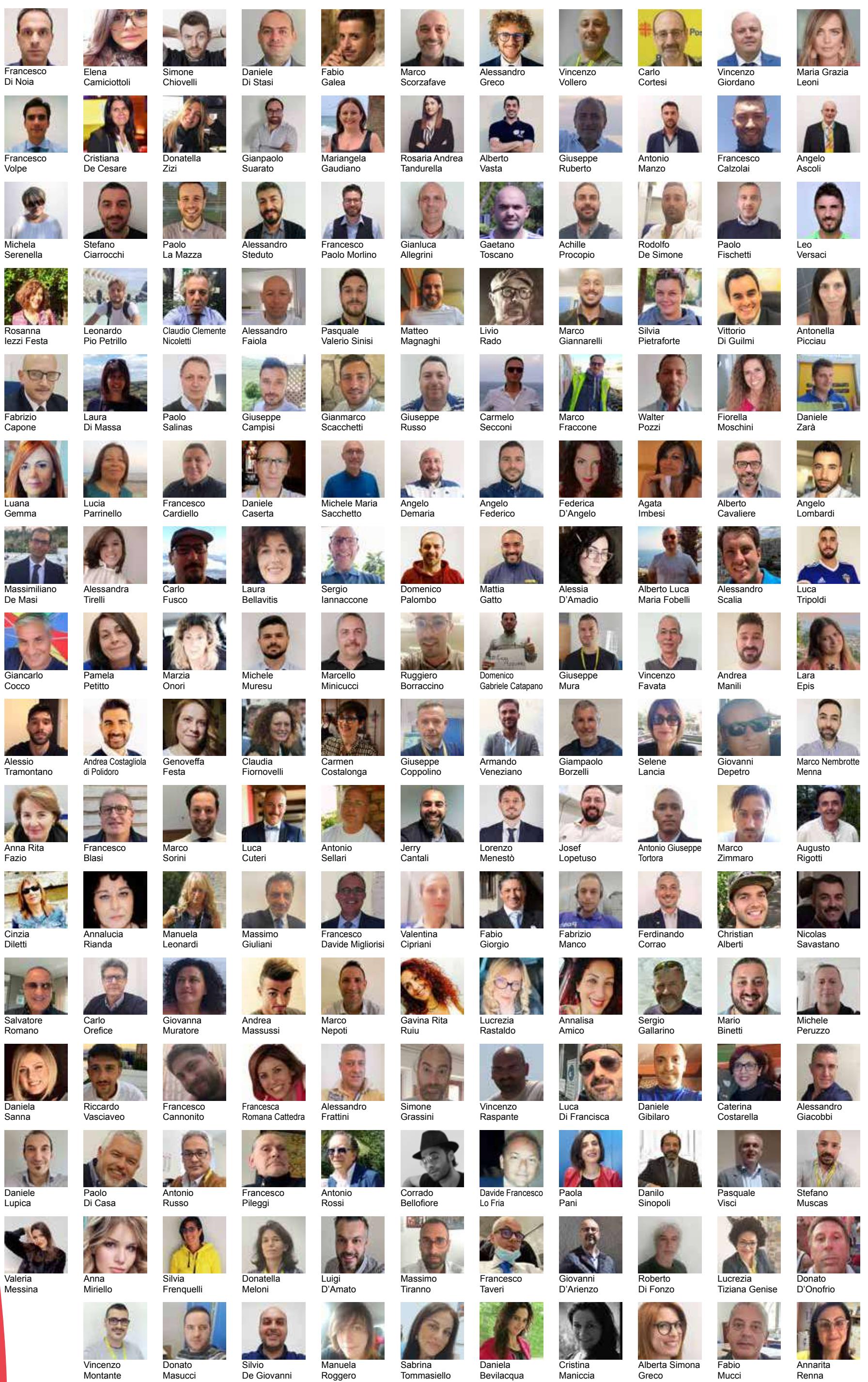
La cartolina firmata da Roberto Mancini inviata a chi ha partecipato all'iniziativa



Roma, all'Eur. Sono andato a vedere nell'unico modo in cui potevo: dal grado zero, dalla prospettiva bassa, quella concessa a noi - come direbbe Eugenio Montale - che siamo della razza «di coloro che restano a terra». È stato bello sapere che questo tricolore sarebbe rimasto esposto all'entrata Sud della città fino alla fine degli Europei. È stato bello alzare la testa all'insù, per guardare il tricolore più grande della storia d'Italia, questa bandiera tutta "intramata" di occhi, di sguardi, di sorrisi e di intelligenze, e anche solo immaginare quanto sarebbe stato bello festeggiare qui, una vittoria epocale.

La gioia di un popolo

Se la volevi vedere bene dovevi volare, se la volevi far sventolare dovevi pensare ai valori che uniscono un intero Paese, se la volevi usare per festeggiare dovevi sperare che gli Azzurri vincessero. E così è andata. Per abbracciarla, in un grande girotondo all'Eur, questa bandiera, dovevi essere cento mani, una collezione di cuori, dovevi chiudere gli occhi e pensare ad una notte magica in cui, mille donne e uomini che mettono la faccia, sarebbero diventati il simbolo che racconta la gioia di un intero popolo.

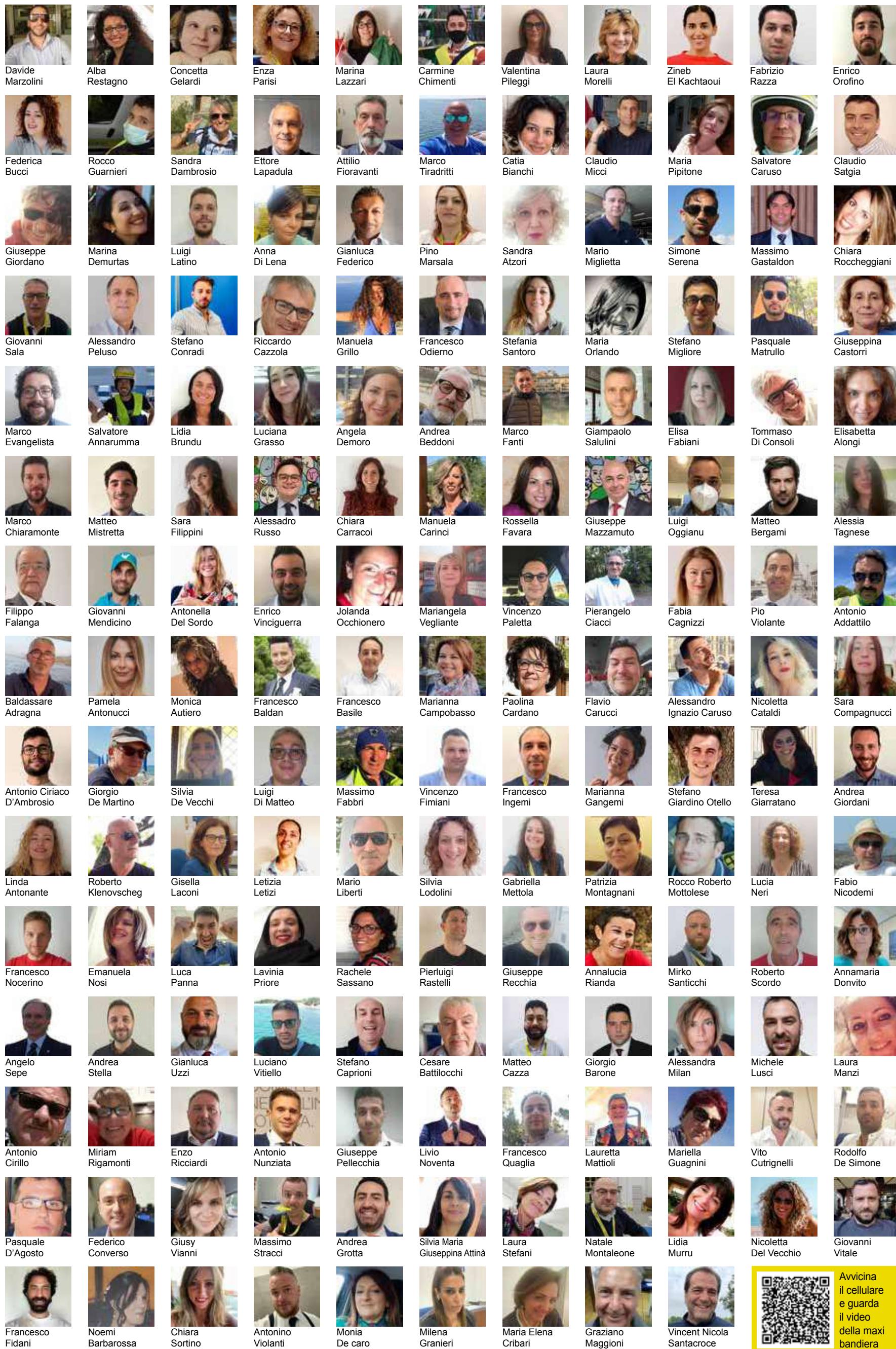












Avvicina
il cellulare
e guarda
il video
della maxi
bandiera

storia di copertina



Dietro le quinte della campagna pubblicitaria lanciata in occasione di Euro 2020

Mancini, che fuoriclasse nello spot di Poste Italiane

La testimonianza del regista Edo Lugari: «Il CT è stato spontaneo, sciolto e ironico, ha illuminato il set con la sua fantasia. Non è un attore ma ha capito immediatamente la direzione che volevo dare allo spot»

In occasione della prima partita degli Azzurri a Euro 2020, quella inaugurale dei Campionati Europei di calcio, lo scorso 11 giugno in televisione aveva esordito anche la nuova campagna pubblicitaria di Poste Italiane, che vede come protagonista nuovamente il Commissario tecnico della Nazionale, Roberto Mancini. «Scegli Poste Italiane. Tutto quello di cui hai bisogno», dice il Ct nello spot diretto da Edo Lugari che ci porta a scoprire una giornata qualunque dell'allenatore, quando non è impegnato sul campo a costruire tattiche o a seguire i giocatori italiani nei loro impegni con i club. Come molti di noi, Mancio fa acquisti online, paga con Postepay e si trova alle prese con resi e spedizioni. Seguendo un registro divertente, l'ex stella della Sampdoria è accompagnata da una sorta di alter ego – vestito del giallo caratteristico di Poste Italiane – che lo assiste e supporta, incarnando idealmente il valore più importante per l'Azienda: la vicinanza, intesa come prossimità e come supporto continuo nella soluzione dei problemi di ogni giorno. In chiusura del video, non poteva mancare un omaggio alla Nazionale di calcio.

Nel novero degli “eletti”

«Roberto Mancini è un fuoriclasse, fa parte di quel novero di eletti che può permettersi di fare molte cose, e probabilmente tutte bene», ci ha raccontato Lugari in una chiacchierata. Il regista ha una lunga esperienza in campagne pubblicitarie per brand di spicco, quindi ha valutato il lavoro del numero 10 della grande Samp di Boskov davanti alla telecamera con contezza: «Non è un attore, eppure è stato in grado di intercettare e capire molto rapidamente in che direzione volevo portare lo spot – ha spiegato – L'obiettivo era quello di restituire al pubblico un Mancini spontaneo, sciolto e ironico, e credo che il risultato sia stato raggiunto. Il Mancio illuminava con la sua fantasia in campo e devo dire che ho trovato un professionista serio, molto concentrato che ha avuto l'umiltà (che spesso hanno i più grandi) di affidarsi alle mie direzioni con fiducia».

Questione di stile

Divertente l'aneddoto legato all'ultima scena dello spot:



Roberto Mancini nel backstage dello spot

«Per la sua calma innata e pacatezza, abbiamo faticato un po' quando, guardando in macchina, avrebbe dovuto dire “Scegli Poste Italiane” – ci ha confidato Lugari – Volevamo che quasi urlasse ma il suo istinto e il suo stile gli suggerivano che sarebbe stato meglio dirla a voce bassa». Il regista ci ha anche raccontato la propria fede interista e quindi l'ulteriore riconoscenza provata nei confronti di Mancini, che da tecnico nerazzurro ha vinto tre scudetti, due Coppe Italia e due Supercoppe italiane: «È stato il primo allenatore ad avermi fatto gioire per delle vittorie della mia squadra. Non sono riuscito a trattenermi e ho dovuto ringraziarlo, dieci minuti dopo averlo conosciuto – ha concluso Lugari – La sua reazione è stata spontanea e solare. Ha dimostrato grande empatia e sensibilità. È stato un piacere dirigerlo e una gioia ancor più grande tifare per questa sua giovane Nazionale».



“Dietro le quinte” dello spot dei festeggiamenti

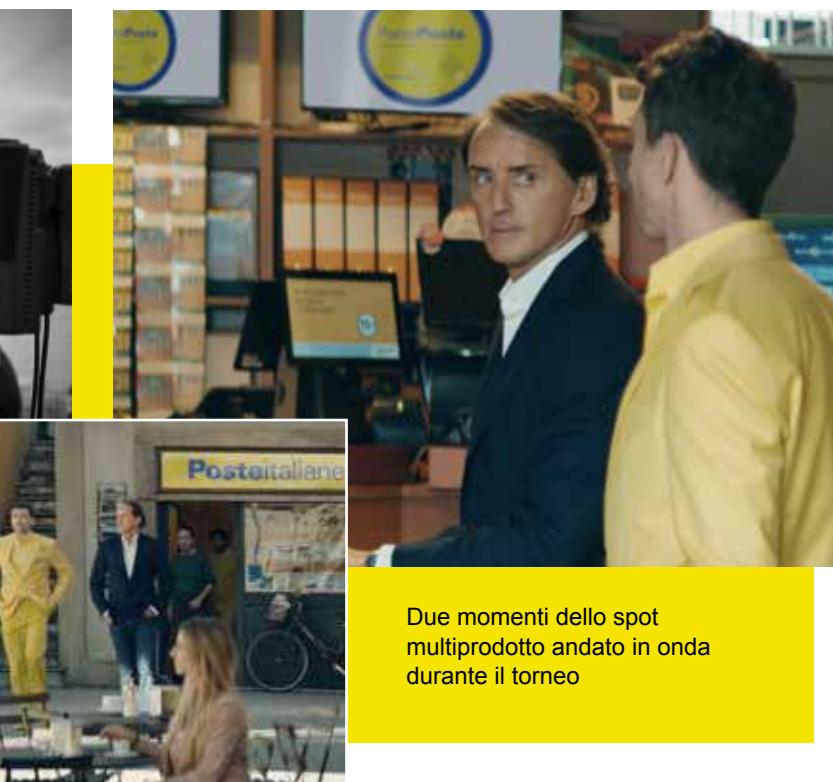
► Poste Italiane ha festeggiato la vittoria degli Azzurri con un video celebrativo con protagonisti i dipendenti. Dopo aver accompagnato l'avventura europea con il loro tifo e aver “riempito” con i loro volti sorridenti l'immenso tricolore sul grattacielo del quartier generale dell'Eur, i colleghi della più grande azienda del Paese hanno coronato questo percorso con un omaggio unico e originale. Avvicinando il cellulare al codice QR è possibile vedere, sulla intranet NoidiPoste, un divertente video del “dietro le quinte” dello spot.



Qui sopra, la pagina pubblicitaria con Roberto Mancini, quella a supporto della Nazionale per l'inaugurazione di Euro 2020 e il regista dello spot, Edo Lugari



L'esultanza dei giocatori azzurri, dopo il gol di Chiesa che ha sbloccato il risultato contro l'Austria agli ottavi di finale di Euro 2020: si riconoscono, da sinistra, Di Lorenzo, Spinazzola, Chiesa, Insigne e Locatelli



Il ruolo di Poste Italiane raccontato in televisione **Ovunque e per tutti: Noi di Poste, un riferimento come la Nazionale**

Prima del lancio dello spot, l'Azienda aveva partecipato su Rai1 alla "Notte Azzurra" e alla miniserie "Sogno Azzurro" insieme ai giocatori di Mancini

Raccontare il ruolo unico di Poste Italiane, quello di facilitatore e aggregatore di servizi utili alla vita quotidiana di cittadini, consumatori, imprenditori e pubblica amministrazione. È questo l'obiettivo del nuovo approccio strategico della comunicazione pubblicitaria del Gruppo, frutto della visione espressa dai vertici aziendali nel neonato Comitato Pubblicità, che prevede la realizzazione di alcuni momenti pubblicitari in televisione per massimizzare il posizionamento di Poste Italiane come punto di riferimento nel Paese, e parallelamente la messa in onda di campagne di prodotto più "tattiche" su web e radio.

Primo passo con il CT

Il primo passo della campagna, in linea con lo sguardo sul futuro gettato dal nuovo Piano industriale, è stato compiuto sfruttando un evento catalizzatore dell'attenzione pubblica come i Campionati europei di calcio: lo spot lanciato durante gli Europei che vede protagonista il Commissario tecnico della nazionale italiana di calcio, Roberto Mancini. Con un format fresco e ironico, si parte dalle esigenze del target, in questo caso gli acquirenti online, unendo il comparto logistico e i pagamenti digitali. In chiusura dello spot c'è l'omaggio alla Nazionale di calcio, parte integrante della più ampia campagna di comunicazione "Forza Azzurri" che aveva sorpreso tutti i tifosi azzurri con la bandiera più imponente mai vista a Roma, realizzata proprio con i nostri volti, e con la presenza di Poste sulle prime pagine di tutti i quotidiani nazionali italiani il giorno dell'esordio dell'Italia a Euro 2020 l'11 giugno all'Olimpico.

Brand integration

Prima del lancio della campagna pubblicitaria,

e quindi prima dell'inizio dei Campionati Europei, però, Poste era già stata protagonista di due operazioni di brand integration a sostegno degli Azzurri sulla Rai: la partecipazione alla miniserie "Sogno Azzurro" e alla prima serata "Notte Azzurra". "Sogno Azzurro" è la docufiction di quattro puntate realizzata in collaborazione con la FIGC e andata in onda dal 7 al 10 giugno sull'ammiraglia della rete. Con la voce narrante di Stefano Accorsi, ha raccontato il percorso degli Azzurri verso Euro 2020. Ambientata a Coverciano, ha seguito i calciatori dal loro arrivo, raccontando al pubblico le riunioni tra staff e squadra, gli allenamenti e i momenti di relax per scoprire cosa succede dietro le quinte tra gli atleti e tutte le persone che collaborano al raggiungimento dei risultati sportivi. Alla fiction, Poste italiana ha partecipato nella puntata del 9 giugno con Poste Delivery quando, in un momento del racconto, la collega portalettere Camilla Risani ha ritirato un pacco preparato dai giocatori con foto autografate e gadget destinato al fan club della nazionale.

La "Notte Azzurra"

Prima di "Sogno Azzurro", Poste Italiane aveva partecipato come sponsor della Nazionale alla serata di intrattenimento "Notte Azzurra", presentata da Amadeus e andata in onda su Rai1 il primo giugno. I giocatori della Nazionale, il Ct e lo staff erano stati tra i protagonisti dello show, insieme ad artisti e ospiti musicali. Poste era stata presente in due dei momenti più divertenti della trasmissione, durante i quali in modo ironico erano stati consegnati dei pacchi Poste Delivery a Mancini, De Rossi, Immobile e Belotti, contenenti oggetti iconici legati alla loro vita.

In arrivo anche un Effie Award per la pubblicità

Premiato lo spot di Poste Delivery con gli "scarpini" consegnati a Mancini

Con il CT vinciamo anche noi! Lo spot "Scarpette" realizzato lo scorso anno con Roberto Mancini per il lancio della gamma Poste Delivery ha vinto il prestigioso premio EFFIE AWARD 2021 nella categoria "Lancio nuovi prodotti/servizi". Riconoscimento tra i più ambiti del settore, assegnato in base ai migliori standard internazionali di strategia, creatività, pianificazione media ed esecuzione delle campagne. Nello spot il Ct è protagonista di un ricordo emozionante della sua storia di figlio, raccontando il rapporto con il padre che, sostenendolo sin da bambino, gli ha regalato "passione" e un paio di scarpini ogni anno, recapitati ovunque lui fosse, proprio tramite Poste Italiane. Que-



sta campagna ha avviato la fruttuosa collaborazione tra Poste Italiane e Roberto Mancini. Anche l'ironia e la simpatia della campagna pubblicitaria tattica, dedicata a far conoscere le caratteristiche dei servizi della gamma Poste Delivery, lanciata su web e stampa in concomitanza con lo spot di Robert Mancini dello scorso anno, ha catturato l'attenzione della giuria del 18° Press, Outdoor & Promotion Key Award, trionfando nella categoria A5 - Finanza, Assicurazioni, Commercio e GDO. Con i soggetti creativi più tattici abbiamo raccontato momenti di vita quotidiana delle persone, ironizzando sulle situazioni, anche paradossali, nelle quali Poste Italiane rappresenta la soluzione più giusta.

storia di copertina



L'opinione di Marcel Vulpis, giornalista economico ed esperto di marketing sportivo

«Il brand Poste e la Nazionale che accoppiata vincente»

Mancini come testimonial impeccabile: «Precisione, accuratezza nel lavoro, credibilità, progettualità e professionalità sono i valori che lo accomunano all'Azienda». E poi c'è il tifo per gli Azzurri, che ha la stessa capillarità e diffusione della rete di Poste Italiane

di MARCELLO LARDO

 Un successo condiviso quello della Nazionale e di Poste Italiane. Il Gruppo ha sempre creduto nel progetto di Mancini, stando accanto alla Federazione come top sponsor dell'Italia. E i risultati si vedono, anche in termini di visibilità. Sul rapporto tra Poste e la Nazionale, in questo senso, abbiamo chiesto di più a Marcel Vulpis, giornalista economico ed esperto di marketing sportivo.

Perché funziona l'abbbinamento di un marchio a un testimonial?

«L'utilizzo del testimonial pubblicitario è sempre stato una caratteristica di molte campagne advertising adottato dai brand consolidati. L'abbbinamento risulta efficace quando si ha un personaggio che, oltre a essere vincente, è anche credibile e autorevole. È l'autorevolezza che rende felice l'abbinamento con il marchio, ovvero il corretto allineamento tra i valori del testimonial e quelli dell'azienda».

E perché Mancini si è rivelato perfetto per Poste Italiane?

«È il suo stile ad essere perfetto per Poste. È un personaggio che mantiene un profilo basso, si vede anche durante le interviste: mai sopra le righe, tranquillo, regolare anche nelle dichiarazioni. Tutto ciò fa sì che Mancini non "cannibalizzi" il brand, a differenza di quanto avviene con altri personaggi e altri marchi, anche nel mondo calcistico, che sono ottimi per l'impatto mediatico ma spesso fanno ombra al marchio».

Quali valori hanno in comune?

«Sono parecchi i valori di Mancini che rispecchiano quelli di Poste. Penso alla precisione, l'accuracy nel lavoro, la progettualità e la professionalità».

Come giudichi la campagna pubblicitaria che ha seguito l'Italia nell'avventura europea?

«È un messaggio molto vicino alla gente, in linea con gli interessi di Poste Italiane per far capire quali sono i servizi e i prodotti di un'Azienda che innova e che è fortemente innovata. Se ci pensiamo, la figura del Commissario tecnico, da questo punto di vista, è perfettamente in linea. Perché l'allenatore è la guida della squadra e della rosa, progetta, programma, istruisce».

Poste e Nazionale dunque sono un binomio forte.

«La Nazionale è un brand fortissimo del



Roberto Mancini e Giorgio Chiellini con la Coppa conquistata a Wembley



Il giornalista Marcel Vulpis

made in Italy nel mondo, uno dei tre principali insieme alla bandiera e alla Ferrari. Per Poste Italiane è un abbinamento molto felice e i risultati sono sotto gli occhi di tutti. Da questo punto di vista poi, se pensiamo alla capillarità e alla diffusione territoriale della rete, Poste e la Nazionale sono perfettamente in linea».

Quale operazione pubblicitaria di Poste ti ha sorpreso di più?

«Sicuramente l'operazione tattica di marketing che ha attratto l'attenzione degli addetti ai lavori è la maxi bandiera di 60 metri (larga 15) con le foto di migliaia di dipendenti-tifosi. Composta da più di 1.200 volti dell'azienda tricolore copre una superficie totale di 900 metri quadrati: una scelta davvero impattante. Bene sono andate anche le numerose operazioni di co-marketing e ovviamente lo spot in cui Mancini visita un ufficio postale e fa scoprire a tutti i servizi a disposizione per i clienti».

LA SFIDA SOCIAL

Il "gol" di Poste a Royal Mail: è Roma l'indirizzo dei campioni

L'Italia è Campione d'Europa e Poste Italiane, top sponsor al fianco degli Azzurri nell'avventura continentale, ha voluto complimentarsi con la Nazionale in un modo divertente e ironico, tramite i suoi profili social. Subito dopo il rigore parato da Donnarumma che ha sancito il successo finale contro l'Inghilterra a Wembley, è apparsa infatti l'immagine di un pallone incartato con la scritta "Rome", dove la prima lettera era una correzione della precedente scritta "Home". Il tutto spedito con il francobollo dedicato a Euro 2020.

La risposta

Il post di Poste Italiane è una



divertente e pungente risposta a quello pubblicato da Royal Mail due giorni prima della finale: la stessa identica immagine con la scritta, appunto, "Home", che si riferiva al ritorno "a casa" del trofeo, ovvero in Inghilterra, la patria natia del calcio e al tormentone "It's coming home" cantato dai tifosi d'oltremare. La poca scaramanzia non ha di certo aiutato le poste inglesi e la replica di Poste Italiane non si è fatta aspettare: è stato sufficiente correggere la prima lettera per scrivere la corretta destinazione del pallone, ovvero Roma, capitale d'Italia. Una consegna ben riuscita, con "l'aiuto" del formidabile gruppo Azzurro guidato da Roberto Mancini.

I numeri e i contenuti del nostro sito

Su Postenews.it un mese di notizie al fianco degli Azzurri

Oltre 80 articoli e le interviste ai campioni del passato hanno accompagnato l'avventura europea fino al trionfo



Oltre 80 articoli dall'inizio alla fine del torneo, 20 interviste esclusive con personaggi del mondo del calcio, del giornalismo, dello spettacolo. Una sezione dedicata del sito esclusivamente a Euro 2020 con approfondimenti e focus che riguardano la Nazionale e il rapporto con Poste Italiane. Sport, dunque, ma anche il tema delle sponsorizzazioni, il nostro supporto per l'Italia, gli accordi commerciali. Inoltre, una gallery di 1.200 foto sempre consultabili online con le immagini dei colleghi che sono andati a comporre la maxibandiera affissa sul quartier generale dell'Eur. Sono numeri di un impegno importante, quello che il nostro sito Postenews.it ha dedicato all'evento continentale, accompagnando l'Italia dal debutto al trionfo e aggiornando i lettori in tempo reale.

Spunti di interesse

Un viaggio pieno di spunti, affidati a firme d'autore come Paolo Pagliaro, Luca Telesio e Pierangelo Sapegno e personaggi celebri che hanno analizzato con noi il cammino degli uomini di Mancini, non solo in termini di risultati sul campo ma anche di impatto sul mondo aziendale, sull'economia e sulla società. Un'analisi focalizzata sugli interessi di Poste Italiane che ha reso ancor più interessante il torneo europeo dove la nostra Azienda è stata protagonista in qualità di Top Sponsor della Nazionale e della Federcalcio.

Parlano i Campioni

Tra le interviste, molti i personaggi e le frasi da ricordare: alcuni di loro, tra Campioni del Mondo e altri grandi giocatori, hanno quasi "previsto" il successo della



Antonio Cabrini
«Questa squadra è un messaggio per il Paese»



Marco Tardelli
«Mancini ha aperto la strada per i Mondiali 2022»



Claudio Gentile
«Bravo Mancini, fare gruppo è determinante»

Nazionale. È il caso di Antonio Cabrini, il quale ha dichiarato a Postenews che «una squadra come quella di Mancini, che non molla mai, può lanciare un messaggio davvero importante per il Paese in questo periodo duro, per venire fuori dai momenti drammatici che abbiamo attraversato in questi ultimi mesi». Gli ha fatto eco Claudio Gentile, il quale ha indicato «Roberto Mancini come un nuovo Enzo Bearzot, ha saputo fare gruppo, perché il gruppo è determinante per vincere». Da un arcigno difensore all'altro: Fabio Cannavaro, anche lui campione del mondo con la Nazionale (nel 2006), ha indicato la via. «La nostra storia insegna che, a parte Roberto Baggio nel '94, l'Italia non ha mai puntato su un fuoriclasse, ma su un gruppo forte – disse l'ex capitano azzurro – un gruppo capace di esaltarsi nelle difficoltà. Per me l'uomo in più è stato Mancini, per come ha fatto giocare la squadra e ha gestito gli uomini».

Verso il futuro

Sulla stessa lunghezza d'onda anche Claudio Marchisio, secondo il quale «la forza della Nazionale è sempre stata quella di unire le persone». Un esempio da trasferire anche nella vita di tutti i giorni: «L'entusiasmo che ha accompagnato questa avventura della Nazionale mi auguro possa essere trainante anche per l'intero Paese». E c'è addirittura chi è già andato oltre, come Marco Tardelli, il quale aveva dichiarato a Postenews che «l'Italia, in questo Europeo, sta preparando la strada per un Mondiale 2022 che potrebbe vincere». Non corriamo, ma dopo questo trionfo continuare a sognare è lecito.

Simona Caricasulo, docente di economia

«Poste e Nazionale il racconto corale di un grande successo»

L'esperta della Luiss: «L'economia trarrà beneficio dalla vittoria italiana, che riaccende la speranza del Paese»

Simona Caricasulo è docente di Economia Aziendale dello sport all'Università Luiss Guido Carli di Roma. Professoressa, quali saranno nel breve termine gli impatti economici positivi più evidenti della vittoria degli Europei?

«La vittoria azzurra degli Europei di calcio costituisce un volano importante per il rafforzamento della brand identity del nostro Paese. Questo significa che questa vittoria, con un Pil stimato in crescita post pandemia, può contribuire in maniera significativa al sostegno di questa crescita. Osservando studi su dati del 2006, coincidenti con la vittoria del campionato mondiale di calcio da parte dell'Italia, si nota un incremento delle vendite verso l'estero di prodotti made in Italy di circa un +10%, con un'incidenza sul Pil di periodo stimata in +1%, e un incremento del turismo. Questa sfida oggi si rinnova e, a mio avviso, dovrà essere colta dal nostro tessuto produttivo, soprattutto dalle piccole realtà in eccellenza, sfruttando gli investimenti fatti nell'e-commerce nel periodo di pandemia, trasformando quella scelta di sopravvivenza in opportunità di crescita aziendale».

Lei ha parlato di "speranza": può davvero un successo sportivo riportare fiducia in una nazione dopo due anni come quelli che abbiamo vissuto?

«La speranza è il risvolto umano del concetto economico di fiducia. La nostra Nazionale di calcio è risorta dopo una serie di anni oscuri, con un team convinto di poter raggiungere gli obiettivi più ambiziosi attraverso uno schema di gioco moderno e adatto alle proprie caratteristiche: in termini economici, un'azienda consapevole di fare impresa. Questo veicola il messaggio che attraverso la consapevolezza e l'impegno, non disgiunto dall'eleganza che ci è propria, si possano raggiungere traguardi importanti, all'interno del rispetto delle regole che lo sport vuole e impone. Questi valori così amplificati diventano vettore positivo nel fare per una intera nazione, che si sente parte di questa impresa, sportiva e non solo».

In termini di reputazione, quali sono le leve principali su cui agisce in positivo un successo come questo?

«La reputazione rientra in un concetto più allargato che prende il nome di affidabilità. Malgrado sia un asset immateriale, i suoi effetti invece sono tangibilissimi in termini di posizionamento di un brand sul mercato. Nel caso specifico, ri-



Simona Caricasulo

ferirsi alle sole leve che incidono all'interno di un'azienda, quali la qualità del prodotto e della comunicazione verso l'esterno, non è sufficiente. Ritengo infatti che il fattore che influenzhi di più ai fini della reputazione generale della brand identity di un Paese sia proprio la dinamica di relazione sociale nella quale l'identità messa in campo dalla nostra Nazionale di calcio si trasferisce a tutto il "Sistema Italia", tanto nelle relazioni domestiche che in quelle internazionali».

Tra i top sponsor che hanno accompagnato la Nazionale c'è anche Poste Italiane, che ha vissuto la pandemia in prima linea ed è stata alleata del Governo nella campagna vaccinale. Trova che si sia trattato di una sinergia vincente?

«Esiste sempre un nesso valoriale tra sponsor e squadra/atlleta, in un dialogo autoalimentante tra identità aziendale e risultato sportivo. Anche in questo caso si verifica lo stesso e, anzi, il prestigioso risultato è la ricompensa ulteriore di una sponsorizzazione già di per sé importante. Poste Italiane è un player nazionale che rappresenta da sempre, per tradizione e diffusione, uno sportello di fiducia per gli italiani. Questo senso di familiarità è stato vincente nella partnership per la campagna vaccinale, in cui in un momento così difficile c'era bisogno di rassicurazioni. Allo stesso modo, la partnership sportiva nella quale Poste Italiane è top sponsor della FIGC, rappresenta la sintesi perfetta di un racconto di successo che lega una grande azienda italiana alla sua Nazionale di calcio».

la nostra innovazione

Inaugurato in provincia di Pavia il centro logistico per gestire la crescita dell'e-commerce

Landriano, l'hub decisivo per il sorpasso dei pacchi

L'Amministratore Delegato Matteo Del Fante al taglio del nastro: «Il nuovo impianto ci permette di rispettare i tempi e le richieste del mercato. Stiamo compiendo un percorso straordinario, entro il 2025 oltre il 50% dei ricavi sarà generato da questo business»



I vertici di Poste Italiane (la Presidente Maria Bianca Farina, l'AD Matteo Del Fante, il Condirettore Generale Giuseppe Lasco, il Responsabile PCL Massimo Rosini) con i lavoratori dell'hub di Landriano, il Ministro Giancarlo Giorgetti e il Presidente della Regione Lombardia Attilio Fontana

Un investimento da 60 milioni di euro per rispondere alle nuove abitudini di consumo degli italiani. A metà strada tra Milano e Pavia, nei pressi dell'autostrada, esattamente a Landriano, è stato inaugurato il più grande, nonché il più avanzato dal punto di vista tecnologico, hub di smistamento pacchi di Poste Italiane. Un'infrastruttura considerata strategica per affrontare la sfida dell'e-commerce lungo tutta la catena del valore: dopo aver consegnato 210 milioni di pacchi nel 2020, in pratica uno su tre in Italia, raggiungendo una quota di mercato del 36,7%, ora punta più in alto avviando «un percorso straordinario che entro il 2025 porterà a oltre il 50% dei ricavi generati dal business dei pacchi», ha detto l'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, che lo scorso 22 giugno ha inaugurato l'impianto insieme alla Presidente Maria Bianca Farina, alla presenza del Ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti e del Presidente della Regione Lombardia Attilio Fontana. «Oggi – ha sottolineato l'AD – l'e-commerce richiede tempi di consegna velocissimi e quello che vedete qui è ciò che permette la rapidità che il mercato richiede».

La vocazione di Poste

«La nostra Azienda tra pochi mesi compirà 160 anni dalla sua fondazione – ha ricordato Del Fante – e ancora oggi tiene fede alla sua missione principale: accompagnare il Paese nel suo sviluppo, rispec-



L'Amministratore Delegato di Poste Italiane Matteo Del Fante all'inaugurazione dell'hub

chiandone i valori, condividendone le difficoltà e i successi, anticipandone ove possibile le trasformazioni e guidandone il progresso attraverso una rete di persone, uffici e tecnologie che non ha eguali nel Paese». Ricordando il contributo fondamentale di Poste durante la pandemia e nella campagna vaccinale, Del Fante ha aggiunto, a proposito dei dipendenti di Poste: «Persone che ogni giorno sono a contatto con gli italiani per soddisfare i bisogni e condividerne le necessità, persone che in questo periodo non hanno mai mollato e sono sempre state al lavo-

ro vicini alle famiglie, alle imprese e alle istituzioni».

La logistica

Poste deve però fare i conti con un cambiamento, un tema affrontato dall'Amministratore Delegato durante la presentazione dell'impianto: oggi i dati dicono che arriva una lettera pro capite per italiano ogni dieci giorni. Queste le sue parole: «Per contrastare il secolare declino della posta ordinaria, difendere il ruolo della nostra Azienda e il lavoro di tutti i 60mila colleghi, la metà di Poste, che si

«La nostra forza capire in anticipo la trasformazione digitale del Paese»

A Landriano Maria Bianca Farina, Presidente di Poste Italiane, ha parlato, riferendosi al panorama socioeconomico, di «grandi trasformazioni a cui era necessario reagire con capacità strategiche e flessibilità. Poste Italiane lo ha fatto con grande lungimiranza». Proprio per far fronte alle nuove sfide, «Poste ha modificato profondamente il processo della logistica» per permettere ai clienti di accedere in digitale al prodotto. Questo perché «Poste ha compreso in anticipo la trasformazione digitale» che era già in essere e che «ha cambiato il futuro della corrispondenza» e, nel contempo, «si aprivano nuovi spazi per il commercio e la consegna di pacchi».



La Presidente di Poste Italiane Maria Bianca Farina

occupano di logistica abbiamo intuito qualche anno fa la necessità di focalizzarci sul mondo dei pacchi». Chiaramente, ha aggiunto l'AD, «la pandemia ha accelerato un trend sul quale ci eravamo già posizionati, quello del commercio elettronico. Lo abbiamo fatto a luglio del 2019 con l'apertura dell'hub di Bologna. Se Poste non avesse iniziato nel 2017 e 2018 a programmare gli hub di Bologna e quello inaugurato ora a Landriano non sarebbe riuscita a registrare i numeri che oggi abbiamo sulla crescita dei pac-



Il maxi hub di Landriano, in provincia di Pavia, si trova nei pressi dell'autostrada in una posizione strategica per la spedizione dei pacchi. Inaugurato ufficialmente lo scorso 22 giugno, grazie a un investimento da 60 milioni di euro, permette di lavorare 300mila pacchi al giorno. All'interno del centro logistico sono impiegati 600 addetti

L'INTERVENTO DEL MINISTRO

Giorgetti elogia la rete fisica: «Brava Poste, sintesi felicissima tra servizi e sviluppo economico»

Poste Italiane è diventata una «sintesi felicissima» tra l'erogazione di servizi pubblici e lo sviluppo economico. Il Ministro dello Sviluppo Economico, Giancarlo Giorgetti, è intervenuto con queste parole all'inaugurazione del nuovo polo logistico da 80mila metri quadrati e 300mila pacchi al giorno a Landriano. «Quella che appariva una disoccupazione con la sua distribuzione capillare sul territorio - ha aggiunto - da deficit ed elemento di negatività è diventata un vantaggio competitivo». «Mentre la corrispondenza è diventata un'attività marginale - ha aggiunto - la distribuzione di pacchi è ormai un elemento di successo».

Realtà travolgente

Giorgetti ha evidenziato che l'e-commerce è oggi «una realtà che ha una crescita travolgente, esponenziale», che cambia le logiche nella distribuzione e nella produzione. È qui che si inserisce il grande lavoro di Poste

che, ha ricordato Giorgetti, compete con altri operatori e «non può aspettare che il mercato arrivi». Il ministro ha quindi elogiato «il fatto che ci sia un operatore nazionale dinamico, che sta al passo con i tempi, non solo con la consegna di pacchi ma con la rete di distribuzione che assolve un ruolo di supporto al risparmio in presenza fisica», soprattutto per tanti anziani che, nonostante gli sforzi del governo e di Poste, «avranno comunque delle difficoltà rispetto al digitale».

Orgoglio nazionale

Secondo Giorgetti, questo «felice incontro tra sviluppo economico e Poste» è ben rappresentato nell'orgoglio «dalla promozione dell'immagine di una pubblicità fortunatissima con l'allenatore della Nazionale che fa riconoscere che le Poste appartengono a tutti i cittadini italiani».



Il Ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti

chi, +72% soltanto nel primo trimestre di quest'anno».

Missione inalterata

Proprio a Bologna, nel luglio del 2019, prima ancora che si potesse anche solo immaginare l'arrivo di una pandemia globale, il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, ricordò come i passi del portalettere e poi, via via, strumenti sempre più moderni abbiano accompagnato la vita quotidiana del nostro Paese, facendo di Poste un elemento fondamentale per connettere il nostro Paese al suo interno. «Naturalmente - disse il Capo dello Stato in quell'occasione - le condizioni cambiano; cambiano le esigenze; la tecnologia progredisce; cambiano le condizioni sociali. Cambiano quindi le esigenze e le richieste di servizi dei cittadini, degli utenti; cambiano le risposte che Poste Italiane deve fornire ai propri utenti. Questa modernizzazione veloce, intensa - di cui questo hub è un esempio e una manifestazione straordinariamente efficace - è un passaggio indispensabile per rendere sempre più efficace il rapporto con i cittadini del nostro Paese. Quello che è importante è che, nelle condizioni che mutano, venga mantenuta inalterata la missione di Poste Italiane. E questo avviene». Dopo Bologna, Landriano ne è la conferma.



Il saluto tra il Presidente della Regione Lombardia, Attilio Fontana, e l'AD di Poste Italiane, Matteo Del Fante, in occasione dell'inaugurazione dell'hub di Landriano

E la Lombardia ringrazia Poste per il contributo alla campagna vaccinale

Il Presidente della Regione Lombardia, Attilio Fontana, ha voluto ringraziare Poste Italiane per «l'importante contributo garantito ai lombardi attraverso la piattaforma di prenotazione nella campagna vaccinale. Il ruolo delle istituzioni - ha aggiunto il governatore presente all'inaugurazione dell'hub - è quello di osservare i cambiamenti del suo territorio intercettando i bisogni di imprese e cittadini,

rimuovendo gli ostacoli alla crescita e allo sviluppo di quello stesso territorio. Per fare questo è necessario mantenere sempre attivo il dialogo tra mondo pubblico e privato. Entrambi hanno necessità di comprendere i bisogni dell'altro». L'inaugurazione dell'hub di Landriano è «un evento importante per il territorio pavese e più in generale per l'intera Lombardia, un polo produttivo funzionale e innovativo, che si inserisce in quel processo di trasformazione che deve accompagnare i cambiamenti nel modo di vivere e di spostarsi».

la nostra innovazione

Il 22 giugno scorso un dipendente dell'hub ha posato il pacco numero uno sul nastro

La prima spedizione è avvolta nel tricolore

L'impianto di Landriano rappresenta una infrastruttura fondamentale per la logistica di tutto il Paese. Dario Civardi, vicesindaco del piccolo comune pavese, scherza: «Eravamo famosi per gli ortaggi, ora siamo al centro di un progetto nazionale all'avanguardia»

di ANGELO LOMBARDI

 Sono le 14.47 del 22 giugno 2021 quando il responsabile degli hub italiani di Poste, Marco Paratore, preme il pulsante rosso e avvia l'impianto di Landriano, il più grande polo logistico per l'e-commerce e i servizi di corriere espresso a livello nazionale e tra i più grandi d'Europa. La linea verde pedonale tracciata a terra è lunga chilometri, in questo impianto titanico in grado di smistare pacchi di piccole, piccolissime dimensioni e altri, invece, enormi, formati XXL che possono raggiungere i 2,3 metri di lunghezza. Se doveste per caso spedire una tavola da surf, niente paura, verrà smistata nell'hub e consegnata al destinatario. Perché anche i pacchi di forme particolari vengono lavorati e portati a destinazione. La tecnologia all'avanguardia, infatti, supporta formati differenti grazie a un sistema che riconosce il pacco e lo trasporta negli spazi dedicati.

Il primo pacchetto

Il 22 giugno è stato un dipendente della struttura ad appoggiare il primo pacchetto, marchiato Poste e con la bandiera italiana, sul rullo trasportatore.

Quel pacchetto ha ufficialmente inaugurato l'hub. Il panorama si perde a vista d'occhio tra i tubi gialli e blu e il nastro trasportatore che si snoda, come i binari dei treni giocattolo, per l'intera struttura dando vita a un ambiente scenografico, soprattutto se non si è mai stati in un hub di smistamento. Il vicesindaco di Landriano, Dario Civardi, ha sottolineato quanto, per un paese di piccole dimensioni sia importante l'hub. «Poteva-

mo - ha detto tra ironia e orgoglio - essere ricordati per i buoni ortaggi, ora invece siamo al fianco di un progetto all'avanguardia». E che la struttura sia all'avanguardia è un dato di fatto: i pannelli solari installati sul tetto sono in grado, da soli, di generare sufficiente energia per mettere in funzione l'impianto. Avanguardia che va a coniugarsi perfettamente con la tradizione. Poste Italiane, infatti, è un'istituzione, da sempre al fianco dei cittadini con una rete capillare che raggiunge realtà di ridotte dimensioni.

L'importanza del recapito

Fino a qualche anno fa questa rete così diffusa sarebbe potuta sembrare un controsenso, una contraddizione in termini, viste le possibilità offerte dal mondo digitale. Inviare una e-mail al posto di una lettera è qualcosa, che ormai, viene data per scontata. Ma non tutti sono in grado di inviare mail. E soprattutto quando si è reso necessario avvicinarsi agli altri, ai nostri cari, lontani a causa della pandemia, la rete capillare ha garantito la costante consegna, oltre che delle lettere, anche dei milioni di pacchi che hanno raggiunto le destinazioni centrali così come quelle periferiche. E a questo proposito è stato l'Amministratore Delegato, Matteo Del Fante, a far notare che una decina di anni fa Poste aveva smesso di consegnare il sabato. Il servizio è stato poi reintrodotto quattro anni fa. E, durante la pandemia, questo sistema collaudato ha permesso di arrivare alla piena soddisfazione del cliente. E se Poste Italiane ti porta il pacco nel weekend, il pacco che stavi aspettando, significa che il servizio funziona e che tutto è orientato alla soddisfazione del cliente.

Al fianco dei cittadini

Proprio i lockdown hanno chiarito la necessità di restare in contatto, anche con un regalo di compleanno, magari non una tavola da surf, ma qualcosa che ci ha fatto piacere ricevere o inviare. Con i nuovi servizi, non è più nemmeno necessario recarsi all'Ufficio Postale per le spedizioni: si possono consegnare a Poste, si possono lasciare nei locker ormai diffusi sul territorio nazionale. La digitalizzazione è stata pensata per continuare a essere al fianco del cittadino, anche di chi non è nativo digitale che può rivolgersi al portalettere per attivare diversi servizi. Il più importante, in questo momento, è in sette regioni la possibilità di prenotare il vaccino contro il Covid-19. Ma Poste Italiane sa anche che consegnare i pacchi ovunque e in tempi rapidi significa fare bene il proprio business e tenere unito il Paese.



L'ANALISI DELLA STAMPA NAZIONALE

«Uno snodo di smistamento da record per l'e-commerce»

La descrizione dei quotidiani: «Scivoli a perdita d'occhio, una tangenziale dei pacchi»

La sfida e-commerce passa per l'hub più grande d'Italia. È questa la lettura che, all'indomani dell'inaugurazione del nuovo centro logistico di Landriano, hanno dato dell'evento tutti i principali quotidiani italiani. Il Corriere della Sera ne ha parlato in questi termini: «È il più grande d'Italia e

ricopre una superficie pari a cinque volte Piazza del Duomo a Milano. Si tratta del nuovo centro di smistamento automatizzato di Poste Italiane dedicato all'e-commerce e ai servizi di corriere espresso costruito a Landriano in provincia di Pavia con un investimento di 60 milioni di euro».

Un'immagine del nastro trasportatore
poche ore prima dell'inaugurazione
che si è svolta il 22 giugno scorso

Tutti i numeri dell'avveniristico hub di Poste Italiane

Sostenibile e hi-tech: viaggio nell'impianto da 39mila pezzi l'ora

Per la costruzione della struttura sono stati utilizzati 90 km di cavi e 330 tonnellate di acciaio. Le fonti rinnovabili coprono l'intero fabbisogno energetico diurno

Il centro logistico più grande d'Italia: l'hub di Landriano è la nuova infrastruttura tecnologica di Poste Italiane. Su una superficie totale di 80 mila metri quadrati (di cui 40.000 mila al coperto) l'hub ha comportato un investimento complessivo di 60 milioni di euro. L'impianto è dotato di un sistema automatico di nuova generazione per lo smistamento, capace di lavorare fino a più di 300 mila pacchi al giorno anche di dimensioni extra-small ed extra-large, che assicura consegne rapide dei pacchi in tutta Italia. Ad oggi, infatti, un pacco e-commerce su tre è consegnato da Poste Italiane.

Dotazione all'avanguardia

Il sistema di sorting utilizza i più elevati standard tecnologici ed è costituito da quattro macchine interconnesse che suddividono automaticamente i pacchi per destinazione e peso/volume su 694 uscite, consentendo la gestione di 39.000 pezzi all'ora. La dotazione all'avanguardia comprende anche un innovativo sistema di

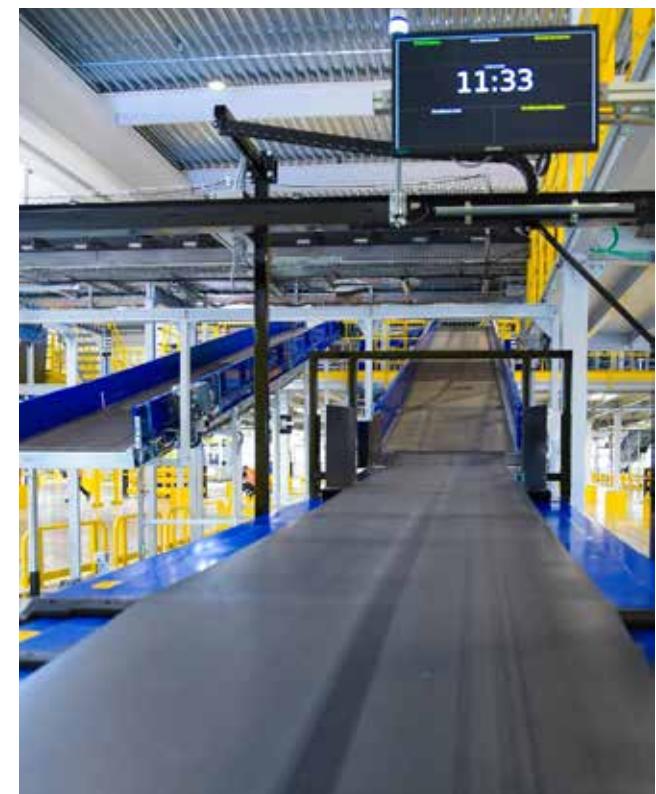
smistamento basato su tecnologia "autonomous mobile sorting" e dotato di 17 robot.

La rete degli hub

In totale l'impianto gestirà picchi di oltre 300.000 colli al giorno; numeri che lo rendono parte fondamentale della dorsale di smistamento di Poste insieme agli hub di Bologna, Piacenza e all'hub Centro di Passo Corese a Rieti. I quattro hub sono collegati alle oltre 90 filiali e ai 1.700 centri di recapito distribuiti sul territorio italiano, per la gestione operativa dei pacchi che saranno poi consegnati dalla rete dei portalettere e dei corrieri.

La costruzione

Nell'impianto sono presenti 174 posizioni di carico con attracco diretto sui mezzi per permettere di caricare immediatamente i pacchi sull'automezzo a monte e a valle del processo di smistamento. Per la costruzione della struttura sono state impiegate oltre 57.000 ore di lavoro,



stesi 90 km di cavi, realizzati 32.000 metri quadrati di asfalto e utilizzate 330 tonnellate di acciaio.

Principi di sostenibilità

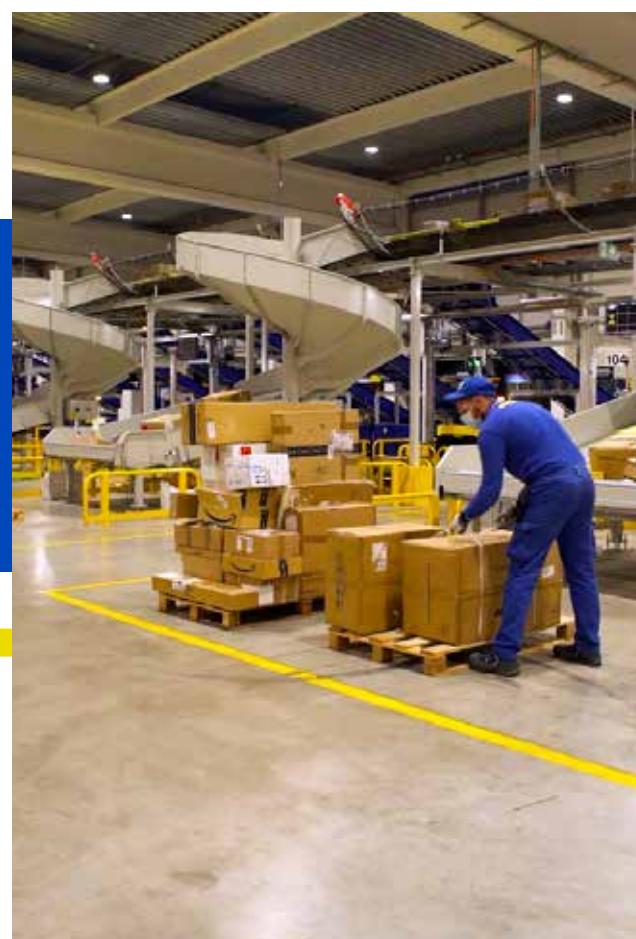
Il nuovo impianto rispetta rigorosamente i principi di sostenibilità promossi da Poste Italiane. La struttura ha ottenuto la certificazione BREEAM In-Use Excellent, tra le certificazioni più rilevanti a livello internazionale in materia di sostenibilità, per le scelte progettuali e realizzative adottate. Sulla copertura sono stati installati pannelli fotovoltaici di ultima generazione una superficie di 2.500 metri quadrati e coprono il fabbisogno energetico diurno dell'hub, abbattendo 210 tonnellate di emissioni annue di CO₂. Sono stati inoltre utilizzati materiali di costruzione che assicurano elevate performance dal punto di vista del contenimento energetico.

Controllo e risparmio

L'hub dispone di sistemi di controllo per il risparmio idrico e un impianto di illuminazione full Led. Il clima interno all'impianto è regolato dalla presenza di impianti di ventilazione, mentre il sistema di illuminazione è dotato di controllo abbagliamento. Ampie superfici vetrate consentono la diffusa penetrazione di luce naturale. Grande attenzione è stata dedicata anche all'arredo esterno e ai servizi, con piste ciclopoidinali adiacenti alle aree verdi e panchine all'aperto.



L'hub di Landriano è coperto da 2.500 mq di pannelli fotovoltaici. All'interno si smistano 300 mila pacchi al giorno



La lungimiranza di Poste

«Poste, 60 milioni per un nuovo hub dedicato ai pacchi» è il titolo di Repubblica, che ricorda: «Matteo Del Fante, Amministratore Delegato di Poste Italiane, fin dall'inizio del suo mandato nel 2017 ha deciso di cavalcare lo sviluppo dell'e-commerce puntando sulla consegna dei pacchi. Nel giro di quattro anni ha investito nella creazione degli hub, centri di smistamento in grado di processare un numero di consegne su larga scala».

Accelerare al massimo

Il Sole 24 Ore punta l'attenzione sulla posizione strategica dell'hub «vicino all'autostrada e all'aeroporto per accelerare al massimo il percorso di spedizione legato all'e-commerce». «È per cavalcare la corsa impetuosa che il commercio online sta avendo in Italia, spinto dalla pandemia, che il gruppo guidato da Matteo Del Fante sta aprendo centri come quello di Landriano, dopo gli

altri già realizzati a Passo Corese (Rieti) e a Bologna», sottolinea il quotidiano economico.

Tapis roulant che corrono

La Stampa si concentra sulla descrizione dell'hub: «Sci voli blu a perdita d'occhio, tapis roulant che corrono come fossero tangenziali, 17 robot che scivolano senza sosta. Quello di Landriano, a metà strada tra Milano e Pavia, è il nuovo hub di Poste Italiane per l'e-commerce

e i servizi di corriere espresso. Nato con un investimento da 60 milioni è uno snodo di smistamento da record: è il più grande d'Italia e tra i più importanti d'Europa». Libero titola «La sfida di Poste: 300 mila pacchi al giorno» e spiega: «Sui nastri transita di tutto: dalle buste ai piccoli pacchi fino alla lavatrice acquistata online. I pacchi che entrano devono essere smistati in pochi minuti, raggruppatisi in base alle destinazioni e poi caricati per l'ultima tappa».

Suddivisi in "taglie"

Parla di «centro dei record» il Giorno di Milano. «Dai frigoriferi alle tavole da surf per arrivare fino alle scatole di farmaci - si legge - È molto variegata la tipologia di pacchi che arriveranno a Landriano e verranno suddivisi in "taglie": dalla extra-small alla extra-large, smistati attraverso un sistema automatico di ultimissima generazione che utilizza i più elevati standard tecnologici».

la nostra innovazione

L'impianto di Landriano è solo l'ultimo passo della rivoluzione di Poste nello smistamento

Da Bologna a Passo Corese l'innovazione formato hub

A luglio di due anni fa l'inaugurazione del maxicentro emiliano alla presenza del Presidente della Repubblica Mattarella, che lodò l'operato del Gruppo. Alle porte di Roma un altro centro da record che brilla anche per la sua sostenibilità energetica

di MANUELA DEMARCO



Il nuovo maxi hub di Landriano è solo l'ultimo grande passo compiuto da Poste Italiane nel smistamento postale. È infatti il terzo, in ordine temporale, dopo quelli di Bologna e Passo Corese, in provincia di Rieti. Quello di Bologna, il primo in Italia, era stato inaugurato il 16 luglio del 2019 dal nostro Amministratore Delegato, Matteo Del Fante, alla presenza del Capo dello Stato, Sergio Mattarella, in testa a una delegazione composta da alcuni ministri di allora e da altre figure istituzionali.

Mattarella, l'hub e Costner

Il Presidente della Repubblica aveva citato "L'uomo del giorno dopo", film diretto e interpretato dal premio Oscar Kevin Costner che nella versione originale ha come titolo "The Postman", per un ragionamento sull'evoluzione del sistema postale che quella pellicola, di stampo post-apocalittico, aveva in qualche modo proposto. «I passi del portalettere, la sua bicicletta, e poi, via via, gli strumenti sempre più moderni hanno accompagnato la vita quotidiana del nostro Paese - aveva detto Mattarella - E questa è una condizione che ha fatto sì che le Poste, insieme ad altri elementi, come la rete ferroviaria e stradale, connettesse il nostro Paese al suo interno» aveva proseguito il Presidente.

Tecnologia di ultima generazione

La struttura logistica, costruita all'Interporto di Bologna su una superficie totale di 75 mila metri quadrati, l'equivalente di 10 campi da calcio, impiega circa 600 persone che, quotidianamente, gestiscono e distribuiscono pacchi. Ospita 182 posizioni di carico con attracco diretto sui mezzi per permettere di caricare immediatamente i pacchi sull'automezzo, a monte e a valle del processo di smistamento. Sfrutta tecnologie all'avanguardia, tra le quali un sistema di robot di nuova generazione capaci di smistare 250mila pacchi al giorno, di cui 160mila di piccole dimensioni e 90mila di medie e grandi dimensioni.

Ecosostenibilità

Il nuovo impianto si pone anche come esempio del rispetto dei principi di sostenibilità promossi da Poste Italiane. Sulla copertura dell'impianto sono stati installati pannelli fotovoltaici che coprono una superficie di 5.500 metri quadrati e generano una quantità di elettricità superiore al fabbisogno energetico diurno, riducendo di 225 tonnellate le emissioni annue di CO₂. La struttura ha ottenuto il livello "Gold" per la certificazione LEED, la certificazione energetica e di sostenibilità più diffusa al mondo.

Numeri da record a Passo Corese

Dopo quello di Bologna, lo scorso marzo è stato inaugurato un secondo hub a Passo Corese, in provincia di Rieti. E con numeri da record: costruito in soli 12 mesi su una superficie totale di 52 mila metri quadrati (di cui circa 19 mila al coperto), all'interno del Centro Logistico lavorano ogni giorno complessivamente 175 persone; sono 108, invece, le posizioni di carico con attracco diretto sui mezzi per permettere di caricare immediatamente i pacchi sull'automezzo a monte e a valle del processo di smistamento.

Innovazione

L'impianto è gestito da un sistema di smistamento principale innovativo e integrato che suddivide automaticamente i pacchi per destinazione e peso/volume, dalle buste e i piccoli pacchi fino ai colli extra-large. Il sistema è inoltre composto da quattro sottosistemi specializzati che ottimizzano i processi lavorativi incrementando la produttività delle operazioni. La capacità complessiva dell'impianto può raggiungere la lavorazione potenziale di 20mila pezzi all'ora su 547 "uscite" per sfruttare la capillarità unica della rete di Poste Italiane.

Sulla scia di Bologna

Anche Passo Corese, come Bologna, ha ottenuto il livello "Gold" per la certificazione LEED, la certificazione energetica degli edifici ecosostenibili più diffusa al mondo. Infatti, sulla copertura dell'impianto sono stati installati pannelli fotovoltaici che coprono una superficie di 2mila metri quadrati per ridurre i consumi energetici, un sistema di illuminazione a LED oltre all'utilizzo di contenitori riciclabili per ridurre il consumo di cartone e legno. •



Sopra, una veduta dall'alto dell'hub di Passo Corese.
Nelle altre due foto,
l'hub di Bologna



L'accelerazione digitale della pandemia e il ruolo sociale ricoperto dall'Azienda

«Logistica e digitalizzazione Poste offre un contributo unico per rinascita e sviluppo del Paese»

Le parole di Alberto Mattiacci, presidente del Comitato Scientifico di Eurispes: «Gli italiani sono cambiati e con loro sono cambiati i consumi e le abitudini. Le filiali e gli uffici di Poste sono dei touchpoint indispensabili per l'alfabetizzazione di tutto il territorio»

di FILIPPO CAVALLARO



L'e-commerce è ormai una realtà consolidata. Alberto Mattiacci, presidente del Comitato Scientifico dell'Eurispes, quanto ha influito secondo lei la pandemia sul boom degli acquisti digitali?

«Tutti i dati prodotti dagli osservatori dei comportamenti di acquisto e consumo delle famiglie italiane convergono su un medesimo punto: la pandemia ha accelerato la diffusione della pratica degli acquisti condotti in ambiente digitale e ha aumentato la base di chi vi ha effettuato almeno una volta un acquisto. Questo, naturalmente, non significa che siamo di fronte a una disintermediazione generalizzata, ovvero a una sostituzione universale del punto vendita fisico con quello digitale ma solo che si sta diffondendo maggiormente una pratica di consumo che vede l'ambiente digitale al centro di almeno una fase del processo di acquisto. Nei beni di largo consumo confezionato, per esempio (quelli che troviamo al supermercato, per capirci), il valore negli acquisti online è stimato complessivamente sotto il 2% del totale, dato che comunque è raddoppiato rispetto a quello pre-Covid. I numeri ci dicono che la pandemia ha fatto usare per la prima volta l'e-commerce a poco più di un milione di persone».

L'Italia è ancora in ritardo in questo approccio?

«Secondo l'Eurispes, l'utilizzo dell'e-commerce interessa con diverse intensità la popolazione e rimane rilevante il numero di italiani completamente estranei a questo mondo. Basti pensare che il 29,1% non fa mai acquisti online. Tra ritardi nell'accesso alla Rete veloce in alcune aree del territorio e il persistere di una quota di analfabetismo digitale in una parte non trascurabile della popolazione, specialmente tra gli anziani. Gli articoli per i quali è più diffusa l'abitudine di acquisto in Rete sono: l'abbigliamento (solo un terzo, il 33,7%, non lo ha mai fatto), i libri (il 34,5% mai), le apparecchiature tecnologiche (il 36,2% mai),

oggetti per la casa (39,6% mai), film/serie tv tramite piattaforma (41,9% mai). I prodotti per i quali si registra invece la minore propensione all'acquisto online sono le medicine (il 79,4% non le ha mai comprate in Rete), le bevande (71,5%), i corsi online (67,5%) e, in generale, i prodotti alimentari (63,8%). A seguire gli articoli di profumeria/estetica (il 57,1% non li compra mai online). Questo indica che non si è ancora sviluppata del tutto la fiducia dei consumatori verso l'uso delle nuove tecnologie per l'acquisto di beni e servizi. Si tende a non acquistare prodotti che, se non adeguatamente controllati, potrebbero essere anche dannosi per la salute. Quanto sopra vale infatti a livello generale, considerando, cioè, l'intero territorio nazionale, ogni tipo di persona e famiglia, ogni genere di categoria merceologica. Evidente che se andiamo dentro questo quadro generale troviamo una grande varietà di

cambiati e stanno cambiando gli italiani. In più occasioni, l'Eurispes ha segnalato come si sia aperta una fase nuova nelle abitudini di consumo degli italiani: viene definita "età del post-consumo" (in evidente assonanza con l'età post-industriale della nostra economia) ed è una fase che si caratterizza essenzialmente per la conquista di maggior potere di scambio da parte delle persone e l'acquisita consapevolezza che il proprio portafoglio sia la vera risorsa scarsa dei mercati. Questo

medesimo Paese. Questa è la vera ragione per cui l'Italia, nel suo complesso, è spesso fanalino di coda in tutte le classifiche internazionali. Personalmente, propendo per un atteggiamento cautamente ottimista: è chiaro a tutti che il Piano di finanziamento straordinario che l'Unione Europea ha varato, e del quale l'Italia è ampiamente il primo beneficiario, aiuterà (anche in virtù del controllo che la Commissione Europea farà nell'uso di queste risorse) il Paese a raggiungere un maggior equilibrio, portando i territori arretrati a vivere condizioni strutturali migliori. Le grandi aziende italiane, e soprattutto quelle con un forte radicamento territoriale e legate alla pubblica utilità, è tempo che moderino certi schemi di pensiero improntati alla sola razionalità economica di tipo finanziario, con un maggiore investimento sulle persone e sui territori delle aree arretrate del Paese. Non ho dubbi che una grande realtà come Poste Italiane debba e possa eccellere anche in questa sfida. Parliamo di un'azienda che ha saputo modernizzarsi profondamente, reinterpretando la propria missione di pubblica utilità in modo straordinariamente efficace e tempi compresi».

Grazie al boom dell'e-commerce, Poste Italiane ha visto crescere la propria attività di recapito. Quanto può contare per le Istituzioni avere in Poste un alleato sia logistico sia dotato di infrastrutture digitali al servizio del Paese?

«La risposta è insita nella domanda: conta e conterà moltissimo; anzi, penso che il ruolo di Poste Italiane nella alfabetizzazione digitale dei comportamenti degli italiani sia ancor più critico e rilevante di quello di altre aziende. Questo, per la semplice ragione che gli uffici postali non solo coprono l'intero territorio nazionale ma perché le sue filiali locali rappresentano dei touchpoint ad alta intensità di relazione umana, proprio con quelle frange di popolazione più arretrate da ogni punto di vista – culturale, antropologico, finanziario – figuriamoci sul digitale. In sostanza, non mi limiterei ad apprezzare il possibile contributo di Poste Italiane da un punto di vista infrastrutturale ma vorrei porre l'accento sul grande contributo educativo che i dipendenti di Poste dislocati sul territorio potrebbero giocare a beneficio proprio di quella parte di popolazione dalla cui crescita culturale ed economica dipende buona parte della modernizzazione e rinascita del Paese. Spero che il top management e il Consiglio di Amministrazione di Poste Italiane colgano il senso profondo di questa sfida – che richiama in tutta evidenza ai principi della Sostenibilità e degli SDG delle Nazioni Unite – investendo le dovute risorse nella formazione di tutto il personale di Front Line affinché diventino veri e propri "missionari digitali" sul territorio».



situazioni. Per esempio, persone e famiglie maggiormente scolarizzate, con maggiori disponibilità finanziarie, gusti ed esigenze di consumo più sofisticati, residenti in grandi centri urbani, con più robuste connessioni di Rete e strutture logistiche ben organizzate, esprimono una domanda effettiva di e-commerce molto più consolidata e matura. I risultati delle indagini condotte dall'Eurispes su questo tema, si allineano a quelli degli altri osservatori nel prevedere che gli acquisti in ambienti digitali non potranno che crescere nei prossimi anni».

Come sono cambiate le abitudini di consumo degli italiani?

«Le abitudini di consumo degli italiani sono cambiate e stanno cambiando, perché sono

"consumer empowerment" ha molte dimensioni rilevanti che convergono nel definire una discontinuità delle relazioni di mercato. L'e-commerce, in questa prospettiva, è una delle tecnologie abilitanti la crescita di potere di scambio delle persone nei confronti delle imprese. La sensazione è che, al di là dei facili slogan ad effetto spesso installati dai consulenti nei discorsi dei manager (tipo "il consumatore è Re"), i manager delle imprese fatichino a percepire ed accettare questa nuova realtà di fatto».

A che punto è il Paese nella transizione digitale e quanto può contare l'aiuto delle grandi aziende italiane in questo processo?

«Il Paese nel suo complesso è in una fase di arretratezza strutturale. Ci siamo svegliati, grazie alle profonde crisi sistemiche di questi ultimi anni, scoprendo un Paese invecchiato: nelle persone, nei nuclei familiari, negli imprenditori e nelle strutture aziendali, nella produzione culturale, nei ponti, nelle strade, nelle infrastrutture di rete in generale, nei processi amministrativi e di governo del territorio e della cosa pubblica in generale. A nessuno sfugge che vi sono zone del Paese allineate alle migliori realtà internazionali e aree allineate alle più modeste realtà dei paesi sottosviluppati (ma questo non dovrebbe sorprendere nessuno). Un extraterrestre che prendesse terra prima a Milano, poi a Messina, faticherebbe a credere che si tratta del

L'attività di Eurispes tra società ed economia

L'Eurispes, Istituto di Studi Politici, Economici e Sociali fondato e presieduto da Gian Maria Fara, è un ente privato e opera nel campo della ricerca politica, economica e sociale, dal 1982. L'attività dell'Eurispes prevede la realizzazione e la divulgazione di diversi filoni di ricerca; partnership con altre realtà istituzionali e private; progetti che sviluppano alcune delle tematiche individuate attraverso il costante lavoro di monitoraggio della realtà italiana in comparazione con i paesi europei ed extraeuropei; promozione e realizzazione di incontri e convegni; formazione e diffusione della conoscenza.

dentro l'azienda

Il Bilancio Integrato, le immagini del nostro lavoro quotidiano

“Noi ci siamo”, le persone in primo piano per Poste

Nel mosaico della campagna di comunicazione interna si trovano i luoghi, i simboli, gli oggetti e gli istanti significativi del loro e del nostro esserci sempre: un unico sguardo collettivo rivolto all'Azienda, ai clienti, al Paese e a un futuro che ha bisogno di noi



Le 24 immagini della campagna di comunicazione interna “Noi ci siamo” presenti anche sulla intranet NoidiPoste

di LUISA SAGRIPANTI


Il quotidiano, il territorio, le persone sono il cuore di Poste Italiane, da sempre. Lo dimostriamo ogni giorno e lo abbiamo dimostrato anche nella crisi della pandemia, quando e dove l'Azienda ha reagito dal cuore, mettendo in campo strumenti, azioni, persone che hanno fatto e continuano a fare la differenza. Noi di Poste abbiamo confermato una consapevolezza interna ed esterna sul nostro ruolo centrale come istituzione pilastro del Paese, un patrimonio di val-

ri che si traduce nella creazione di valore condiviso.

Così, anche nel documento del Bilancio Integrato, siamo in primo piano attraverso i colleghi che ci rappresentano, nei tanti mestieri che fanno pulsare ogni giorno il cuore di Poste, perché i risultati dell'Azienda sono frutto della partecipazione di ognuno di noi.

Dagli scatti per il documento del Bilancio Integrato è stata sviluppata la campagna di comunicazione interna “Noi ci siamo”. 24 scatti, 24 persone in primo piano che nell'immagine della propria figura fanno “trasparire” un mosaico di luoghi, simboli, oggetti, istanti rappresentativi del loro e del nostro esserci dove l'Azienda, i cittadi-

ni, il Paese e il futuro hanno bisogno di noi. Nello sguardo verso l'obiettivo di ogni collega vediamo i valori che ci appartengono. A cominciare dai principi guida, i pillar del Bilancio Integrato: perché dove ci sono integrità e trasparenza, valorizzazione delle persone, diversità e inclusione, sostegno al territorio e al Paese, customer experience, innovazione, decarbonizzazione immobili e logistica, finanza sostenibile, noi ci siamo. In ogni mestiere sono simboleggiati gli elementi che lo rendono unico. Insieme ai valori che animano Poste, i singoli soggetti della campagna mettono infatti a fuoco il modo in cui questi vengono concretizzati ogni giorno attraverso i tanti mestieri e

tutte le persone che su tutto il territorio con professionalità, vicinanza e ascolto li traducono in servizi per i cittadini, risultati per l'Azienda e supporto al sistema Paese. La campagna è on air dal 28 maggio 2021, in coincidenza con l'approvazione del terzo Bilancio Integrato del Gruppo Poste Italiane.

L'allestimento è on air nella sede centrale di Roma, con affissioni in tutte le principali aree interne e vetrofanie di grande impatto anche verso l'esterno e nelle principali sedi territoriali, direzionali e di produzione. La campagna “Noi ci siamo” è inoltre on air sulla intranet NoidiPoste e sui canali digitali esterni di Poste Italiane.

Per esserci sempre, dove noi ci siamo. ●

FINANCIT, ECCO I DETTAGLI DELLA PARTNERSHIP CON BNL GRUPPO BNP PARIBAS

Quinto BancoPosta: sicurezza, trasparenza e affidabilità

Si consolida la partnership con BNL Finance S.p.A., che diviene Financit S.p.A. e nasce con l'obiettivo di rafforzare la collaborazione con un player importante e solido per reputazione come BNL in una logica di partecipazione al capitale. I punti di forza su cui è concentrata l'operazione sono: presidio su tutta la catena del valore della cessione del quinto e della delegazione di pagamento con l'obiettivo di garantire anche un pricing più competitivo per il cliente finale; sfruttare gli asset sviluppati nel tempo da BNL Finance in termini di competenze e conoscenza della Rete e della customer base di Poste Italiane S.p.A.

A chi è rivolto

Grazie a questa operazione si rafforza il comparto dei

prodotti di finanziamento e la rete di Poste Italiane potrà beneficiare, nella collocazione del prodotto Quinto BancoPosta, di un team dedicato per la lavorazione delle pratiche e di tempi di erogazione più rapidi, fornendo pertanto ai propri clienti un miglior livello di servizio. Quinto BancoPosta è il finanziamento dedicato ai pensionati INPS, ai dipendenti pubblici e ai dipendenti del Gruppo Poste Italiane pensato per garantire tranquillità grazie ad un rimborso adeguato alle possibilità del Cliente con rate mensili fino a un quinto della pensione o dello stipendio. Anche senza conto corrente, può essere usato per dare vita a nuove idee o estinguere altri finanziamenti e viene rimborsato mediante trattenuta delle rate direttamente sulla pensione o sullo stipendio.

Le caratteristiche

Quinto BancoPosta, inoltre, ha altri vantaggi. Innanzitutto la trasparenza: è un finanziamento che non prevede costi aggiuntivi oltre gli interessi (nessuna spesa di istruttoria, imposta di bollo, commissione di invio comunicazioni periodiche, commissioni di intermediazione e spese di incasso rata). Quindi, la flessibilità di una durata di rimborso da 36 a 120 mesi e la sicurezza di un finanziamento garantito da polizze a copertura del rischio vita per i pensionati e rischio vita e perdita di impiego per i dipendenti pubblici e i dipendenti del Gruppo Poste Italiane. Le polizze sono sottoscritte direttamente dall'ente erogante, che ne sostiene i costi, e coprono il rimborso del finanziamento in caso di premorienza o perdita del lavoro.

passione filatelia

Il velocista azzurro e l'avventura olimpica: «Voglio raggiungere traguardi ambiziosi»

Tortu, Fiamme Gialle e Tokyo «Correre è il mio destino»

Dopo aver battuto il primato di Mennea che durava da 40 anni, l'atleta milanese vuole continuare a emozionare: «Grazie al mio Gruppo sportivo sono cresciuto molto»

di GIANLUCA PELLEGRINO

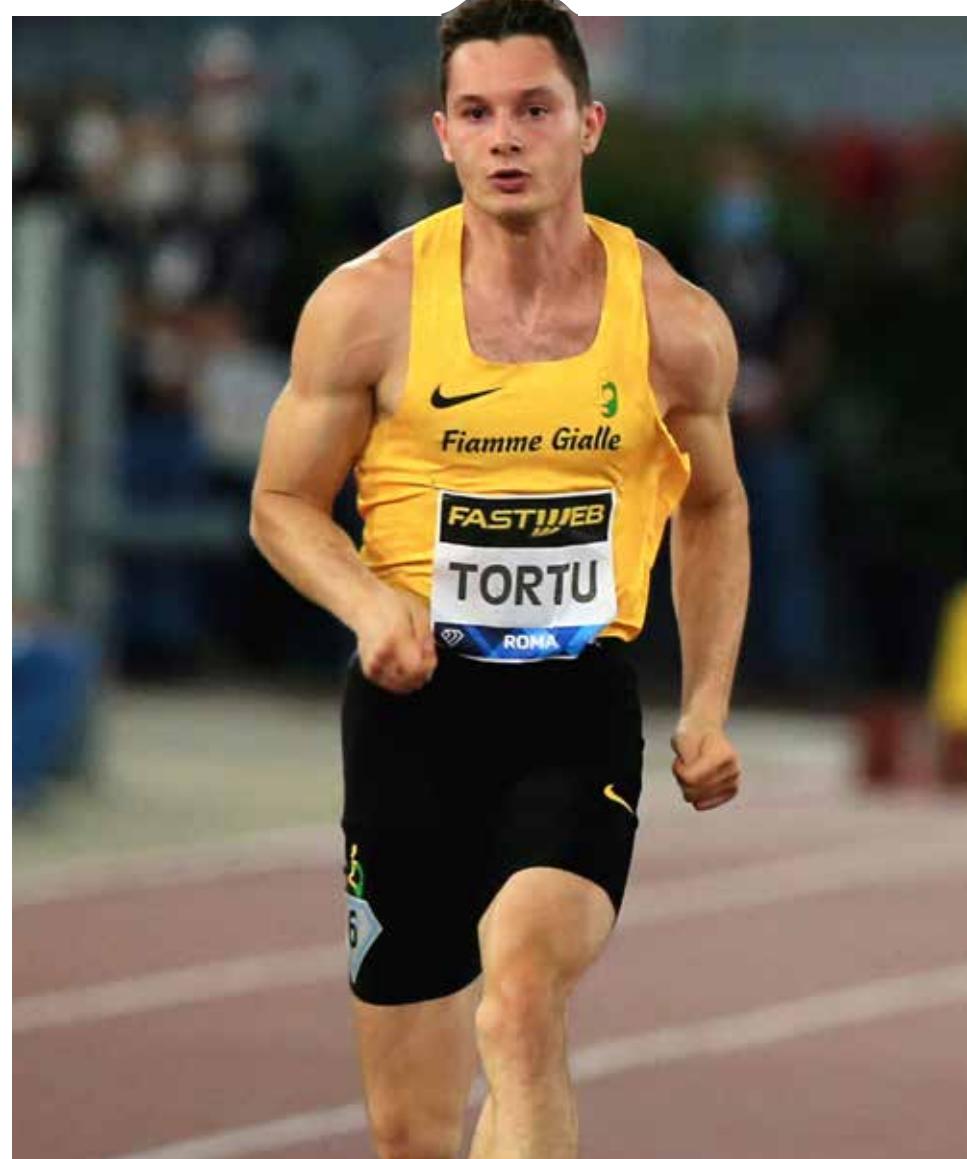


Filippo Tortu, quasi tre anni fa, a Madrid, sui 100 metri, hai piazzato un record carico di valore simbolico: il primo azzurro sotto i 10 secondi, battuto il primato di Mennea che resisteva da oltre 40 anni. Ora le Olimpiadi di Tokyo: qual è il prossimo traguardo che ti sei posto?

«L'obiettivo che da sempre mi sono posto è quello di arrivare in finale alle Olimpiadi, sia nei 100 metri che nella staffetta 4X100. Sono due obiettivi molto ambiziosi».

Hai iniziato molto giovane. Quanto è stato decisivo tuo padre nello scegliere questa strada?

«Ho iniziato quando davvero ero molto piccolo. Mio padre è stato influente nella mia scelta, ma solo indirettamente. Nel senso che, certamente, io ho iniziato a fare atletica perché già la praticavano lui e mio fratello: ma mio padre non mi ha mai obbligato o indotto a fare questo sport. Mi ha solo consigliato di praticare uno sport a scelta, la decisione su quale sport praticare, poi, l'ha lasciata a me.



Il velocista Filippo Tortu

Io li ho provati un po' tutti e alla fine ho scelto l'atletica, perché è stato lo sport che più mi è piaciuto».

C'è stato un momento preciso in cui ti sei reso conto di avere doti sportive fuori dal comune?

«Non c'è stato un momento preciso, a dir la verità. Forse, verso i 16-17 anni, ho capito però che avrei potuto essere competitivo in questa disciplina».

E invece un momento di sconforto in cui avresti voluto mollare o cambiare direzione?

«No, non c'è mai stato. Sin da bambino ho sempre sentito dentro di me che l'atletica sarebbe stata la mia strada».

Se non fossi stato così veloce, che cosa avresti voluto fare nella vita?

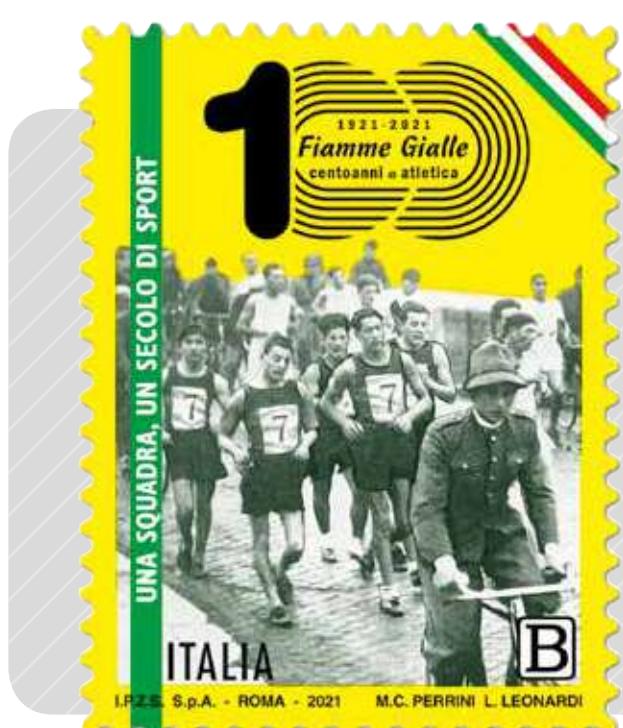
«Questa è una domanda che mi faccio spesso. Più che altro, oggi mi chiedo sempre cosa farò dopo che smetterò di correre. Di certo, si aprirà un nuovo capitolo della mia vita. Ma spero che ciò succeda il più tardi possibile. Diciamo, comunque, che mi farebbe piacere rimanere nel mondo dello sport».

Da molti anni fai parte della famiglia delle Fiamme Gialle. Cosa ti ha portato a fare questa scelta?

«Credo che le Fiamme Gialle siano il miglior gruppo sportivo di atletica del nostro Paese. Quindi, dal momento in cui si è presentata l'opportunità di entrare a far parte di questo gruppo, non ho esitato. Mi sono poi reso conto, dall'interno, di quanto siano professionali e di quanto ti sostengano, in relazione alle scelte che intraprendi. Qui alle Fiamme Gialle ho trovato davvero persone fantastiche».

In squadra con te c'è Larissa Iapichino, che purtroppo non è alle Olimpiadi per un infortunio dell'ultima ora. In uno sport come il vostro, in cui gli appuntamenti mediaticamente di rilievo sono tristemente ridotti, come si superano queste delusioni?

«Non penso che un atleta scelga uno sport per la rilevanza mediatica che offre. E se pure ci fosse qualcuno che facesse ciò, sarebbe un comportamento davvero squallido. Per Larissa, la delusione più grande non sarà certo quella di non poter apparire mediaticamente, ma quella di non poter partecipare alla gara che sogni fin da bambina. La delusione si supera tornando in pista, allenandosi e preparandosi per le gare successive».



IL TRIBUTO FILATELICO ALLE FIAMME GIALLE

Un francobollo per un Centenario importante

Poste Italiane ha comunicato lo scorso 29 maggio l'emissione, da parte del Ministero dello Sviluppo Economico, di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "Io Sport" dedicato al Settore atletica leggera delle Fiamme Gialle della Guardia di Finanza e ai suoi atleti, nel centenario della fondazione, relativo al valore della tariffa B pari a 1,10 euro. La tiratura è di trecentomila esemplari; il foglio da quarantacinque esemplari. Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente. I bozzettisti sono Maria Carmela Perrini e Luca Leonardi. Il francobollo riproduce una foto d'epoca raffigurante la gara di marcia del "Trofeo Scudo Nelli" del 1921,

prima manifestazione di atletica leggera a cui le Fiamme Gialle parteciparono con i loro atleti, delimitata, in alto, dal logo del Centenario della ricorrenza e da una fascia tricolore. Completano la vignetta la leggenda "Una squadra, un secolo di sport", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B". La Guardia di Finanza, ricorda il Generale B. Flavio Aniello, Comandante del Centro Sportivo della GdF, fece la sua prima apparizione nel mondo dell'atletica leggera nel 1921, quando a Roma, in un percorso cittadino, una squadra di finanzieri partecipò allo "Scudo Nelli", prestigiosa gara di marcia a squadre dell'epoca, definitivamente conquistato nel 1928 a seguito di tre vittorie parziali, e tuttora conservato nel Museo Storico del Corpo.

I TUOI INVESTIMENTI ENTRANO IN UNA NUOVA ORBITA.

Nasce BancoPosta Universo, la nuova famiglia di fondi che ha l'obiettivo di selezionare le migliori opportunità del risparmio gestito. Per offrirti una soluzione di investimento sostenibile, flessibile, globale.

BancoPostaUniverso



Poste italiane



Crescere sostenibili.

Per un 2030 a zero emissioni

BancoPostaFondi SGR

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. I.P. 07/21. Edizione luglio 2021 BPF0721UN. "BancoPosta Universo 40" e "BancoPosta Universo 60" sono fondi comuni di investimento mobiliare aperti di diritto italiano gestiti da BancoPosta Fondi S.p.A. SGR e distribuiti da Poste Italiane S.p.A. - Patrimonio BancoPosta. I rendimenti passati non sono indicativi di quelli futuri. Il presente materiale informativo non costituisce offerta o sollecitazione all'acquisto, né implica alcuna attività di consulenza o raccomandazione di investimento. Non viene fornita alcuna garanzia di rendimento minimo né di restituzione del capitale investito. I rendimenti saranno rappresentati al lordo in quanto la tassazione è a carico dell'investitore. Il trattamento fiscale dipende dalla situazione individuale di ciascun cliente e può essere soggetto a modifiche in futuro. Si raccomanda altresì la lettura dell'ultima Relazione annuale della gestione e dell'ultima Relazione semestrale, che saranno disponibili su bancopostafondi.it, per un maggiore dettaglio informativo in merito alla politica di investimento concretamente posta in essere. Per una rappresentazione completa dei rischi connessi alla partecipazione al Fondo (ad esempio, i rischi di variazione dei prezzi dei titoli, di liquidità, di credito e di controparte, etc.), delle caratteristiche del Fondo, della politica di investimento e dei costi si raccomanda, prima dell'adesione al Fondo, di leggere il Regolamento, il KIID e il Prospetto, disponibili presso il Collocatore, Poste Italiane S.p.A. - Patrimonio BancoPosta e sul sito poste.it e presso l'emittente BancoPosta Fondi SGR e sul sito bancopostafondi.it.