

VISTI DA FUORI

**Panella e la lettera segreta
inviata a Papa Francesco**



IL NOSTRO LAVORO

**Del Fante: Poste leader
nella capacità di cambiare**



24H

POSTE NON DORME MAI

**Dall'aeroporto di Brescia Montichiari
al maxihub SDA di Bologna, fino
ai centri di smistamento in tutta Italia:
il nostro viaggio nel lavoro
notturno della logistica**

POSTE E IL CALCIO

**Per la nostra Nazionale
un ritorno da "Champions"**

La selezione gialloblù in campo (vincente)
con nuove iniziative di solidarietà



**Che successo per Poste Energia
continua la promozione
per dipendenti e pensionati**



i nostri risultati

Le parole dell'Amministratore Delegato sulla strategia del Gruppo

«La leadership di Poste nasce dalla capacità di capire il cambiamento»

Dalla piattaforma omnicanale alla diversificazione del business che ha consentito di rispondere brillantemente allo shock della pandemia, Del Fante definisce l'Azienda un "player anti-fragile"

«La nostra sfida principale è definita dalla capacità di costruire la nostra reputazione percepita dalla comunità, dai nostri azionisti e dalle nostre persone. Oggi Poste Italiane ha consolidato il suo ruolo di pilastro strategico per il Paese». In occasione dei 160 anni del Gruppo, l'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, ha rilasciato un'intervista alla rivista di settore Mail & Express Review (MER). Del Fante ha ricordato le 30 milioni di dosi di vaccino contro il Covid-19 forniti da Poste, insieme alla piattaforma di prenotazione dei vaccini per un terzo degli italiani e le 22 milioni di identità digitali rilasciate ai cittadini per accedere a un numero crescente di servizi della pubblica amministrazione.

Fisico e digitale

Il modello di Poste Italiane si basa su una forte integrazione tra accessibilità fisica e remota ai servizi erogati, con il 94% degli italiani che vive entro cinque minuti da un Ufficio Postale o da un PuntoPoste. «La piena integrazione dei nostri canali ci consente di gestire efficacemente i nostri clienti, dall'engagement alle vendite, attraverso un modello di servizio basato sui dati, supportato da processi ad alta intensità tecnologica e dalle operazioni dei clienti – sottolinea l'Ad – Questo modello contribuisce anche alla digitalizzazione del Paese, riducendo il divario digitale. Attraverso la nostra piattaforma di interazione omnicanale, gestiamo 20 milioni di interazioni giornaliere con i clienti, di cui 6,7 milioni da canali digitali». In un ambiente sempre più interconnesso, «Poste Italiane è pronta a diventare la più grande piattaforma omnicanale in Italia per l'accesso a servizi e prodotti».

La forza di Poste

La chiave per il successo di Poste negli ultimi cinque anni è stata la diversificazione e la trasformazione del business, con i mer-



L'AD di Poste Italiane, Matteo Del Fante

cati in perdita che oggi pesano per il 23% sui ricavi a fronte di un 34% dei mercati in espansione. «Possiamo chiamare Poste Italiane un player anti-fragile del mercato – sottolinea Del Fante – Quando abbiamo affrontato la pandemia due anni fa, siamo riusciti non solo a resistere allo shock, ma anche a migliorare il nostro business, sfruttando le tendenze del mercato in evoluzione e rifocalizzando la nostra attenzione sulle aree di crescita. Anche nell'odierna e turbolenta situazione geopolitica, la nostra struttura aziendale consente di continuare il nostro lavoro lungo le direzioni strategiche», per esempio con i prodotti a capitale garantito, meno esposti alla volatilità del mercato.

Le esigenze dei clienti

Negli stessi anni, i pilastri tradizionali dell'offerta di prodotti di Poste (la posta, le polizze di versamento e il risparmio postale) si sono trasformate: «Per due su tre, essendo in declino strutturale a causa delle innovazioni, abbiamo imperniato la nostra risposta sull'innovazione stessa, investendo molto in tecnologia e logistica, con la

buona intuizione di utilizzare la rete di posta capillare per consegnare insieme posta e pacchi, e quindi intercettare il boom dell'e-commerce», ha detto l'Ad. Gli investimenti hanno permesso di migliorare l'esperienza del cliente e accelerare lo sviluppo del prodotto, nonché di rispondere alle esigenze della clientela.



Inquadra il QR code per leggere su tgposte.poste.it una selezione degli interventi dell'AD



Servizi online e vigilanza: rinnovato l'accordo con la Polizia di Stato



Polizia di Stato e Poste Italiane rinnovano l'accordo di collaborazione per garantire la sicurezza delle comunicazioni e dei servizi postali. Siglata l'intesa tra il capo della Polizia-Direttore Generale della Pubblica Sicurezza, Lamberto Giannini, e l'Amministratore Delegato e Direttore Generale di Poste Italiane Matteo Del Fante con il Condirettore Generale Giuseppe Lasco.

La sinergia

Il nuovo accordo riguarda la prevenzione e la repressione degli illeciti, che coinvolgono prodotti e processi produttivi dei servizi offerti dal Gruppo Poste Italiane, le attività di vigilanza negli uffici postali durante i periodi di pagamento programmati, la creazione di task force funzionali allo studio dei nuovi scenari di frode informatica, in continuità con quanto la Polizia di Stato assicura costantemente in tutti i settori strategici del Paese, a tutela dei servizi essenziali e dei diritti fondamentali dei cittadini.

Cybersecurity

Altrettanto importante è la collaborazione in materia di cybersecurity: per l'azienda, infatti, internet costituisce la principale piattaforma per l'utilizzo dei propri servizi ed è, dunque, massimo l'impegno per garantire livelli di sicurezza informatica adeguati. Ciò è reso possibile anche grazie al prezioso ausilio della Polizia Postale, la quale si occupa di tutelare le reti e le infrastrutture informatiche della società assicurando, nel contempo, attività di consulenza e supporto per prevenire eventi critici. È prevista pertanto una particolare attenzione sul fronte della tutela degli utenti e della sensibilizzazione in materia di utilizzo e gestione dei servizi finanziari, soprattutto sul web.

DIVISIONE PCL

Lavorazioni interne, intesa con i sindacati

È stata raggiunta l'intesa tra Poste Italiane e le organizzazioni sindacali, in merito all'accantonamento delle lavorazioni interne relativo alla divisione PCL, posta comunicazione e logistica. Il nuovo accordo di percorso ha come obiettivo quello di esprimere una maggiore efficienza di servizio della comunicazione postale, di valorizzare le risorse centrali nella strategia di crescita di Poste Italiane. In un contesto nel quale anche il settore dei servizi postali è in evoluzione, l'accordo riguarda la riconduzione delle attività di lavorazioni interne nell'ambito organizzativo dello smistamento, la concentrazione di tali attività nei nodi presso i quali il prodotto sarà lavorato e smistato e l'evoluzione della figura di addetto alle lavorazioni interne in addetto alla produzione. La firma dell'accordo conferma lo spirito di fiducia e di proficua collaborazione tra Poste Italiane e le organizzazioni sindacali.



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

ERNESTO TACCONE
FRANCESCA TURCO

GRAFICA ED EDITING
AGENZIA
GIORNALISTICA
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI
ARCHIVIO STORICO
DI POSTE ITALIANE
MARCO MASTROIANNI
9COLONNE

ANSA
iStock

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO
FILIPPO CAVALLARO
MARCELLO LARDO
ISABELLA LIBERATORI
PAOLO PAGLIARO
GIANLUCA PELLEGRINO
ALESSIA RAPONE
SIMONE SANTI

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

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



CHIUSO IN REDAZIONE IL 15 SETTEMBRE 2022

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

Il solido ruolo dell'Azienda in una fase di passaggio e di sfide decisive per l'economia

Nel Paese della transizione Poste resta un punto di forza

Nei momenti di incertezza, le imprese vedono accresciuto il potere di influire con le loro azioni sulla tenuta del sistema e sul futuro: i risultati della semestrale e la capacità di rispettare gli obiettivi sono una dimostrazione di serietà e affidabilità

di **PAOLO PAGLIARO**



In politica si chiude un ciclo e debutta una nuova legislatura, mentre le tre emergenze (economica, sanitaria e internazionale) continuano a dettare l'agenda delle nostre priorità. Un contesto così complicato – ma anche così sfidante – esalta il ruolo sociale delle imprese, alle quali si guarda perché garantiscano continuità nelle questioni decisive: il lavoro, lo sviluppo, l'innovazione. Nei momenti di

La flotta elettrica dedicata al recapito e le assunzioni sono dei segnali per l'Italia

incertezza e di transizione, le imprese vedono accresciuto il potere di influire positivamente o negativamente con le loro azioni sulla tenuta del sistema, e sul suo futuro. Alla luce del bilancio semestrale illustrato alla fine di luglio, si può dire che di questo potere Poste Italiane stia facendo buon uso. E non solo per i risultati finanziari, con un utile in crescita del 44%, una redditività che aumenta del 62,7% e il risultato operativo semestrale più alto nella storia del Gruppo, ma per quello che le cifre sottendono, a cominciare dalla qualità del lavoro e dalla conseguente buona salute dei principali segmenti del business postale.

Nuovi prodotti e funzionalità

Decollano i servizi finanziari, dove le novità non mancano: ora i clienti hanno l'opportunità di acquistare titoli di Stato all'interno della diciassettesima emissione del BTP Italia con titoli indicizzati all'inflazione italiana e scadenza a 8 anni. Altra novità è il "Prestito BancoPosta Business Link Online" lanciato ad aprile 2022, in collaborazione con Credimi SpA, offrendo prestiti digitali a ditte individuali e piccole imprese. Nell'ambito dei servizi assicurativi c'è stato il lancio del prodotto assicurativo misto del ramo Vita "Poste Progetto Dinamico Bonus", della durata di 15 anni, volto a coniugare un prodotto assicurativo performance-linked con componenti di investimento assicurativo unit-linked; la nuova funzionalità "Protezione digitale" di "Poste Vivere Protetti", è stata inclusa nell'offerta modulare. La semestrale segnala anche la crescita del settore pagamenti e mobile dove i ricavi



registrano un aumento superiore al 20% per la terza volta negli ultimi quattro trimestri. Quello dei pagamenti digitali è un mercato in rapida crescita ed evoluzione. Grazie anche a una piattaforma omnicanale innovativa, PostePay si è ritagliato un ruolo strategico nella fornitura di servizi di pagamento. E sono ormai quasi



Inquadra il QR code per leggere su tgposte.poste.it gli articoli di Paolo Pagliaro

nove milioni le carte Evolution; i ricavi da servizi Telco sono anch'essi in crescita, come il numero di italiani – ora oltre 23 milioni – che hanno adottato PosteID per certificare la propria identità digitale.

L'ingresso nell'energia

Da segnalare che il 15 giugno il Gruppo ha lanciato un'offerta con il proprio marchio di energia indirizzata inizialmente ai dipendenti attuali e ai pensionati. Un'offerta semplice, trasparente e al 100% green, denominata "Energy 160" in onore dei 160 anni di storia di Poste Italiane, che comprende la fornitura sia di gas che di energia elettrica per le famiglie. L'iniziativa

è stata ben accolta con circa 30mila contratti firmati fino ad oggi. Nella semestrale sono in linea con le attese anche i risultati nel settore corrispondenza, pacchi e distribuzione. Uno dei settori in cui Poste lancia periodicamente significative campagne di assunzione. Tra i vari paragrafi di un capitolo che ha a che fare con le radici del servizio postale, spiccano i dati relativi al servizio di consegna a domicilio dei medicinali, che può essere "istantaneo" (entro 90 minuti dall'acquisto), a un orario prestabilito o il giorno successivo all'acquisto. Negli ultimi mesi il servizio è stato esteso e ora risulta avviato in oltre 170 comuni. Anche questo ha consentito a Poste di consegnare oltre 30 milioni di vaccini in tutto il Paese.

Ambiente e giovani, le priorità

Ma sono numerose le notizie che il bilancio valorizza, comprese quelle che hanno a che fare con la sostenibilità del business. Ci sono, ad esempio, i progressi nella transizione green: procede il rinnovo della flotta dedicata al recapito, con l'inserimento di circa 12.000 nuovi mezzi, di cui circa 770 elettrici, 6.000 ibridi e la restante parte a basse emissioni. Inoltre, il numero delle colonnine elettriche per la ricarica è salito, al 30 giugno 2022, a 2.800. Nell'ambito dell'efficientamento energetico, l'azienda continua la riqualificazione degli uffici postali: nel corso del primo semestre di quest'anno sono state installate 410.000 lampade LED, oltre 450 edifici sono entrati a far parte del progetto "Smart Building" e sono stati realizzati più di 40 pannelli fotovoltaici. Sono i mattoncini di una costruzione sempre più compatibile con le esigenze dell'ambiente e con le aspettative dei giovani.

LA CRESCITA CONTINUA DEL SITO

Tgposte.poste.it: exploit di traffico e versione inglese per i nostri stakeholder

Continua il successo di tgposte.poste.it, il sito curato dalla redazione di Postenews, che nasce dalla felice intuizione di creare un hub con i contenuti aziendali, mettendo al centro il TG Poste, il fiore all'occhiello della comunicazione dell'Azienda. La scelta di raccontare Poste Italiane con i video, insieme a un'interfaccia dinamica e diretta sta consentendo di ottenere un vero e proprio exploit di traffico al sito. Nel solo mese di luglio, ad esempio, le pagine viste sono state oltre un milione e centomila. Negli ultimi due anni, il sito è passato da un totale di pagine viste di cinque milioni al dato di fine luglio che supera i 22 milioni e settecentomila: un risultato che si completa con un tempo di permanenza molto alto, superiore ai 15 minuti ad articolo da parte degli utenti. Il mese di luglio ha anche visto la partenza della sezione inglese del sito tgposte.poste.it, che presenta un aggiornamento periodico costante, incentrato sui temi principali del business di Poste Italiane, dalla sostenibilità al risparmio, fino alle iniziative e i servizi che l'Azienda mette in campo per camminare al fianco del Paese. La versione inglese del sito, accessibile dall'hp cliccando sul link della lingua, è anche uno spazio di contatto e di informazione per gli stakeholder di Poste Italiane e fornisce una ampia panoramica sulle aree di interesse dell'Azienda.





l'offerta Poste Energia

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

Poste Energia: per dipendenti e pensionati l'offerta continua

Per informarsi sull'iniziativa è anche possibile collegarsi alla Intranet o recarsi presso un Ufficio Postale.

Sottoscrivendo entrambe le forniture (luce e gas) per il primo anno si può beneficiare di uno sconto di 160 euro



Semplice, trasparente e prevedibile. Continua l'offerta energia di Poste Italiane, con un'iniziativa dedicata a tutti i dipendenti, ai pensionati del Gruppo Poste e non solo. Continuiamo a festeggiare insieme i 160 anni di Poste con la promozione speciale "Energia160", prorogata fino al 15/11.

Perché Poste Energia?

Il Gruppo Poste Italiane, con la sua capillarità, trasparenza e sostenibilità è entrato in un nuovo settore, quello dell'energia, attraverso la propria controllata PostePay S.p.A.. Poste Energia è prevedibile, puoi scegliere la bolletta a Rata Fissa ed avere così una bolletta con importo uguale ogni mese per 12 mesi, aggiornato annualmente sulla base dei consumi effettuati. Il prezzo della componente energia è bloccato per 24 mesi e quello della componente di commercializzazione e vendita è pari a quello definito e aggiornato annualmente per il mercato tutelato dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente. Poste Energia è trasparente, si tratta di un'offerta del mercato libero che non presenta costi nascosti, depositi cauzionali o penali di uscita. Poste Energia è un'offerta 100% green. Essere sostenibili per il Gruppo Poste è una scelta, l'energia elettrica è certificata, tramite garanzia d'origine, come prodotta da impianti italiani alimentati al 100% da fonti rinnovabili, inoltre le emissioni di CO2 del gas venduto sono al 100% compensate con il sostegno di progetti internazionali ad impatto positivo sull'ambiente.

La promozione "Energia160"

La promozione dedicata a tutti i dipendenti e pensionati del Gruppo Poste, consente di beneficiare per il primo anno di uno sconto di 160 € (50

€ dal secondo anno e successivi) se sottoscrivi l'offerta di entrambe le forniture (gas e luce). Se sottoscrivi l'offerta di una fornitura (solo gas o solo luce) avrai 80 € di sconto per il primo anno (25 € dal secondo anno e successivi). Lo sconto sarà erogato direttamente nelle tue bollette luce e gas, suddiviso in quote mensili di pari importo, per l'intera durata del contratto. Per aderire alla promozione, hai a disposizione quattro coupon. Ogni coupon può essere utilizzato una sola volta, per la sottoscrizione di due forniture (luce e gas, sottoscritti contemporaneamente, per una sola abitazione) oppure di una fornitura (luce o gas). I 4 coupon sono quindi validi per l'attivazione di un massimo di 8 forniture (4 luce e 4 gas) per 4 abitazioni. Ne puoi utilizzare uno per te e i rimanenti tre coupon per parenti e amici.

Dove trovare i coupon

I coupon sono disponibili nello spazio "il mio cedolino - comunicazioni". Per i pensionati, i codici saranno reinviati direttamente a casa.

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

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Energia160 è la promozione dedicata ai dipendenti del Gruppo Poste Italiane che sottoscrivono, entro il 15/11/2022, il servizio di somministrazione di energia elettrica e gas naturale a condizioni di libero mercato "Poste Energia" fornito da PostePay S.p.A., soggetta a direzione e coordinamento di Poste Italiane S.p.A.. L'attivazione della fornitura è subordinata alla valutazione di PostePay S.p.A.. Per le condizioni contrattuali ed economiche e per informazioni sulle caratteristiche del servizio, sulle modalità di proporre reclamo e sull'esercizio del recesso consultare la documentazione contrattuale reperibile su www.poste.it/poste-energia-promo-energia160 e presso gli Uffici Postali. Per Info ed assistenza chiamaci all'800.00.11.99: il numero è gratuito ed è attivo dalle 8:00 alle 20:00, dal lunedì al sabato. Per informazioni sulle caratteristiche della promozione, sull'acquisizione e modalità di utilizzo dei codici promozionali, sulle modalità e termini della scontistica vai su www.poste.it/poste-energia-promo-energia160

I diversi tipi di fornitura

Con l'offerta luce e gas (offerta dual) scegli un consumo sostenibile per entrambe le forniture e grazie al prezzo della materia prima bloccato e all'opzione "Rata Fissa" sai quanto devi pagare, senza sorprese. Per maggiori informazioni sui prezzi andare su www.poste.it/poste-energia-promo-energia160

Dove informarsi



INTRANET

UFFICIO POSTALE

QR CODE

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



**Ecco
gli step
per aderire
a Poste Energia**

**1**

Andare in Ufficio Postale o collegarsi al link
www.poste.it/poste-energia-promo-energia160

2

Avere con sé il coupon promozionale
e una bolletta recente

3

Consegnare la bolletta e il codice
coupon allo sportello oppure
caricarli in autonomia sul sito
per ottenere un preventivo

4

Scegliere la data di scadenza
della bolletta e scegliere
il metodo di pagamento

5

Aspettare la data di attivazione che
ti verrà comunicata immediatamente

Penseremo noi a tutti gli adempimenti successivi

Sono circa
30mila
i contratti
già sottoscritti

**È possibile anche calcolare un preventivo e salvarlo.
Andrà attivato entro 7 giorni dalla scadenza**

Cosa prevede la promozione

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

Ricorda che:

- Puoi sottoscrivere luce e gas Poste Energia oppure effettuare un preventivo, senza impegno.
- I coupon possono essere ceduti a familiari e amici.
- Per i dipendenti i coupon sono disponibili nello spazio "il mio cedolino – comunicazioni".
- Per i pensionati i codici saranno reinviati direttamente a casa con una lettera ad personam.
- Ogni coupon può essere utilizzato una sola volta per una sottoscrizione mono (luce o gas) o dual (luce e gas sottoscritti contestualmente per la stessa abitazione).
- I 4 coupon promozionali sono validi per l'attivazione di un massimo di 8 forniture (4 luce e 4 gas) per un totale di 4 abitazioni e sono cedibili a parenti e amici.
- Se sei interessato a entrambe le forniture, in fase di sottoscrizione seleziona direttamente luce e gas, così da utilizzare solo un coupon promozionale.

Attiva le tue forniture online o recandoti fisicamente in ufficio postale

POSTE NON DORME MAI

Siamo entrati di persona nelle attività notturne della logistica

E-commerce, le notti di Poste per preparare il giorno del Paese

Dall'aeroporto di Brescia Montichiari al maxihub SDA di Bologna, fino ai centri di smistamento: il nostro reportage su come funziona l'industria della distribuzione, una macchina perfetta

di GIUSEPPE CAPORALE

Mentre tutta Italia dorme, Poste organizza il giorno seguente del Paese, trasferendo i pacchi e-commerce da un estremo all'altro dello Stivale. E per comprendere davvero la trasformazione della logistica di Poste Italiane, bisogna entrare dopo la mezzanotte nello scalo aereo di Brescia Montichiari: l'aeroporto di Poste Italiane. Chiamarlo così non è improprio. Nel buio delle calde notti lombarde un valzer di aerei atterra e decolla nel giro di una manciata di minuti, caricati a tempo di record da un personale che si muove in sincronia per permettere ai "nostri" pacchi e-commerce di raggiungere velocemente ogni

La trasformazione industriale dell'Azienda passa per l'innovazione e l'organizzazione

parte della Penisola. Benvenuti, dunque, a Brescia Montichiari. È da qui che noi del Postenews siamo entrati. Un luogo dove il tempo è tutto e dove Marco Veronese, responsabile del Centro operativo di Brescia e una lunga esperienza in Poste Italiane, spiega che «il lavoro notturno di una sola ora decide tutti i risultati lavorativi del giorno seguente». Veronese è vicino alla pensione, ma traspare ancora intatto l'entusiasmo con cui ha portato avanti questa professione. Una su tutte: sta per ultimare un progetto per sostituire e riutilizzare i cartoni dove vengono caricati i pacchi e con il quale è convinto di poter garantire un notevole risparmio economico quotidiano all'Azienda. Dopo quarantuno anni in Poste, gli occhi gli brillano quando ne parla.

LA MISSIONE DEL J+1

Veronese snocciola i numeri "notturni" della flotta di Poste Air Cargo: a Montichiari gli aerei che atterrano e ripartono sono sei (Roma, Bari, Lamezia Terme, Catania, Cagliari e un Olbia-Palermo), ognuno carica in media oltre 5mila pacchi a volo. In questo aeroporto si lavorano 100.000 chili tra pacchi e corrispondenza al giorno. «È partito tutto con il Prioritario – dice Veronese, ripercorrendo la sto-

ria recente dell'industria logistica di Poste – che obbligava l'Azienda a consegnare il prodotto in un giorno: per questo è stata sviluppata una rete aerea così "spinta". Poi, cinque anni fa, l'Azienda ha stretto un accordo con Amazon, che ci ha affidato i pacchi» e da lì il successo di Poste e il boom dell'e-commerce sono storia nota. Meno nota è una sigla che ricorre quando si parla di logistica: J+1, ovvero consegna in un giorno (ordino oggi, esce dal magazzino verso le 20 e il giorno dopo viene recapitato). All'aeroporto di Montichiari è una missione: «J+1», soprattutto in un periodo come quello di fine luglio, con le offerte della Prime Week di Amazon, che hanno portato ad avere «un picco di lavoro che non ci era mai capitato». Sta crescendo anche l'impegno con altri clienti, come il sito Vinted (abbigliamento usato) ad esempio, oppure altre realtà top – che però consegnano in J+2, ovvero in due giorni – come il caso del Caffè Borbone.

LA CORSA CONTRO IL TEMPO

Nel grande hangar che precede le piste di Brescia Montichiari, tutto ruota alla perfezione: i camion arrivano alle pedane dove

vengono scaricati i pacchi, che vengono poi sottoposti alla radiogenatura, per controllare che non vi siano liquidi o oggetti considerati pericolosi. In quest'area viene poi fatta la fasatura: i dispacci vengono divisi per destinazione dei sei aerei della flotta di Poste Air Cargo e indirizzati verso i diversi scali, che sono contraddistinti da bandierine di colore differente. Infine, i pacchi vengono caricati sui contenitori sagomati, che saranno poi inseriti direttamente negli aerei tramite una pedana. È molto interessante vedere l'interno degli aerei per il delivery: Poste Air Cargo ha convertito completamente la flotta che era di Mistral Air, un tempo adibita al trasporto passeggeri. Alcuni aerei, denominati "quick change", conservano ancora le cappelliere; altri invece sono interamente cargo e sono quelli nei quali i contenitori appositi sono più capienti. Anche le raccomandate e le assicurate vengono fasate in una parte apposita del capannone: «Dobbiamo stare attenti al peso, che deve essere anch'esso

equilibrato» dice Veronese, rincalzato da un altro dipendente di Poste, anche lui con un entusiasmo contagioso: «Abbiamo un'ora per fare tutto, è una corsa contro il tempo. È il bello del nostro lavoro». In queste parole c'è la missione di Poste Italiane: servire con efficienza e con l'orgoglio di farcela nei tempi richiesti. In un'ora e mezza, tra mezzanotte e l'1.30, tutti gli aerei vengono caricati e partono per le sei destinazioni. Il lavoro all'aeroporto, però, non finisce così: a luci della pista spente, si stila una lunga serie di report per la tracciabilità di ciò

MARCO VERONESE
RESPONSABILE CO DI BRESCIA

«La sfida dell'Azienda è consegnare il prodotto in un giorno: questo tipo di consegna si definisce J+1 e raccoglie l'eredità del Prioritario»





che è stato spedito, con i resoconti di cosa ha funzionato e di dove si può migliorare. Gli ingressi all'aeroporto di Poste Italiane si chiudono poco prima dell'alba, per poi riaprirsi la sera seguente, per una nuova notte di consegna di pacchi e-commerce.

L'AUTOSTRADA DEI PACCHI

Gli stessi pacchi che "popolano" quella che è stata definita la "città dell'e-commerce": l'hub di SDA a Bologna, cinquanta milioni di investimento, venticinque dei quali sull'imponente macchina di sorting. Uno stabilimento da 13mila colli l'ora per la misura standard, 19mila colli l'ora per la misura small e 1.200 per i large. Il tutto con una attenzione più che maniacale per la sicurezza dei lavoratori, come testimonia un murales che campeggia nell'hub. «Volete spiegare a qualcuno cos'è un hub? – chiede Antonio Tita, da 25 anni in SDA, con un sorriso – È paragonabile alla stazione dei treni: i passeggeri sono i colli, i treni sono i camion e l'hub è la stazione».

PAROLA D'ORDINE: EFFICIENTAMENTO

Antonio è la memoria storica migliore della trasformazione epocale della logistica: è lui a parlare di efficientamento, una parola che ricorre ed è alla base di questa vera e propria rivoluzione industriale. «Nell'hub di Sala Bolognese, lavoravamo in 315 persone con un picco di 160mila colli al giorno. Qui all'interporto di Bologna siamo in 330 e in media lavoriamo circa 300mila colli al giorno». La differenza, come la macchina a vapore nel '700, è nella tecnologia, in questo caso quella di sorting, ovvero di lavorazione dei pacchi. L'automazione ha creato efficientamento, rendendo i processi più stabili e più veloci. L'organizzazione ingegneristica ha fatto il resto: la logistica rende possibile sfruttare il tempo a tutto tondo, non un solo secondo viene lasciato al caso. «L'integrazione delle reti – dice ancora

L'hub SDA di Bologna è stato inaugurato nel 2019 davanti al Presidente Mattarella

Tita con molta soddisfazione – ha fatto sì che SDA sia diventata una operation company al servizio delle reti integrate. Noi ci occupiamo della suddivisione dei prodotti, l'ultimo miglio lo fa la rete, decisa dall'ingegneria di Poste». Nell'hub lavora un team di persone che opera in maniera sincronizzata, soprattutto grazie ai principi della Lean Manufacturing (la filosofia di gestione adottata da Poste per generare la massima quantità di valore per il cliente con la minima quantità di sprechi per l'Azienda), che hanno migliorato e potenziato il lavoro degli impianti di Poste, proiettandoli in una dimensione operativa avveniristica, ottimizzando i processi anche in ottica di sostenibilità ad ogni livello. Il cervello dell'hub è nella control room dove si vive secondo per secondo il viaggio di un pacco e-commerce, il fiore all'occhiello dell'ingegneria di SDA. Tutto passa da qui, da questa sala in cui la tecnologia è al massimo, certo, ma la differenza la fanno come sempre le persone. In control room sono tutti molto giovani e tutti molto preparati.

SEGUE A PAGINA 8



A Montichiari gli aerei che atterrano e ripartono sono sei ogni notte: ognuno carica in media oltre 5mila pacchi a volo. In questo aeroporto si lavorano 100.000 chili tra pacchi e corrispondenza al giorno



ANTONIO TITA
Hub SDA di BOLOGNA

«L'hub di Bologna è paragonabile alla stazione dei treni: i passeggeri sono i colli, i treni sono i camion e l'hub è la stazione»

I RISULTATI

Un settore forte e resiliente con ricavi da 904 milioni

Nel secondo trimestre del 2022 i ricavi del settore Corrispondenza, Pacchi e Distribuzione di Poste Italiane sono rimasti sostanzialmente stabili rispetto al secondo trimestre del 2021, e risultano pari a € 904 milioni (pari a € 1,8 miliardi nel primo semestre del 2022). I ricavi da corrispondenza risultano resilienti, con una crescita nel secondo trimestre del 2022 dello 0,8% anno su anno e pari a € 516 milioni (+0,5% rispetto al primo semestre del 2021, pari a € 1,0 miliardi nel primo semestre del 2022), grazie a volumi in crescita su prodotti a margine più elevato, tra i quali i servizi integrati, che compensano il calo dei prodotti a margine inferiore, come la corrispondenza non registrata.

904

milioni di euro
i ricavi Corrispondenza
Pacchi e Distribuzione

VOLUMI AL DI SOPRA DEI DATI PREPANDEMIA

I volumi della corrispondenza vivono un lieve calo fisiologico, così come i ricavi da pacchi, a causa della variazione nel comportamento dei consumatori e della riduzione della spesa dei consumatori dovuta a pressioni inflazionistiche, con i volumi che rimangono però strutturalmente al di sopra dei livelli pre-pandemia (55 milioni di unità nel secondo trimestre del 2022 rispetto a 34 milioni di unità nel secondo trimestre del 2019). Nel secondo trimestre i volumi del comparto B2C si sono attestati a 40 milioni di unità (81 milioni di unità nel primo semestre del 2022), con impatto mitigato dall'aumento delle tariffe

UNA CRESCITA PROMETTENTE

La crescita potenziale del mercato e-commerce italiano rimane molto promettente, grazie a livelli pro-capite di pacchi e-commerce ben al di sotto del resto d'Europa. I ricavi da distribuzione sono aumentati nel secondo trimestre del 13,1%, anno su anno, a € 1,2 miliardi (+5,7% rispetto al primo semestre del 2021, a € 2,5 miliardi), come riflesso della performance della divisione di business dei servizi finanziari. Il risultato operativo (EBIT) è cresciuto considerevolmente nel secondo trimestre del 2022, grazie alla razionalizzazione dei costi e a maggiori commissioni da distribuzione, attestandosi a € 87 milioni, rispetto a € -158 milioni del secondo trimestre del 2021. L'EBIT del primo semestre del 2022 è cresciuto a € 142 milioni da € -100 milioni del primo semestre del 2021.

+13,1%

i ricavi
da distribuzione
anno su anno





storia di copertina

SEGUE DA PAGINA 7

L'EROISMO QUOTIDIANO DI MAMMA TIZIANA

I pacchi e-commerce passano anche per le mani di Tiziana Collicino, anche lei impiegata nell'hub SDA di Bologna, inaugurato nel 2019 davanti agli occhi del Presidente Mattarella che, in quell'occasione, partecipò all'apertura del maxi-impianto testimoniando la sua stima per Poste Italiane. Tiziana è una delle poche donne che lavorano nell'hub e che si occupano di operatività: gestisce il quadrante sulla parte di containerizzazione, dialoga con chi si occupa dei facchini. «Se c'è bisogno alza la voce» assicurano i suoi colleghi, sottolineando sia la sua capacità di farsi rispettare sia quella di saper mantenere la calma in situazione complesse, «cosa che a noi maschietti a volte riesce più difficile». Tiziana è un simbolo, è mamma di un bambino di otto anni e lavora solo di notte. «Torno a casa per le 6 di mattina, sbrigo qualche faccenda domestica, sveglio mio figlio per portarlo a scuola, poi vado a dormire. Alle 16 mi sveglio, riprendo mio figlio da scuola e alle 20.30 attacco a lavorare». Il marito di Tiziana è operaio edile, con orari esattamente opposti: «Ci diamo una mano col bimbo e ci incrociamo di sfuggita – sorride – ma

A Bologna si lavorano circa 300mila colli al giorno. L'hub è una città dell'e-commerce

il sabato recuperiamo il tempo insieme». La motivazione di Tiziana nel lavorare nella logistica ha subito convinto chi la doveva assumere. Originaria della provincia di Potenza ma a Bologna da dieci anni, Tiziana è arrivata all'hub tramite la sezione di recruiting del sito di Poste e ha spazzato via tutti i pregiudizi che si potevano avere sull'impiego delle donne in un ramo della logistica considerato inadatto (a Bologna tra i dipendenti di Poste ci sono cinque donne in tutto l'hub, due amministrative e tre operative, e 44 uomini). «Durante il colloquio – raccontano i suoi colleghi – chi la selezionava si è chiesto: ma è una mamma, le andrà di farlo?». Tiziana ha risposto sul campo, sem-



pre determinata e attenta, sia con il caldo di questi giorni che con i -7 gradi che si raggiungono nell'hub in inverno: «So che, avendo una famiglia e facendo un lavoro notturno, la vita non è semplice, ma è una scelta fortemente voluta e non mi pesa». Tiziana si confronta con 300 autisti ogni notte: un suo errore sarebbe determinante, ma lei è sempre impeccabile ed entusiasta: «A dicembre sono tre anni che sto qui e sono molto contenta».

IL LAVORO CHE TI CAMBIA LA VITA

Tra i giovani che lavorano nell'hub di notte c'è anche Alberto Costa, catanese, partito dalla Sicilia nel novembre del 2017. «Sono partito per Bologna con la convocazione per lavorare in questo hub. I sacrifici iniziali, è ovvio, sono stati tanti». Il più grande è quello di lasciare giù gli affetti: «Ma io non volevo rimanere lì,



TIZIANA COLLICINO
HUB SDA DI BOLOGNA

«Torno a casa per le 6 di mattina, porto mio figlio a scuola, poi dormo. Alle 16 mi sveglio, riprendo mio figlio e alle 20.30 riattacco»



ALBERTO COSTA
HUB SDA DI BOLOGNA

«Quando c'è stato il lockdown abbiamo capito a pieno la funzione sociale del lavoro che stavamo facendo»



Foto di gruppo nella control room dell'hub SDA di Bologna: qui si vive secondo per secondo il viaggio di un pacco e-commerce nello stabilimento. Tutto il lavoro è ottimizzato dalla Lean Manufacturing

non volevo accontentarmi di quello che potevo avere, non era abbastanza per me. È una scelta che rifarei, che ha cambiato la mia vita. Poi quando posso torno in Sicilia, naturalmente, a salutare tutti». Ora ha preso casa a Bologna, si è ambientato ed è soddisfatto del lavoro nell'hub e della sua professione. La logistica lo accompagna anche fuori dal lavoro e lo spiega con una battuta: «Ormai quando vedo un pacco in giro guardo l'etichetta per capire da dove arriva, è una deformazione professionale». La pandemia, con l'Italia chiusa in casa e Poste a distribuire pacchi con un ritmo senza precedenti, è stata per tutti uno spartiacque, non solo professionale ma anche emotivo: «Solo quando c'è stato il lockdown – afferma Alberto – abbiamo capito a pieno la funzione sociale del lavoro che stavamo facendo. È stata una grande soddisfazione».

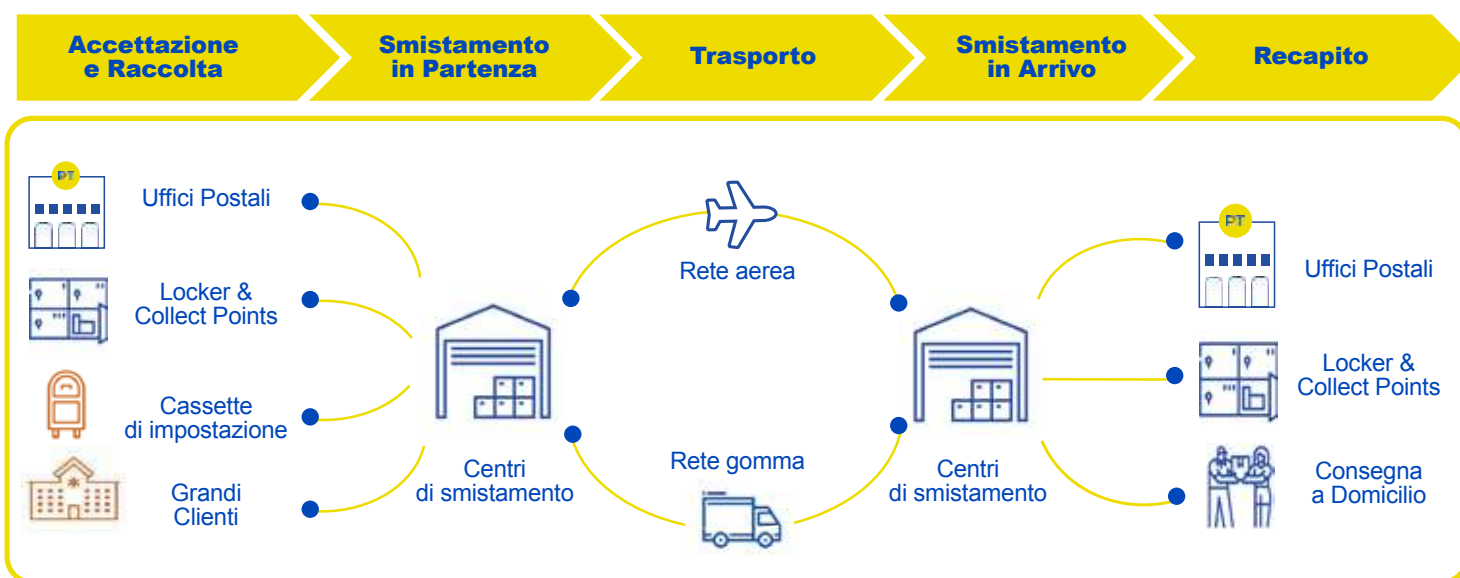
ROSERIO, LA PORTA DA FUORI EUROPA

Tutte le strade dell'e-commerce conducono a Poste Italiane, che lavora pacchi non solo da tutta Europa ma da tutto il mondo. Per conoscere la macchina che gestisce il flusso extra UE bisogna visitare il CS di Roserio, pochi chilometri fuori Milano, fratello maggiore (per età) degli hub di SDA A Landriano e Bologna. Un impianto storico, potremmo dire, oggi nelle sapienti mani di Domenico Bellissimo, che ne è il responsabile dallo scorso anno. A Roserio viene lavorata e smistata la posta extra UE: plichi commerciali, pacchi. Si può immaginare quale siano i volumi di lavoro di un centro che ha questa missione: «In un periodo normale, non di picco, siamo su 15-20 mila pacchi al giorno meccanizzabili su impianto. Nella settimana di Prime Week di Amazon parliamo di 40-45 mila, a Natale anche 55 mila pacchi al giorno». Roserio è importante per più motivi: al suo interno si trova la MPKS, una macchina che rappresenta un unicum nella gestione mista della corrispondenza, che ha allargato la possibilità di lavorare anche prodotti che arrivano dall'estero. Il centro lavora h24, si ferma solo tra sabato e domenica, il momento di riposo canonico della logistica se non si è nei periodi di picco. Proprio l'MPKS di recente è stata implementata per una migliore e più precisa gestione dei prodotti che devono essere sottoposti a controllo doganale, anche i più piccoli che una volta – solo fino a un certo valore economico – venivano verificati solo in minima parte. La tecnologia di Poste ha permesso all'Azienda di non rallentare comunque la produzione nonostante l'aumento dei controlli. E allo Stato la possibilità di ottenere i giusti dazi da chi spedisce da fuori Europa.

IL CRUSCOTTO DELLA QUALITÀ

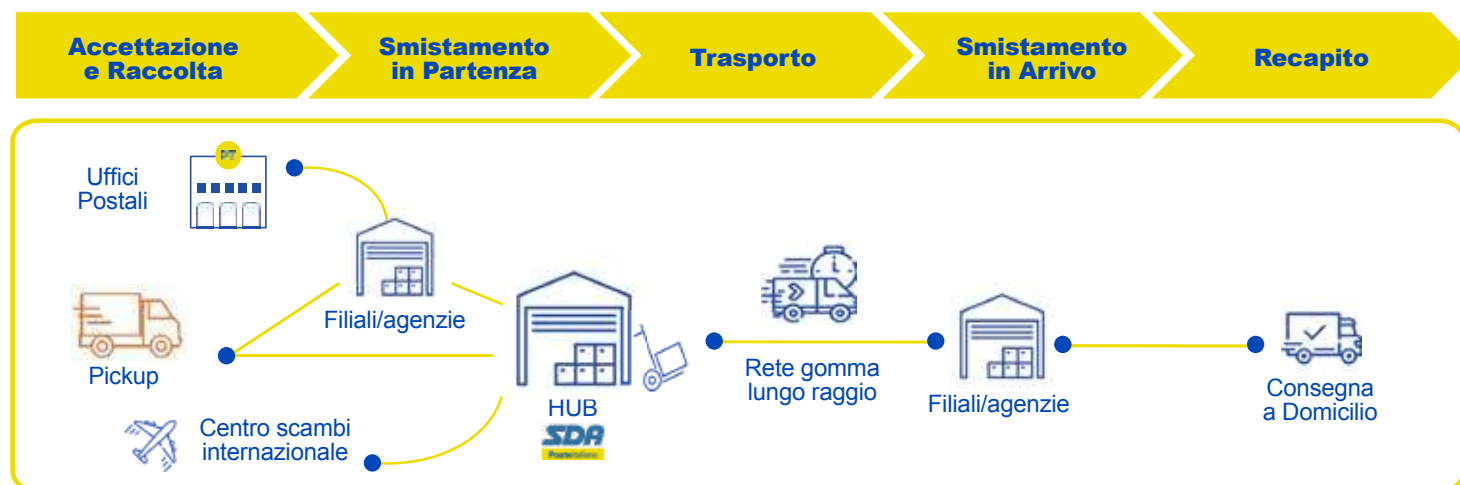
Roserio è anche una tra le prime sedi ad adottare la Lean Manufacturing, che qui trova una sua applicazione virtuosa: «L'abbiamo introdotta da anni – spiega Bellissimo – guadagnando in sicurezza del lavoro, in qualità e in riduzione di perdite e ottimizzazione dei costi». Il cuore del CS di Roserio è il cruscotto della qualità, introdotto appunto con la Lean: è grazie a questo strumento che si misura (e si vince) la sfida della performance. «Il cruscotto misura il tempo di attraversamento di tutti gli oggetti postali, sia J+1 che non J+1: è la nostra cartina tornasole. È il cuore del nostro impegno, e dà l'idea di come stiamo rispondendo al servizio che vendiamo al cliente» chiarisce il responsabile di Roserio. In effetti la tecnologia qui è sotto gli occhi di tutti: il lavoro è cambiato da tre o quattro anni anche per l'evoluzione degli AGV, i robot che spostano in autonomia i carrelli e «favoriscono il risparmio, la riduzione del rischio di infortuni, hanno ridotto il numero di muletti con uomo a bordo e anche

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ DELLA RETE LOGISTICA POSTALE



ELEMENTI PRINCIPALI DELLA RETE LOGISTICA POSTALE

Accettazione/Raccolta	Smistamento	Trasporto	Recapito
• 12.755 Uffici Postali + Cassette di impostazione • 113 Punti di accettazione business • 13.345 Locker e Collect Point (in prevalenza tabaccai)	• 16 Centri di Smistamento • 9 Centri Operativi	• 7 aeromobili, che servono 11 tratte • 260 collegamenti nazionali su gomma	• 1.420 Centri di Recapito • 13.345 Locker e Collect Point (in prevalenza tabaccai) • 30.524 portalettere tra personale stabile e flessibile (valore medio di periodo) • Rete di Partner terzi gestita da Nexive Network (Op.Co)



ELEMENTI PRINCIPALI DELLA RETE LOGISTICA

Accettazione/Raccolta	Smistamento	Trasporto	Recapito
• 12.755 Uffici Postali • 6.070 linee di pick-up • 88 Filiali/Agenzie	• 4 Hub automatizzati • 5 Mini hub	• 900 linee di trasporto su strada	• 6.070 linee di recapito SDA • 240 linee di recapito MLK • Rete di Partner terzi gestita da Nexive Network (Op.Co)

la movimentazione manuale di carichi pesanti». Anche qui il tempo la fa da padrone: «Roserio – dice Bellissimo – è specializzato su pacchi Amazon per la Lombardia sia veloci che lenti, alimentati direttamente dai magazzini Amazon. I pacchi J+1 entrano a Roserio dalle 15 alle 21 di sera, escono tutti al mattino per le 4 o le 5 per permettere al portalettere all'uscita di recapitare in fascia A, la prima in sostanza». In questo impianto lavorano 850 persone: ecco perché l'efficientamento proposto dalla Lean è in grado di fare la differenza. «Ci sta aiutando tanto – prosegue – da un punto di vista dell'organizzazione, con un programma che affronta la revisione delle aree di lavoro. Ma sta anche dando un segnale sul coinvolgimento delle persone: facciamo momenti di incontro dove spieghiamo gli obiettivi strategici fino ai capireparto, che poi li condividono con il resto del personale. Analizziamo gli sprechi di produzione o di manodopera e, una volta mappati e individuati, facciamo azioni di miglioramento attraverso dei kaizen per ridurre i costi e per migliorare i processi».

MA LA NOTTE, SÌ

Anche a Roserio si lavora di notte, ma questo è ormai ovvio, anche se c'è chi ha dovuto faticare per far comprendere in famiglia il proprio lavoro: «I miei genitori sono

dipendenti pubblici, per loro era difficile concepire che io cominciassi a lavorare quando loro staccavano» spiega sorridendo Antonio Scarinzi, responsabile MPKS a Roserio. «Con la mia esperienza hanno capito il profondo cambiamento di Poste, che ovviamente loro conoscevano da un altro punto di vista. Qui c'è spazio per ogni tipo di professionalità. Lo dico sempre ai miei colleghi». Antonio, prima di arrivare a

Poste, era dipendente di Nexive, di recente acquisita proprio dalla sua nuova azienda. «Era destino – dice – Sono stato favorito perché conoscevo già questo mondo. In Nexive mi occupavo di gestione operativa ma ovviamente non c'era il livello avanzato di organizzazione e la tecnologia che c'è qui. Anche allora, come oggi, lavoravo di notte».

SEGUE A PAGINA 10



DOMENICO BELLISSIMO
RESPONSABILE CMP ROSERIO

«Nella settimana di Prime Week di Amazon arriviamo a lavorare anche 40/45 mila pacchi al giorno che arrivano da fuori Europa»



ANTONIO SCARINZI,
RESPONSABILE MPKS

«In Nexive mi occupavo di gestione operativa ma ovviamente non c'era il livello avanzato di organizzazione e la tecnologia che c'è qui a Poste»



storia di copertina

SEGUE DA PAGINA 9

LO SMISTAMENTO IN BARCA

Ma cosa sarebbe tutta questa industria logistica senza una grande rete che permetta di fatto a pacchi e corrispondenza di arrivare nelle case degli italiani? Camion, furgoni, portalettere: non esiste luogo in Italia in cui Poste non arrivi puntuale. Avvalendosi, è il caso di dire, di ogni mezzo. Come a Venezia: si capisce da subito che il recapito tra le calli è qualcosa di molto diverso dal resto del Paese. Lo spiega bene Nicoletta Mazzuccato, direttrice dell'Ufficio Postale Venezia Centro: «La posta qui arriva e viene smistata in barca. Le imbarcazioni utilizzate per il trasporto della corrispondenza sono di proprietà di una società che fa parte del gruppo di Poste. A livello di movimentazione della corrispondenza – spiega – c'è da dire che il mio ufficio per il trasporto della posta utilizza due barche, entrambe molto grandi e che, soprattutto nel periodo estivo, per via della massiccia affluenza di turisti a Venezia, lavorano chiaramente a pieno regime». In una città come Venezia, i pacchi e-commerce non mancano: «Tanti sì, molti vanno all'estero e di solito sono anche di grandi dimensioni. Dal punto di vista delle tempistiche, la barca con la corrispondenza arriva al mattino e torna intorno alle ore 13,30. I pacchi della sera, invece, partono la mattina dopo. Per quanto riguarda lo smistamento, noi ci occupiamo anche dei resi, offrendo dunque un servizio davvero completo alla nostra clientela».

L'ACQUA ALTA NON FERMA POSTE

Tra i clienti di Nicoletta, naturalmente, sono tantissimi i turisti, ma anche una percentuale di residenti, per lo più persone anziane. I turisti, oltre a spedire una grande quantità di pacchi, vanno in Ufficio Postale anche per usufruire dei servizi di cambio valuta: «All'interno degli uffici vi sono due operatori multilingue, ma tutti gli sportellisti del mio ufficio parlano correttamente l'inglese e ve ne sono alcuni che conoscono anche lo spagnolo e il francese», dice con orgoglio la direttrice di Venezia Centro. Senza contare le criticità uniche che un ufficio come quello lagunare si trova a dover fronteggiare: «Penso al maltempo, penso all'acqua alta che, spesso, interferisce (e non poco) sul nostro lavoro di consegna e recapito della corrispondenza – continua – Come nel caso dell'acqua alta di novembre 2019: un

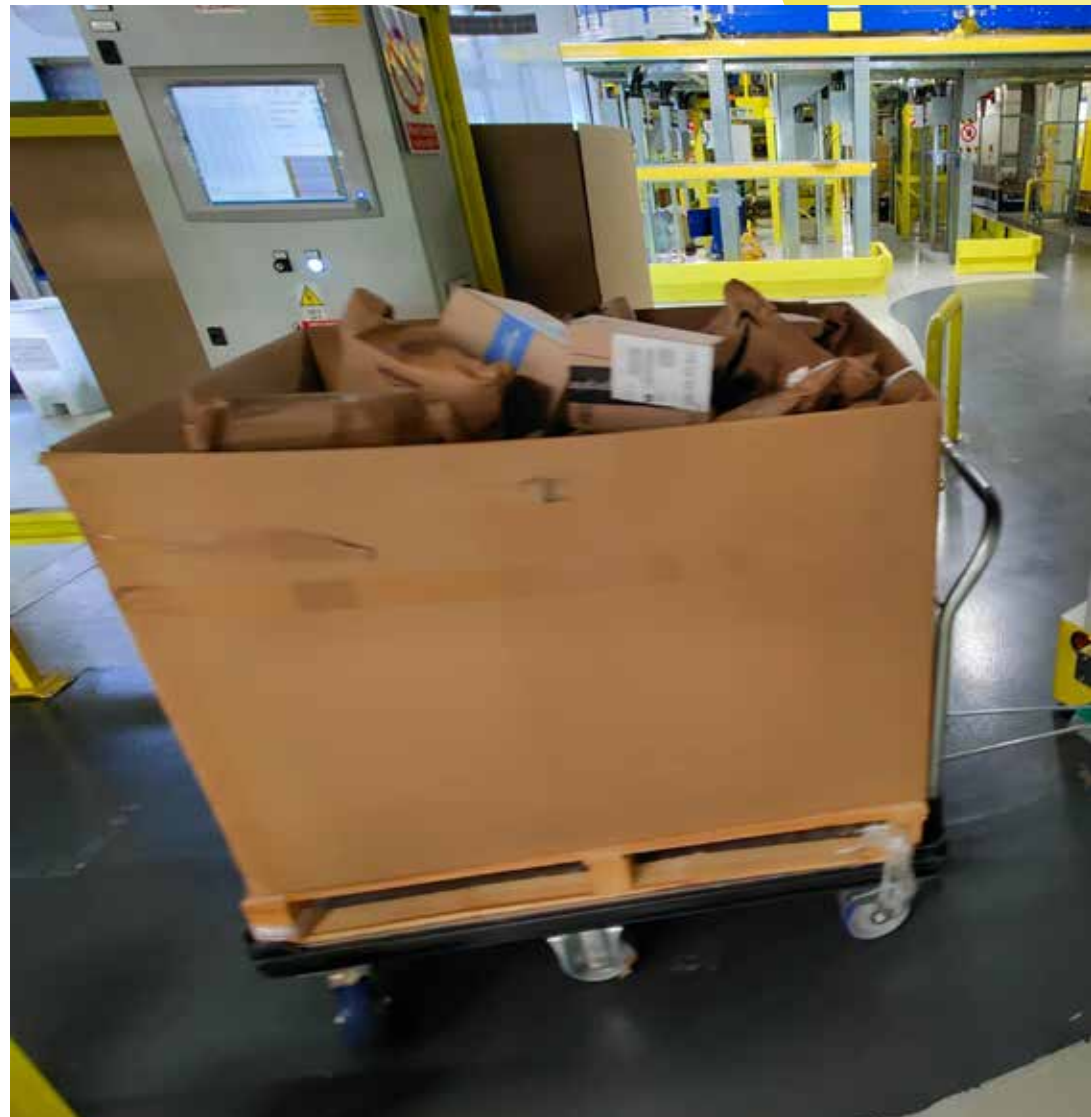
fenomeno eccezionale, che ci ha causato un corto circuito e dei danni da umidità. Una gondola si è addirittura incastrata all'ingresso dell'ufficio postale. Vi sono anche stati dei periodi, in un recente passato, nei quali invece siamo stati noi ad offrire supporto ad altri uffici postali in difficoltà, sempre a causa dell'acqua alta. Alcune volte è infatti capitato che tutta la posta da recapitare, proveniente dai vari uffici, sia confluita qui per essere poi smistata da noi». A Venezia ci sono una decina di uffici postali, che servono circa 50.000 abitanti, intesi come residenti. Tra i clienti alcuni vengono espressamente seguiti da consulenti Premium: «Anche se chi si rivolge abitualmente al nostro ufficio postale, come detto, è una clientela anziana, che si dimostra piuttosto restia ai cambiamenti e trova difficoltà nell'utilizzo dei nuovi servizi che mettiamo loro a disposizione. Tra i nostri clienti vi sono anche alcune piccole imprese, penso ad esempio alle piccole attività commerciali della zona, come bar, negozi o ristoranti». Lo sportello, però, ha un grande vantaggio nei confronti delle banche: può contare su

Al CS di Roserio viene lavorata e smistata la posta extra Unione Europea

un orario continuato e sul fatto di fissare con i clienti appuntamenti nel più breve tempo possibile, cosa che, nelle banche della zona, non avviene. «Dunque, stiamo educando i nostri clienti a richiedere qui da noi tutti i servizi finanziari di cui hanno bisogno. E poi stiamo anche utilizzando il sistema di prenotazione online, quello al quale si può accedere tramite app».

CORRISPONDENZA, LA MISSIONE ORIGINARIA

In ogni territorio, Poste si caratterizza dunque per essere un'azienda dalla forte impronta innovativa che non dimentica la sua missione originaria. Oltre alle app per la clientela e lo smistamento dei pacchi e-commerce, anche la gestione della corrispondenza viene oggi affrontata con strumenti tecnologici e digitalizzati. Della nuova realtà, ne è un esempio il Centro di Smistamento di Poste a Bologna. Il Cen-



tro conferma ancora una volta il ruolo di Poste Italiane, capace, con i suoi 160 anni di storia, di rappresentare una realtà unica in Italia per dimensioni, riconoscibilità, capillarità e fiducia da parte dei cittadini. La modernizzazione veloce, di cui questo centro è un esempio straordinariamente efficace, è un passaggio indispensabile per rendere sempre più stretto il rapporto con i cittadini. «La nostra principale funzione è quella di smistare la posta – sottolinea Michele Sgobba, responsabile del centro di smistamento di Poste Italiane a Bologna – e io ho a disposizione uno staff di 15 persone e 40-50 autisti, dipendenti dello stabilimento. Il management è composto da cinque reparti, più i vari capi turno e capi squadra. Apriamo di domenica pomeriggio alle 18 e chiudiamo il sabato mattina della settimana successiva. Questo centro rifornisce tutta l'Emilia-Romagna – precisa – fatta eccezione per alcune zone di Reggio

Emilia e, in più, anche una buona fetta di Marche». Tutta la corrispondenza (pacchi e raccomandate) giunge qui: «Smistiamo e la affidiamo a chi distribuisce».

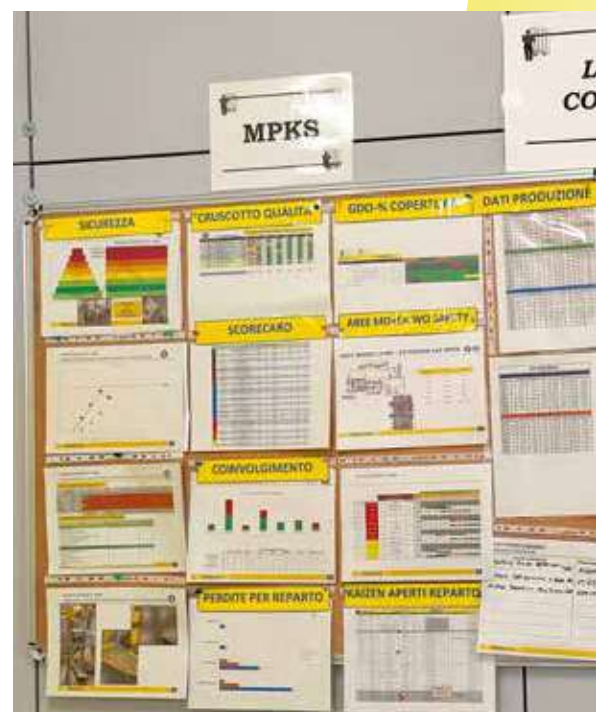
L'AUTO DELLA ROBOTICA

Il centro di smistamento di Bologna è uno dei punti focali del network logistico di Poste Italiane, costituito dai centri di Piacenza, Roma e Milano collegati alle filiali e ai centri di recapito distribuiti sul territorio nazionale, per la gestione operativa dei pacchi che sono poi consegnati dalla rete dei portalettere e dei corrieri. «Qui da noi confluiscono i pacchi di Amazon, i pacchi di altri grandi clienti, più tutti gli altri pacchi e il resto della corrispondenza da raccolta», sottolinea invece Gianluca Tomei, Responsabile della Gestione Operativa del CN (Emilia Romagna e Marche). L'organizzazione, all'interno del centro, è davvero capillare: «I pacchi qui sono



NICOLETTA MAZZUCCATO
DIRETTRICE DELL'UP VENEZIA CENTRO

«La posta qui a Venezia arriva e viene smistata in barca. Con l'acqua alta abbiamo avuto problemi ma siamo riusciti a lavorare»





rispondenza e lo smista dove è necessario, anticipando una successiva ripartizione, anche grazie all'utilizzo di altri robot, sette in tutto. Se non ci fossero loro, saremmo costretti a impiegare il doppio delle persone per portare a termine la medesima operazione. Questi supporti robotizzati, dunque, ci consentono di imprimere una svolta decisiva al nostro lavoro, soprattutto in termini di rapidità». Il racconto prosegue spiegando che «si passa poi a una lavorazione successiva nella quale un altro macchinario si occupa di differenziare la posta, eliminando tutti quei formati non propriamente postali, i quali vengono invece automaticamente indirizzati a un'altra lavorazione».

CARE, VECCHIE INTRAMONTABILI CARTOLINE

A tal proposito nasce la curiosità di chiedersi se le care vecchie cartoline rappresentano ancora un volume considerevole: «Certamente, sì – risponde ancora Tomei – e ciò avviene soprattutto nel periodo estivo o in occasione di qualche ricorrenza speciale. Un esempio? Quando venne eletto Papa Francesco, e molti vollero celebrare l'evento con una testimonianza da indirizzare ai propri cari». Via lettera arrivano poi anche molti altri documenti, tanto che questo settore della corrispondenza risulta ancora piuttosto attivo e dinamico. Tutta la corrispondenza viene poi condotta all'ufficio di recapito dove vi sono i portalettere che la smistano ai destinatari durante il loro iter quotidiano. Il centro smistamento di Bologna rappresenta dunque un'infrastruttura strategica che consente di proseguire nel solco della grande trasformazione del core business di corrispondenza e pacchi di Poste Italiane, valorizzando al meglio anche il potenziale di crescita dell'e-commerce, nell'ottica di un ineludibile processo di modernizzazione e digitalizzazione che non dimentica, tuttavia, la centralità della corrispondenza, da sempre uno dei servizi storici di Poste.



Nel CS di Roserio i robot AGV spostano in autonomia i carrelli e favoriscono il risparmio e la riduzione del rischio di infortuni per il trasporto di carichi pesanti

trattati in un'area di lavorazione unica – aggiunge – anche mediante l'utilizzo di robot specializzati nello smistamento. Il nostro sistema, infatti, adotta tecnologie all'avanguardia ed è formato da un sistema di robot di nuova generazione capaci di smistare 250.000 pacchi al giorno. L'impianto è dotato poi di una macchina che riconosce il codice a barre di ciascuna cor-

A Bologna, il centro di smistamento adotta il top delle tecnologie per la corrispondenza



Il cruscotto della qualità e gli altri indicatori della Lean sono strumenti utili per misurare le performance di un impianto e del servizio al cliente



Portalettere al lavoro anche sui litorali

Quando i pacchi arrivano diretti sotto l'ombrellone

L'esperienza di Emanuel: «Consegno a Isola Verde e spesso porto la corrispondenza in spiaggia ai clienti»

È da raccontare l'esperienza di Emanuel Boscolo Momolina, da quattro anni portallettere per Poste Italiane sul litorale di Chioggia, precisamente a Isola Verde, che rappresenta uno dei più importanti comprensori turistici veneti anche in un'ottica di qualità ambientale, premiato con la "Bandiera Blu". Emanuel, che non di rado consegna pacchi anche in spiaggia, spiega: «Sono felice che Isola Verde abbia ricevuto questo ambito riconoscimento, in effetti le nostre acque sono splendide e fanno parte di un ecosistema molto particolare. Negli ultimi anni sono aumentate visibilmente le strutture turistiche come i chioschi, ma continuiamo ad essere immersi in una natura selvaggia, molto apprezzata dai turisti nordeuropei che amano esplorare il litorale in bicicletta».

Sostenibilità e cultura

Da buon conoscitore del territorio, come tutti i portallettere, Emanuel è un ottimo testimonial della zona e infat-

ti conclude la sua testimonianza come fosse una guida turistica: «Qui la sostenibilità va a braccetto con la cultura e l'enogastronomia. I turisti con una pedalata di 7 chilometri possono raggiungere il centro storico di Chioggia, dove trovano un mercato ittico tra i più importanti d'Europa e dove di conseguenza possono assaporare le prelibatezze della nostra cucina».

L'esempio di Favignana

Situazione simile a Favignana, con l'impegno di Nicola: «Qui lavoriamo tutto l'anno perché i residenti non mancano, anche se per lo più si tratta di persone anziane che si rivolgono a noi soprattutto per spedire posta e pacchi, ritirare la pensione e pagare le utenze. Da giugno a settembre – prosegue – l'ufficio postale accresce la sua attrattiva insieme al resto dell'isola, popolandosi di facce nuove e rispondendo a tutte le richieste di servizi postali e finanziari. L'ufficio postale è la prima attività sull'isola a ripartire e l'ultima a fermarsi».





l'iniziativa d'ascolto

Abbiamo incontrato in presenza i colleghi di tutta Italia. Ecco le loro proposte per arricchire il giornale

IL POSTENEWS CHE VORREI

I giovani, le opportunità di carriera, gli aneddoti raccolti ogni giorno dialogando con i clienti, le nuove attività, i progetti e l'impegno per risolvere le criticità: ecco gli spunti nati dal confronto con i responsabili Macro Area e i loro collaboratori

Ascoltare, capire e raccontare. Una regola semplice che tuttavia occorre sempre tenere a mente. È con questo intento che durante il periodo estivo abbiamo dato vita all'iniziativa "Il Giornale che Vorrei", intraprendendo un viaggio che ci ha portato a incontrare di persona centinaia di colleghi sull'intero territorio nazionale e i responsabili di tutte e sei le Macro Aree di Poste Italiane. A loro abbiamo chiesto suggerimenti, pareri e idee sul presente e sul futuro del nostro magazine. Sono stati momenti preziosi e proficui di confronto, soprattutto dopo il periodo difficile della pandemia che ci ha costretto a dialogare da remoto, senza il contatto diretto tra colleghi. In queste pagine trovate un breve resoconto

di quanto hanno detto la gran parte dei partecipanti agli incontri, che - in virtù del loro ruolo e della loro profonda conoscenza quotidiana del territorio e delle persone di Poste - si sono fatti portavoce di consigli, precisazioni, opinioni circa il ruolo del Postenews e le possibili strade da percorrere. Già dal prossimo numero faremo tesoro di quanto raccolto e lo tradurremo in iniziative per raccontare il territorio, che andranno a elaborare i tantissimi spunti emersi. Rafforzando la costruzione corale del nostro giornale, il giornale delle Persone di Poste Italiane. Per dare ancor più sostanza e concretezza al "Noi", nostra missione editoriale fin dal primo numero. Buona lettura. (Giuseppe Caporale)

Giovanni Accusani / MP Nord Ovest È interessante il punto di vista esterno



Mi piace quando il magazine coinvolge delle voci da fuori, che spiegano come vedono Poste Italiane. Un punto di vista differente, insomma, un'apertura alle comunità. Un altro momento dedicato che leggo e leggerei volentieri è l'opinione di chi usufruisce dei servizi di Poste sul territorio. Un altro suggerimento: dedicherei una pagina a un consiglio di lettura, qualcosa di intelligente e rilassante.

Maurizio Betrò / IMMOBILIARE Centro Tanti nuovi progetti da raccontare



Sarebbe interessante dare spazio alle attività che possono mettere in risalto le persone che stanno dietro a ogni progetto. Cito ad esempio i progetti fortemente voluti dall'Azienda come Polis e il coworking: ci sono sinergie all'interno delle varie funzioni della stessa macroarea ma anche a livello centrale e con i fornitori esterni che meritano di essere raccontate.

Francesco Bianchi / MP Sud Utile strumento informativo per tanti colleghi



Vorrei innanzitutto complimentarmi con la redazione per i brillanti risultati raggiunti. Il magazine rappresenta un utile strumento informativo. È bello che valorizzi tutte le mission aziendali, magari anche istituendo rubriche fisse o degli inserti che aiutino a raccontare il territorio, accorciando così le distanze tra colleghi e Azienda e dando risalto alle cose che funzionano.

Stefano Bottani / MIPA Centro e Sud Una finestra sul mercato



Postenews offre visibilità a tutti quei colleghi che sono protagonisti di azioni positive sul territorio. Importante sarebbe dunque implementare i racconti sul territorio, in modo da evidenziare il ruolo sociale di Poste. Sarebbe bello portare a conoscenza dei lettori il significativo ruolo di raccordo di Mipa e utile ipotizzare un approfondimento relativo a ciò che accade sui mercati.

Marco Buccafusco / TUTELA AZIENDALE Sicilia Bellissima rivista, in futuro aperta anche alle istituzioni



Faccio i complimenti per la rivista, che è godibilissima da leggere. Migliorare dunque un prodotto già buono non è affatto facile. Sarebbe utile trovare argomenti più interessanti per le Istituzioni, per gli amministratori comunali. Opportuno dedicare alcune pagine alle istituzioni che hanno avuto rapporti con Poste e che sono soddisfatte dai progetti portati avanti insieme.

Fabio Calise / RUO Sud Coinvolgere le nuove generazioni



È interessante quando il magazine racconta le nuove generazioni e i processi di selezione, magari operando un confronto tra chi sta per lasciare l'Azienda e chi è stato assunto. Occorre, anche, attraverso iniziative di ascolto, continuare a raccontare l'evoluzione di Poste, magari pubblicizzando i nuovi strumenti di cui oggi si dotano le nuove figure professionali di Poste nel loro servizio alla clientela.

Paola Cardone / PCL Centro Nord Darei spazio a una "immagine del mese"



Sarebbe bello che il giornale si potesse dotare di una sorta di "immagine del mese", che possa descrivere in modo sintetico ed efficace l'argomento più significativo del giorno. Molto interessante anche una rubrica che tratti notizie che non riguardano direttamente Poste, ma che siano lo stesso significative per il lettore, come ad esempio le evoluzioni nel campo scientifico o digitale.

Paolo Chirico / PCL Nord Est Le notizie partendo dalle esperienze dei colleghi



Sempre interessante quando il giornale cerca di raccontare una notizia partendo dalle esperienze dei colleghi. Un buon modo per fare maggiore presa su chi legge. Interessante potrebbe rivelarsi anche l'idea di realizzare delle rubriche ad hoc che vedano come protagonisti i colleghi, in modo da evidenziare positivamente il loro operato.

Fabio Cicuto / PCL Nord Ovest Raccontiamo la nostra evoluzione industriale

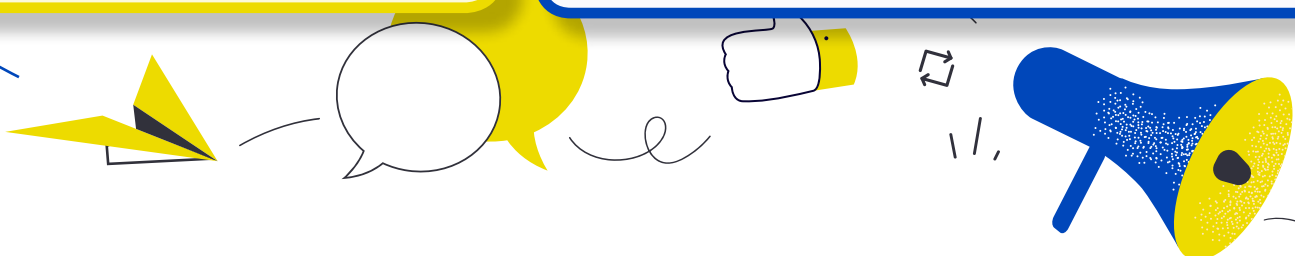


Mi fa piacere che si accompagni con un racconto l'evoluzione del nostro processo industriale. Mi piace il senso di appartenenza che il magazine crea: sarebbe bello riuscire a rendere note le soluzioni che abbiamo adottato nelle emergenze quotidiane con le amministrazioni locali, per essere parte integrante della comunità, come nel caso della pandemia.

Enrico Dallegno / RUO Nord Ovest La realtà sempre in primo piano



A mio avviso è necessario tenere sempre aperto uno squarcio di realismo, concentrando la narrazione sugli aspetti che riguardano l'attività quotidiana e il vissuto delle nostre persone. Ad esempio, potrebbe essere interessante una sezione di lettere al giornale, per rappresentare i problemi più comuni che si incontrano sul lavoro.



analisi, scenari, approfondimenti
vai su www.tgposte.poste.it**Michele Deiana / RUO Sicilia****Problemi e soluzioni, un mondo da scoprire**

Sfogliando la rivista, mi piacerebbe che talvolta venisse fuori un'attenta trattazione delle criticità. Descrivere delle storie vere che, in dieci tappe, partendo da una visione critica, arrivino agli aspetti positivi di un fatto risolto, grazie alla professionalità e all'abilità di chi l'ha gestito. Un magazine che si faccia carico di descrivere "problemi e soluzioni", insomma.

Antonella Del Sordo / COMUNICAZIONE Sicilia**Un magazine attento ai temi della sicurezza**

Postenews si sta trasformando nel tempo in un giornale che guarda sempre più verso l'esterno, aumentando la reputazione dell'Azienda sotto tutti i punti di vista. Trovo interessante quando il giornale tratta di emergenze, sicurezza sul lavoro e prevenzione. Sarebbe utile dedicare a questi argomenti anche delle rubriche mensili.

Paolo Di Casa / DTO Nord Ovest**Per i pensionati un appuntamento fisso**

Il giornale è sicuramente molto letto dai pensionati: faccio l'esempio di mia madre, che lo legge tutto per intero. Per i giovani invece è uno strumento meno abituale, bisogna usare molte strade diverse per coinvolgerli. Sicuramente questa trasformazione generazionale dell'Azienda è meritevole di essere raccontata nei dettagli anche sul magazine.

Claudia Dragotto / PCL Sicilia**Il giornale come strumento di confronto**

Apprezziamo il nuovo progetto di comunicazione varato da Poste Italiane. Anche per il coinvolgimento che riesce a produrre nella comunità aziendale. Questo tipo di comunicazione genera un circolo positivo che mette in contatto iniziative comuni che si realizzano sul territorio. Un momento di confronto che aiuta a migliorarsi.

Ugo Eugeni / RUO Centro Nord**Giovani e territorio, la chiave vincente**

Sarebbe bello raccontare a fondo e valorizzare i tanti figli di dipendenti postali che svolgono attività di volontariato, dando spazio ai giovani. Un'idea potrebbe anche essere quella di intervistare i ragazzi che decidono di fare una tesi su Poste. Interessante sarebbe descrivere il modo in cui funziona il processo di selezione per poter lavorare in Azienda.

Stefano Formica / TUTELA AZIENDALE Centro**Raccontare le professionalità aziendali**

Credo che Postenews debba innanzitutto cercare di incuriosire e coinvolgere i colleghi a una lettura sempre più interessante e approfondita. Apprezzo molto quando il magazine racconta la storia di un collega o di un ufficio, ma anche quando si illustrano i mestieri in seno all'Azienda. Potremmo creare delle brevi rubriche che raccontino le professionalità interne all'Azienda.

Marco Giannelli Savastano / RI Nord Est**Dare spazio alle storie dei colleghi**

È bello poter usufruire anche di un supporto digitale del magazine Postenews. È veramente positivo che il magazine dia spazio a tante storie di colleghi di tutta Italia. Questo rappresenta un aspetto apprezzabile, perché solo così è possibile comprendere in modo esaustivo qual è la filosofia che si respira nella nostra Azienda.

Antonio Iandiorio / MP Nord Est**Giornale importante, anche in versione online**

Trovo che il giornale rappresenti uno strumento rilevante e di grande utilità, anche nella sua versione digitale. Trovo apprezzabile che i contenuti del giornale spieghino bene la strategia aziendale. Uno sforzo ulteriore deve essere fatto per raccontare anche quella parte di Azienda che non si conosce, in particolare "le braccia di Poste".

Pietro Labruna / MP Centro**Un giornale vicino a chi lo legge**

Il giornale è fatto molto bene, tanto che credo sia veramente difficile migliorarlo, visto l'ottimo livello di qualità raggiunto. Sarebbe forse utile entrare di più nelle dinamiche del territorio, istituendo una sorta di "inviato speciale", che possa raccontare ai lettori quello che succede nel quotidiano. E sarebbe bello se questo inviato speciale fosse proprio un nostro collega.

Caterina Lanza / COMUNICAZIONE Centro Nord**Tante indicazioni pratiche utili ai colleghi**

Apprezzo molto gli articoli che si contraddistinguono per il loro contenuto, per così dire, pratico: bella l'idea della redazione di una sorta di rubrica "Problemi e Soluzioni", che interessi l'utente finale su come, ad esempio, un direttore di UP o un qualsiasi collega, riesce a risolvere un cavillo o un processo che interessa un cliente. Importante, infine, dare spazio alle storie interne.

Mauro Lattanzio / COMUNICAZIONE Centro**Far percepire l'Azienda partendo dal territorio**

Postenews è uno strumento essenziale per la comunicazione aziendale che si arricchisce ogni mese con contenuti eccellenti. I casi di successo vanno evidenziati all'interno del magazine, dedicando alcune pagine ad ogni macroarea. Far percepire, attraverso i racconti, le professionalità, i ruoli e le novità che ci sono in Azienda, è essenziale.

Giovanni Legrottaglie / RUO Nord Est**Un linguaggio che riesce ad arrivare a tutti**

Apprezzo molto che il giornale mantenga questa sua dimensione cartacea: nello sfogliare le pagine di Postenews, si respira tutto il fascino della carta, una sensazione che aumenta il piacere di lettura. Il punto di forza del magazine è sicuramente lo stile del linguaggio utilizzato, che riesce ad arrivare a tutti, senza mai farsi troppo complicato.

Simone Maggio / PCL Centro**Una rivista che genera senso di appartenenza**

Dal mio osservatorio, noto che questo house organ rappresenta uno strumento molto seguito da alcune specifiche figure aziendali, come ad esempio i portalettere. Trovo dunque Postenews una rivista che contribuisce in modo perfetto a produrre quel senso di appartenenza. Tutto ciò aiuta a definire i contorni di un brand interno molto solido e credibile.

Gabriele Martini / COMUNICAZIONE Nord Est**Interessanti gli articoli delle "grandi firme"**

È bello quando il giornale ospita gli interventi delle grandi firme, tipo Paolo Pagliaro e molti altri. Ciò permette al lettore di comprendere meglio gli argomenti, aiutandolo ad aprire una "finestra sul mondo". Postenews potrebbe davvero essere considerato uno strumento formativo di inestimabile valore. È sempre interessante leggere i pezzi redatti da qualche "inviato speciale".



l'iniziativa d'ascolto

Sabrina Martis / RUO Centro

Porre l'accento sull'attività quotidiana dei colleghi



Credo che il magazine si configuri come un eccellente strumento di comunicazione. Sarebbe bello se ogni numero del giornale avesse una pagina dedicata a ciascuna area territoriale. Non va infatti dimenticato che Postenews è molto letto perché vi sono pubblicate tante notizie che riguardano sportellisti e portalettere. Aggiungerei informazioni su novità normative e aspetti economici.

Alessandra Mazza / DF Pavia

Rinsaldare l'attaccamento alla maglia



È importante rinsaldare il senso di appartenenza e l'attaccamento alla maglia che Poste Italiane ha sempre avuto. I miei colleghi, ad esempio, hanno molto gradito l'operazione dei poster di Postenews con il viaggio nelle varie regioni. Questo magazine deve sempre dare, secondo me, spazio alle voci di Poste Italiane dal territorio.

Giuseppina Mensitiere / IMMOBILIARE Centro Nord
Un giornale eclettico, che racconta il presente



Trovo Postenews molto eclettico per i temi che tratta. Sarebbe bello sottolineare la differenza tra le Poste di oggi e quelle di ieri: un'Azienda fatta di persone dove ancora oggi questo valore è immutato e lo spirito non è cambiato. Una buona idea potrebbe essere quella di istituire uno spazio ad hoc che ospiti alcuni episodi simpatici che avvengono durante il lavoro quotidiano.

Antonio Napolitano / IMMOBILIARE Sud
Uno strumento per conoscere la forza di Poste



Vorrei sottolineare l'importanza di un inserto locale settorializzato. Uno strumento utile per far conoscere meglio il territorio. Ai fini di una migliore comprensione della mission di Poste, è utile che il magazine fornisca approfondimenti non solo su MP o PCL, ma anche sullo sviluppo immobiliare dell'Azienda, sull'implementazione tecnologica e sull'importanza delle infrastrutture.

Giovanni Oliviero / TUTELA AZIENDALE Sud
"Coerenza", parola d'ordine del magazine



Trovo che sia importante mantenere fresco e attuale il filone tematico del magazine, in modo da tenere sempre vivo, mese dopo mese, l'interesse del lettore e di tutti i dipendenti e pensionati di Poste. L'obiettivo deve essere quello della coerenza, un aspetto che il lettore di Postenews, credo, riesca ad apprezzare in modo particolare.

Francesca Paglia / COMUNICAZIONE Nord Ovest
Il nostro punto di sintesi e di riferimento



Questo momento di ascolto e di confronto è prezioso. Postenews, secondo me, è la sintesi perché dà un quadro riepilogativo esaustivo con linguaggio giornalistico e infografiche. Insomma, un bel punto di riferimento, anche nella versione digitale. Come consiglio, sento di dire che il territorio ha molto da raccontare e merita lo spazio che ha, se non di più.

Massimo Pasqual / MIPA Nord Est
Prodotto di successo, sia fruibile all'esterno



Postenews è un prodotto che riscuote successo ed è molto gradito a chi lo legge. Lo sforzo redazionale deve essere quello di offrire sempre adeguata visibilità alle singole attività di Poste e delle sue divisioni aziendali. Molto importante è che i contenuti del giornale possano essere spesi anche esternamente, magari raccontando alle istituzioni la linea commerciale business di Poste.

Pierluigi Perretta / IMMOBILIARE Sicilia
Un giornale utile alla nostra comunità



Trovo molto appropriato quando Postenews si presenta nella veste di uno strumento di comunicazione non riservato solo ai postali. Bisogna proporre testi fruibili anche all'esterno, in modo che il nostro lavoro possa essere apprezzato da tutti i lettori, anche quelli che conoscono meno o non conoscono affatto la realtà di Poste.

Gaia Petrucci / COMUNICAZIONE Sud
Uno spazio che esalta la professionalità



Apprezzabile quando Postenews pubblica articoli che mettono a confronto passato e presente, facendo idealmente dialogare nuovi assunti e pensionati. Non bisogna mai dimenticare di mettere in risalto gli sforzi e l'impegno di chi lavora in condizioni complicate. È bello leggere articoli su colleghi che sono stati in grado di portare a termine dei compiti delicati, grazie alla loro professionalità.

Maria Lea Pettolino / RI Sud
Il magazine delle "buone pratiche"



Il giornale è utile anche alle istituzioni. Ai lettori si offre sempre la possibilità di comprendere come Poste sia un'Azienda diversa rispetto al passato. È interessante quando il giornale pubblica quelle che potrebbero definirsi delle "buone pratiche", notizie che evidenzino qualche virtuoso esempio proveniente dalle diverse aree territoriali. Mi piacerebbe ci fosse un inserto locale.

Daniele Pierantoni / TUTELA AZIENDALE Centro Nord
La nostra fonte per affrontare le criticità



Ho notato che il giornale ospita tante notizie di carattere positivo. In aggiunta a questo, credo che possa essere utile pubblicare articoli che evidenzino le criticità in atto. Sto pensando ad esempio a tutti quei luoghi delle Marche colpiti, nel 2016, dal terremoto, magari raccontando notizie incoraggianti, come quelle che provengono dal paesino di Smerillo, dove a breve dovrebbe aprire un nuovo UP.

Paolo Pinzani / RI Centro Nord
Aprirsi ancora di più al mondo delle istituzioni



Mi piace quando il giornale si apre al mondo delle istituzioni. Un'idea per approfondire ulteriormente queste tematiche potrebbe essere quella di dedicare un'intera pagina del giornale proprio all'operato delle istituzioni sul territorio: un luogo, ad esempio, nel quale gli amministratori comunali possano raccontare le best practice di Poste Italiane.

Francesco Porcaro / IMMOBILIARE Nord Ovest
Un giornale che "certifica" il nostro lavoro



Il magazine Postenews certifica le notizie con le quali tutti i giorni abbiamo a che fare, è come un recap mensile di ciò che uno fa e con cui si confronta. È uno strumento di grande utilità. Non parla poi solo all'Azienda, ma a tutti: è un racconto fondamentale con novità importanti come il progetto Polis, ad esempio, che sarà centrale come impegno per il futuro di Poste Italiane e per l'inclusione sociale del Paese.

Antonio Rombolà / RUO Nord Est
Dare visibilità ai talenti prodotti dall'Azienda



Credo sia positivo il fatto che il giornale Postenews dia sempre risalto ai vari eventi che si verificano all'interno del Gruppo Poste Italiane e alle persone che ne sono di volta in volta protagoniste. È importante poi dare visibilità anche ai tanti talenti che lavorano nella nostra Azienda, sfruttando la rete della Redazione Diffusa e raccogliendo i racconti che arrivano dal territorio.

In una fase di grandi trasformazioni, il magazine supporta la costruzione di una cultura aziendale per le nuove generazioni

costruiamo insieme il nuovo Postenews
scrivi a redazionepostenews@posteitaliane.it



Alberto Russo / RI Sicilia

Una rivista dedicata all'ascolto dei dipendenti



Il magazine deve essere una realtà che risponde in modo attento alle domande di chi lavora in Poste Italiane. Interessante sarebbe ideare una rubrica di risposte ai quesiti posti dai lettori: un ottimo modo per comunicare, anche all'esterno, le modalità attraverso le quali l'Azienda risponde alle esigenze dei dipendenti, risolvendo le eventuali criticità in atto.

Antonio Santangelo / TUTELA AZIENDALE Nord Est

Un magazine sempre attento al territorio



Andando a sfogliare il giornale, si nota uno stile di comunicazione corretto e lineare. Mi piace quando il magazine tratta argomenti relativi alla strategia e ai progetti aziendali, offrendo al contempo anche utili informazioni dal territorio. Bello quando si pone attenzione non solo alla parte apicale, strategica, ma anche alla parte produttiva, quella realizzata dalle persone sul territorio.

Michela Scelza / PCL Nord Ovest

Raccontare la sicurezza in Azienda



Nel giornale mi piacerebbe che venisse dedicato maggiore spazio al tema della sicurezza in Azienda, descrivendo tutti gli effetti della Lean nelle nostre varie sedi. Apprezzo molto il collegamento sempre vivo con i pensionati e con le loro storie, sarebbe bello raccontare anche il loro tempo libero, i loro hobby e le loro passioni, mantenendo così vivo un legame che fa parte della storia della nostra Azienda e del Paese.

Marco Sensi / IMMOBILIARE Nord Est

Spazio alle iniziative con i colleghi protagonisti



La recente iniziativa sulle Regioni, portata avanti dal giornale, è stata davvero interessante. Spero che anche in futuro il magazine non solo continui a dare risalto alle opinioni e agli interventi provenienti dai vertici dell'Azienda e dai vari influencer, ma che possa continuare ad offrire uno spazio riservato alla descrizione delle iniziative che vedono protagonisti i colleghi, magari realizzando un focus su tutte le macroiniziative in atto.

Federico Sichel / RI Nord Ovest

Il racconto di Polis, per noi un punto di svolta



Sarà importante in questo periodo e nei prossimi numeri raccontare bene la realizzazione del progetto Polis, che sta entrando nel vivo ed è di interesse trasversale. Sarà utile spiegare, anche sul magazine Postenews, quali saranno i servizi che erogheremo e quali saranno le novità. Questo anche per quanto riguarda lo spazio da dare alle istituzioni e al loro rapporto con Poste Italiane.

Marco Siri / PCL Sud

Una sintesi della nostra trasformazione



Trovo che il giornale contribuisca positivamente a raccontare la trasformazione aziendale in atto. A tal proposito, è sempre interessante quando si descrive la trasformazione in PCL, soprattutto in ambito tecnologico, penso ad esempio agli sviluppi aziendali sull'e-commerce. È importante continuare inoltre a dare spazio a tematiche oggi molto attuali, come la conversione green della flotta-mezzi di PCL di Poste Italiane.

Valentina Smiraglio / PCL Nord Est

È uno strumento divulgativo e di fidelizzazione



Posso senza dubbio definirmi una fan accanita della rivista. Nel leggerla, provo sempre grande piacere e curiosità. Strumenti divulgativi come questo, sono in grado di creare fidelizzazione. Un'idea potrebbe essere arricchire la pubblicazione con alcune rubriche interessanti, magari scritte proprio dai dipendenti di Poste, per dar loro voce in modo diretto, seguendo dunque gli argomenti che loro reputano più interessanti da trattare mensilmente.

Anna Talamanco / DF Milano 2

Raccontiamo Poste alle nuove generazioni



Poste Italiane sta cambiando, con l'ingresso di molti giovani, che hanno un modo di comunicare molto diverso da quello a cui siamo abituati. Il magazine è a mio avviso uno strumento che può aiutarci a costruire una cultura aziendale per le nuove generazioni, magari creando contenuti per avvicinare i nuovi assunti e stimolare una comunità interna all'Azienda tra i millennials.

Silvia Tempesta / RI Centro

Una vetrina delle attività virtuose di Poste



Trovo che Postenews spazi in maniera molto interessante su argomenti variegati. Leggo sempre con interesse le interviste ai personaggi famosi. Utile sarebbe aggiungere interviste a interlocutori istituzionali locali, che raccontino al giornale le loro attività. Bello che Postenews rappresenti quindi una sorta di "vetrina" delle attività virtuose che si svolgono in Poste.

Gaetana Treppiedi / MP Sicilia

Dare spazio alle best practice



La domanda da farsi è questa: cosa può interessare alle nostre persone? L'obiettivo deve essere quello di rendere Postenews sempre interessante per tutti. Un veicolo in più di informazione, anche per spiegare cosa accade in un determinato settore di Poste, come ad esempio quello dell'offerta dell'energia o dell'RC Auto. Occorre dare ampio spazio alle best practice aziendali.

Simonetta Vercellotti / DF Milano 1 centrale

Leggo il magazine insieme alla mia squadra



Il giornale mi piace molto, lo leggiamo insieme alla mia squadra, sottolineiamo insieme dei concetti che poi applichiamo nel nostro lavoro quotidiano. Apprezzo molto quando il magazine è monotematico, come nel caso dei 160 anni. Il vertice è molto vicino al territorio e si è visto proprio in occasione delle celebrazioni, nell'incontro con i dipendenti che mi ha quasi commossa.

Laura Zema / TUTELA AZIENDALE Nord Ovest

Spazio ai giovani e alle loro aspettative



Secondo me dobbiamo parlare molto dei giovani, anche sul magazine, perché hanno bisogno di essere protagonisti. Si potrebbe pensare a uno spazio dedicato agli under 30 con le loro aspettative, il loro approccio al lavoro, le loro fotografie e le loro parole. L'Azienda sta vivendo una rivoluzione anagrafica e noi che siamo veterani dobbiamo coinvolgerli sfruttando tutti i canali a nostra disposizione.

Gianni Zunino / MP Centro Nord

Un mix di comunicazione per l'Azienda



È bello quando il giornale riesce a essere un mix di comunicazione "alta", che tratta temi generali, per poi passare alla descrizione di casi individuali dei colleghi, per essere sempre vicina a questi, raccontandone le storie e le esperienze lavorative. Ho molto apprezzato la rubrica "Poste dal Mondo": bisognerebbe riproporla, in modo da raccontare come sono le poste estere e quali servizi erogano.

Se hai opinioni, pareri, idee e proposte scrivi a
redazionepostenews@posteitaliane.it
Per costruire insieme il Postenews





il nostro lavoro

Ecco il racconto dell'evento "Poste Vita, la nuova meta: back to human"

Poste Vita è la più grande compagnia assicurativa in Italia

Una realtà giovane e dinamica che rappresenta il posto sicuro per i progetti di tutti gli italiani: ecco numeri e strategie che hanno permesso di raggiungere la leadership

L'evento "Poste Vita, la nuova meta: back to human" ha rappresentato l'occasione per fare il punto della situazione sulla dimensione raggiunta da Poste Italiane in alcuni settori nevralgici del suo sviluppo, come quello delle assicurazioni e dei prodotti studiati per la protezione della persona e dei beni. Il discorso introduttivo è stato affidato al Presidente di Poste Vita, Saverio Capolupo: «La difficile situazione che si sta vivendo in Europa, con l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, sta creando un momento di difficoltà anche sui mercati finanziari, con l'aumento dell'inflazione, dei tassi di interesse e delle materie prime – ha sottolineato il presidente – noi di Poste Vita, tuttavia, siamo oggi qui per trasmettere un senso di ottimismo, richiamando quella che è, da sempre, la missione della nostra azienda: il gruppo Poste Vita, oltre a perseguire l'obiettivo di una sempre crescente redditività, vuole anche produrre utilità sociale,

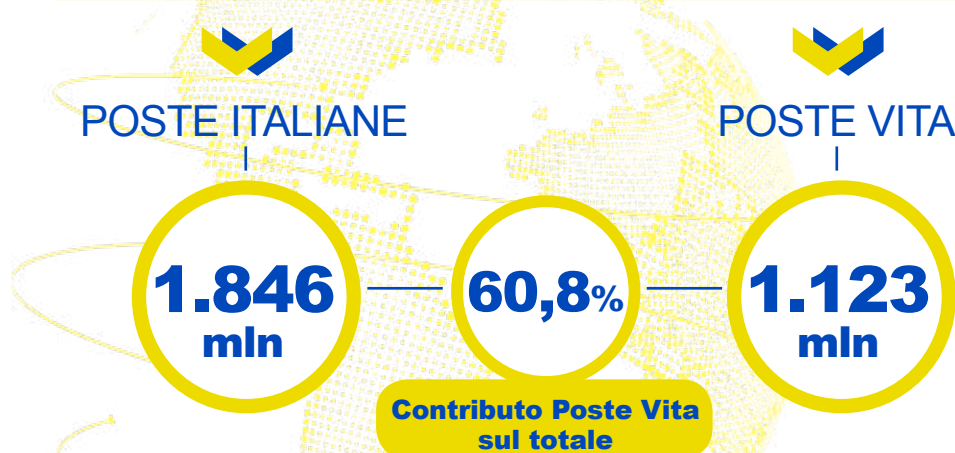
4,3 milioni di clienti e una raccolta lorda che raggiunge i 17,6 miliardi di euro

intesa come tutela patrimoniale dei singoli risparmiatori e di contributo alla crescita del bene collettivo. Sono a tutti note le numerose iniziative sociali avviate da Poste Vita, da Poste Assicura e da Poste Italiane. Oggi abbiamo la consapevolezza che le sfide si vincono solo se si pone al centro del progetto la squadra, intesa come senso di un lavoro comune».

I traguardi raggiunti

Nel corso della convention sono stati poi evidenziati i traguardi raggiunti da Poste Vita,

Contributo di Poste Vita al risultato di Poste Italiane



con la presentazione di numeri e statistiche che indicano chiaramente i successi ottenuti fin qui da questa dinamica realtà di Poste: oggi Poste Vita è la prima compagnia vita per riserve tecniche, così come per fondo pensione per numero di aderenti e per raccolta multi ramo, con 4,3 milioni di clienti e una raccolta lorda che raggiunge i 17,6 miliardi di euro.

23 anni di successi

Numeri eccellenti, che sono stati commentati dall'Amministratore Delegato di Poste Vita, Andrea Novelli: «Poste Vita compie 23 anni, mentre Posta Assicura taglia il traguardo dei 12 anni – ha esordito Novelli – due compagnie giovani e dinamiche. In particolare, sappiamo che Poste Vita è la più grande compagnia assicurativa italiana, un traguardo raggiunto perché siamo stati in grado di guadagnarci la fiducia di tantissimi clienti. Con i risparmi che i nostri clienti ci affidano, noi portiamo avanti e finanziamo progetti molto significativi per il Paese, come quello relativo agli investimenti in titoli di Stato. Ma vi è anche molto altro: soprattutto negli ultimi anni, i risparmi dei clienti vanno a finanziare quella che in gergo si chiama l'economia reale, cioè le aziende, le infrastrutture e alcuni progetti immobiliari importanti per il Paese.

Presente e futuro di Poste Assicura

Tra gli interventi, spazio ovviamente anche ad Andrea Pezzi, AD di Poste Assicura: «La nostra struttura – ha sottolineato il manager – è cambiata molto negli ultimi anni. Grazie a questo approccio oggi abbiamo quasi mezzo milione di famiglie che sono realmente protette». Nel contempo, c'è da aggiungere

che Poste Assicura ha anche varato la sua offerta completa sull'RC auto, con Poste che è anche diventata un interlocutore importante nel campo della sanità integrativa. Il tutto è stato reso possibile grazie a una grande modernizzazione degli strumenti e delle strutture, con una poderosa politica di digitalizzazione che ha trasformato Poste Assicura, rendendola di certo più moderna e affidabile. L'Amministratore Delegato di Poste Assicura ha poi definito gli obiettivi futuri: «Il nostro obiettivo – ha sottolineato – è quello di garantire un futuro sempre più sicuro alle famiglie italiane, attraverso un'ulteriore implementazione dell'omnicanalità e del post-vendita, anche attraverso un più massiccio ricorso all'utilizzo delle app». L'incontro è proseguito con la premiazione di alcune figure professionali di Poste Vita e Poste Assicura che si sono particolarmente distinte nel corso dell'anno per la loro attività di vendita e consulenza, messa a disposizione della clientela. Conclusioni finali affidate di nuovo all'Amministratore Delegato di Poste Vita, Andrea Novelli, che ha svelato gli obiettivi che il Gruppo si prefigge di raggiungere nel futuro più prossimo: «Il nostro obiettivo è quello di rimanere leader nel campo dei rami vita, con un modello di business ancora più sostenibile e di diventare leader anche nei rami danni. Ma un'altra meta che ci prefiggiamo di raggiungere – ha sottolineato Novelli – è quella di poter rappresentare il posto sicuro per i progetti di vita di tutti gli italiani. E per fare ciò, è necessario comprendere quanto sia importante, per tutti noi, lavorare in sinergia e di intesa comune, secondo lo slogan che recita "Poste Vita siamo noi", con spirito di squadra e senso di responsabilità».



La metafora della coralità della musica è stata il fil rouge dell'evento PostePay

“L'orchestra” di PostePay suona a tempo di record



L'AD Marco Siracusano:
«Sviluppare un ecosistema omnicanale per soddisfare tutti i bisogni dei clienti con soluzioni integrate, innovative e flessibili»



La metafora della musica come collante tra le varie anime di Poste Italiane: così come accade all'interno di un'orchestra affiatata, anche tutti coloro che lavorano in PostePay offrono il proprio contributo per il generale raggiungimento degli obiettivi aziendali. È questo il tema che ha fatto da suggestivo sfondo alla convention-evento di PostePay Spa “Noi di PostePay – Play Smart, Play Together”, sintetizzato in modo impeccabile da una decina di colleghi, che in pochi giorni hanno creato una brillante band musicale. Invitata come ospite d'onore dell'evento il Direttore d'Orchestra Beatrice Venezi che, nel corso dell'evento ha sottolineato la profonda affinità tra la sua attività e quella di Poste Italiane, intesa come coralità di intenti.

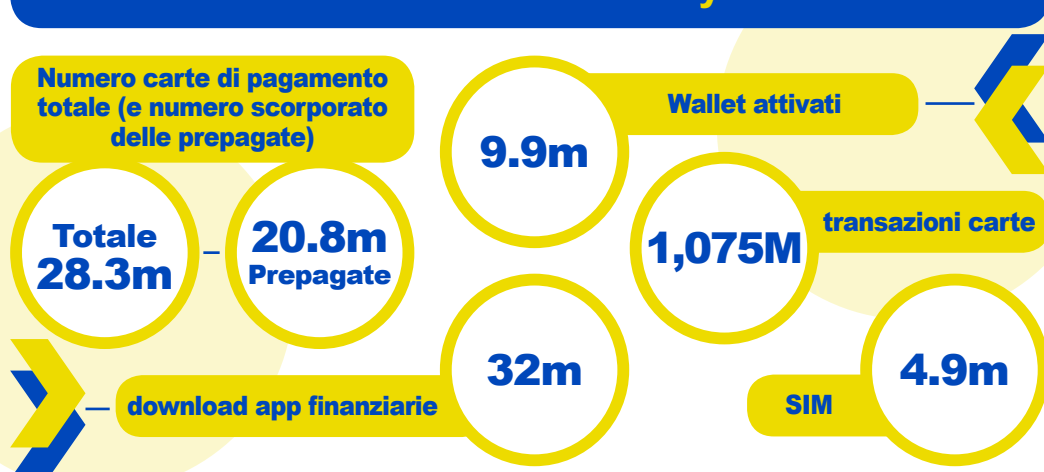


Uno sguardo al futuro

Particolarmente significativa l'apertura di Marco Siracusano, Amministratore Delegato di PostePay Spa: «A tre anni dal nostro ultimo incontro in presenza, siamo una società diversa, siamo in costante movimento tanto che abbiamo aggiunto nuove attività. Vogliamo continuare a essere in sintonia con quel che abbiamo pensato per guardare alle prossime sfide con ottimismo. La nostra strategia è molto chiara: pur continuando a essere il core-business della Società, i pagamenti non rappresentano più il fine ultimo essendo diventati di fatto il layer di integrazione dei servizi Telco ed Energia, attraverso cui continuare a evolvere la nostra offerta». «Noi di PostePay siamo 322 persone – ha continuato – che danno la spinta decisiva a questa società in costante crescita. La nostra leadership nel mondo dei pagamenti ci consente di rafforzare ed evolvere il nostro posizionamento, di mettere il cliente sempre più al centro del nostro ecosistema creando una vista integrata cross-industry. Oggi poi, siamo alla vigilia di un evento nuovo e importante: il lancio dell'offerta energia». Con l'ingresso nel mercato luce e gas, Poste si candida dunque a essere un punto di riferimento per soddisfare tutte le esigenze delle famiglie italiane, dai bisogni finanziari a quelli per la casa.



I numeri di PostePay



Postepay leader nei pagamenti

È seguito poi, l'intervento del Direttore Generale Laura Furlan che ha posto l'accento sull'attenzione che PostePay da sempre riserva alla clientela: «Sostenere i clienti, sia quelli digitali sia quelli meno evoluti a livello tecnologico, rappresenta da sempre una nostra priorità. PostePay ha fatto molto dal punto di vista dell'inclusione digitale, diventando presto leader nel campo dei pagamenti con 30 milioni di carte e 18 milioni di clienti. Continueremo a farlo anche nell'ultima sfida, quella dell'energia, in cui confermeremo i nostri concetti cardine di chiarezza, trasparenza e affidabilità».

Con l'offerta Energia si ribadiscono i concetti di chiarezza, trasparenza e fiducia

Innovazione in primo piano

Lavinia Mancini, Responsabile dei Pagamenti, ha sottolineato che da quando nel 2003 è stata lanciata la carta PostePay «la crescita per noi è stata continua ed è andata di pari passo con lo sviluppo dell'e-commerce. Noi innoviamo! Grazie anche a servizi di post vendita altamente specializzati, in breve tempo siamo passati da una carta fisica a un super wallet, uno strumento che consente ai clienti di operare in modo evoluto, veloce e sicuro».

Nel mondo dell'energia

In autunno Poste Italiane, tramite Postepay, si prepara a presentare l'offerta luce e gas per le famiglie italiane. Questo lancio ha rappresen-

tato uno degli argomenti centrali dell'evento: «Abbiamo costruito un progetto Energia fatto di integrazione e di grande coraggio – ha dichiarato Stefano Fumi, Responsabile comparto Energia in PostePay. Questo mercato oggi conta oltre 800 operatori, di cui 500 solo sul gas, e i primi dieci compongono l'87% del settore. Oggi, oltre al problema dei prezzi, esiste anche un tema di tenuta di alcuni operatori e di vendite aggressive, non sempre mirate agli interessi della clientela. Per storia e per valori, questo Poste non vuole né può farlo. In presenza di un mercato così dissonante, PostePay ha cercato di suonare all'unisono, tanto per usare la metafora della musica, tema conduttore di questo nostro incontro. Abbiamo costruito un prodotto chiaro e trasparente. In più, per primi in Italia, daremo al cliente la possibilità di scegliere quando la bolletta deve scadere e quanto pagare. La nostra ambizione è quella di avere 1.500.000 clienti entro il 2025».

Elementi chiave

In un mondo che si apre a scenari innovativi, come il metaverso, e che diventa sempre più veloce e connesso, Alessia Luisi, Responsabile Marketing, CVM e Telco, individua tre elementi chiave per il futuro di PostePay: innovazione, integrazione d'offerta e modelli predittivi. Nel suo intervento conferma il posizionamento distintivo di PostePay anche nel mondo Telco: «La nostra proposizione è innovativa e unica sul mercato e ci permette di offrire ai clienti la migliore connessione possibile (One Connection) in qualsiasi scenario di utilizzo»; ribadisce che grazie alla sinergia tra Pagamenti, Telco ed Energia la società ha la possibilità di «proporre offerte sinergiche e nativamente integrate sulla scia di quanto fatto con Postepay Connect» e di «sviluppare modelli commerciali predittivi facendo leva sulla conoscenza del cliente cross-industry».



I MIEI SOGNI? ORA LI INSEGUO IN CAMPER. GRAZIE A QUINTO BANCOPOSTA.

MAURIZIO, 67 ANNI
PENSIONATO

Vuoi destinare un quinto della tua pensione
o del tuo stipendio a un progetto tutto per te?
Ora puoi con Quinto BancoPosta,
il finanziamento dedicato ai pensionati
INPS e ai dipendenti pubblici.
Anche senza conto corrente.
Scegli Poste Italiane.
Tutto quello di cui hai bisogno.

QuintoBancoPosta



SPEDIZIONI E
LOGISTICA

CONTI E
PAGAMENTI

PREVIDENZA E
ASSICURAZIONI

MUTUI E
PRESTITI

INTERNET E
TELEFONIA

RISPARMIO E
INVESTIMENTI

SERVIZI
DIGITALI

Quinto BancoPosta è erogato da Financit S.p.A. o da UniCredit S.p.A. e collocato da Poste Italiane S.p.A. - Patrimonio BancoPosta previo benestare dell'Ente Datoriale o dell'Ente Pensionistico.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Quinto BancoPosta è un prodotto erogato da Financit S.p.A. o da UniCredit S.p.A. e collocato da Poste Italiane S.p.A. - Patrimonio BancoPosta, in virtù di accordi distributivi non esclusivi sottoscritti tra le parti e senza costi aggiuntivi per il cliente. Per le condizioni contrattuali ed economiche di Quinto BancoPosta si rimanda al documento informativo denominato "Informazioni Europee di Base sul Credito ai Consumatori" a disposizione della clientela presso gli Uffici Postali. Per informazioni sulle modalità di recesso consulta la documentazione contrattuale disponibile presso l'Ufficio Postale. La concessione di Quinto BancoPosta è subordinata alla valutazione e all'approvazione di Financit S.p.A. o di UniCredit S.p.A., al rilascio del benestare da parte dell'Ente Datoriale o Ente Pensionistico e, per legge, al rilascio della garanzia di una assicurazione sulla vita del Debitore (per i Pensionati) e della garanzia di una assicurazione sulla vita e perdita di impiego del Debitore (per i Dipendenti Pubblici). Le Polizze sono sottoscritte da Financit S.p.A. o da UniCredit S.p.A., ai sensi dell'art. 1919 del Codice Civile per la polizza vita, in qualità di beneficiarie e contraenti delle stesse, assumendone direttamente i costi.

Per conoscere i giorni e gli orari di apertura degli uffici postali, chiama il numero gratuito 800.00.33.22 o vai su postale.it.



scenari economici

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

Il punto di vista di BancoPosta Fondi SGR per affrontare il delicato momento finanziario

«Pianificare e diversificare così si investe durante la crisi»

I consigli per i risparmi in un momento pieno di criticità e con un'inflazione da record: «Aumenta anche il peso degli investimenti ESG nel portafoglio dei clienti: come operatori economici abbiamo un'importante responsabilità nel percorso verso la sostenibilità»

di ERNESTO TACCONE



Stefano Giuliani, AD di BancoPosta Fondi SGR, quali suggerimenti si sente di dare ai risparmiatori per investire, considerando le attuali criticità?

«Innanzitutto è bene premettere che ogni investimento o costruzione di portafoglio deve tener conto delle specifiche caratteristiche del cliente considerando obiettivi d'investimento, profilo di rischio e orizzonte temporale. La storia ci insegna che per cercare di ottenere un rendimento superiore all'inflazione prevista per i prossimi anni (che potrebbe risultare inferiore all'attuale 8% ma presumibilmente ben superiore a quella sperimentata negli anni passati) è importante investire in portafogli diversificati che investono in molteplici attività finanziarie - direttamente esposte all'economia reale - come ad esempio quella azionaria - che presentino potenzialità di crescita superiore rispetto a quella che possono offrire gli strumenti obbligazionari di emittenti ritenuti più "sicuri" o con rendimento predefinito / garantito. Per farlo in modo ottimale è necessario affidarsi a consulenti in grado di proporre un portafoglio diversificato e di supportare il risparmiatore durante il ciclo di vita dell'investimento nel rispetto dell'orizzonte temporale di medio - lungo termine concordato evitando così il rischio di cadere nelle trappole dell'emotività come ad esempio quello di rimborsare nei momenti meno adatti cristallizzando le perdite. La nostra gamma di fondi e di Polizze MultiRamo può aiutare in questa attività perché mettono a disposizione del risparmiatore portafogli molto diversificati e gestiti attivamente, secondo diversi gradi di rischio, coerenti con i diversi profili dei nostri clienti. Credo sia opportuno aggiungere che anche in un contesto economico difficile e incerto come quello attuale è opportuno comunque pianificare adeguatamente e investire i propri risparmi non rimandando la decisione, ma utilizzando anche i diversi servizi che mettiamo a disposizione: la storia ci insegna infatti che i mercati hanno sempre superato le crisi più difficili e consegnato rendimenti soddisfacenti a chi ha saputo programmare e aspettare. Un modo intelligente per investire in questo contesto di elevata volatilità è tramite il Piano di Accumulo, che permette di contenere il rischio complessivo ma di approfittare anche dei cali di mercato trasformandoli in opportunità di acquisto».

Quanto è importante per il risparmiatore puntare su investimenti responsabili?

«La sensibilità e l'interesse dei risparmiatori verso la sostenibilità è cresciuta moltissimo ed il peso nei portafogli dei clienti di prodotti che integrano criteri ESG è destinato a crescere nel prossimo futuro. A guidare questo trend ritengo non sia solo la consapevolezza



che investire secondo criteri di responsabilità ambientale e sociale possa apportare benefici alla solidità dei portafogli ma soprattutto la possibilità di contribuire allo sviluppo di un circolo virtuoso finalizzato a rendere migliore da ogni punto vista il mondo in cui viviamo e di essere pertanto parte attiva di un processo ampio che coinvolge la società a più livelli: cittadini, imprese, istituzioni, organismi internazionali, etc. Come operatori del mercato finanziario abbiamo una grande responsabilità che si traduce da una parte nel comunicare, informare e formare i nostri clienti sull'importanza della sostenibilità e degli investimenti che prendono in considerazione i fattori ESG (Environment, cioè ambiente, Social, cioè aspetti sociali, Governance, cioè legalità e buon governo societario); dall'altra nell'implementare processi di investimento in grado di selezionare e premiare le aziende che combinano prospettive di crescita e attenzione alla sostenibilità, nonché fare sistema con altri investitori istituzionali affinché anche le aziende che finora sono state meno attente si impegnino in un percorso di transizione e crescita sostenibile».

In che modo possono influire sui portafogli dei risparmiatori le attuali politiche monetarie UE e Usa?

«Nella difficile fase economica che stiamo attraversando le Banche Centrali sono impegnate a contenere l'inflazione attraverso l'aumento dei tassi di interesse e il graduale abbandono degli strumenti di espansione monetaria che sono serviti a fronteggiare le crisi che il mondo ha dovuto affrontare negli ultimi 15 anni: crisi finanziaria, la crisi del debito sovrano e la pandemia. La situazione è molto complessa e delicata, poiché la politica monetaria restrittiva, che tipicamente ha l'effetto di ridurre la domanda di beni e servizi e quindi rallentare la crescita economica, si inserisce in un contesto di fragilità dell'economia globale. La difficoltà per le banche centrali sarà quindi quella di gestire in modo equilibrato i diversi interventi per temperare gli obiettivi di crescita e di contenimento dell'inflazione tenendo conto

anche degli effetti di eventi esogeni ancora presenti come il conflitto russo - ucraino, la pandemia da Covid 19 e le potenziali crisi politiche in Asia tra USA e Cina. La situazione tra Stati Uniti ed Europa è differente per quanto riguarda la fase del ciclo economico e il livello e le componenti dell'inflazione: di conseguenza anche le manovre sui tassi da parte delle Banche Centrali sono differenti, più veloci e decise quelle della FED, più caute e limitate quelle della BCE. L'atteggiamento restrittivo delle Banche Centrali ha fatto sì che i rendimenti sui mercati obbligazionari salissero causando così una performance negativa delle asset class obbligatorie governative e corporate, non solo, anche i mercati azionari ne hanno risentito incorporando aspettative di rallentamento economico coerentemente con quanto detto sopra. In generale quindi i portafogli dei risparmiatori hanno sofferto da inizio anno, ma è qui che vorrei sottolineare come sia fondamentale adottare un approccio come quello che ho descritto precedentemente, affidarsi a un consulente, diversificare, utilizzando i servizi e le strategie che sono a disposizione, per investire in modo adeguato rispettando orizzonte temporale e profilo di rischio al fine di minimizzare il rischio di prendere decisioni irrazionali e finanziariamente poco efficaci».



Stefano Giuliani, AD BancoPosta Fondi SGR

Quanto è importante l'educazione finanziaria per i cittadini?

«È importantissima, tanto quanto la consulenza finanziaria professionale a cui gli stessi cittadini dovrebbero affidarsi per programmare e costruire il proprio futuro. Entrambi gli ingredienti contribuiscono a proteggere e far crescere quel capitale finanziario che ereditiamo e/o guadagniamo con la nostra professione. Più il cittadino è consapevole dei propri fabbisogni finanziari, del funzionamento dei mercati, dei diversi strumenti disponibili per proteggersi ed investire, più sarà motivato a ricercare ed accettare proposte di consulenza che gli permettano di coprire effettivamente i propri fabbisogni ed evitare alcuni degli errori / gap più comuni tra i risparmiatori italiani: l'assenza di coperture assicurative verso eventi che potrebbero avere un forte impatto sul proprio capitale; il mantenimento in liquidità di una quota eccessiva dei risparmi e la conseguente erosione del potere reale di acquisto a causa dell'inflazione; l'assenza di piani di accumulo a lungo termine per la previdenza integrativa, etc.. Come sapete Poste è impegnata in prima fila in quest'attività di educazione finanziaria con una struttura dedicata che organizza incontri sul territorio e promuove iniziative di comunicazione e sensibilizzazione; è un'attività nella quale ci sentiamo coinvolti per il valore sociale e universale che essa riveste, facendo parte della Mission di Poste».

A che punto siamo con il PNRR?

«Dietro la difficoltà dell'economia italiana di tenere il passo con i principali paesi europei rimane la questione della produttività che in Italia, negli ultimi venti anni, è stata significativamente più lenta che nel resto d'Europa. E, se il PIL per ora lavorata è cresciuto più lentamente rispetto agli altri paesi, la produttività totale dei fattori, ovvero il grado di efficienza complessivo dell'economia, è addirittura diminuito tra il 2001 e il 2019, a fronte di un generale aumento a livello europeo. Tra le cause del deludente andamento della produttività c'è l'incapacità di cogliere le molte opportunità legate alla rivoluzione digitale. Questo ritardo è dovuto sia alla mancanza di infrastrutture adeguate, sia alla struttura del tessuto produttivo italiano, caratterizzato da una prevalenza di piccole imprese, più lente nel riorientarsi verso produzioni a più alto valore aggiunto. Su questo scenario ha particolarmente pesato negli ultimi decenni anche l'andamento degli investimenti, cresciuti molto meno della media dell'eurozona. In particolare, mentre la quota di investimenti privati è aumentata, quella degli investimenti pubblici è diminuita. In quest'ottica le riforme strutturali, incluse anche nel PNRR, sono essenziali per migliorare la qualità della spesa da parte delle amministrazioni pubbliche e incoraggiare i capitali privati verso investimenti in innovazione e con obiettivi chiari di sostenibilità ambientale e sociale».



le nostre idee

Premiati i progetti della prima edizione, via al secondo ciclo di raccolta di idee e competenze

INSIEME 24SI, idee innovative nel segno della sostenibilità

Nell'incontro conclusivo della prima edizione è intervenuto anche l'AD Del Fante: «Grazie a questa iniziativa abbiamo dimostrato che la nostra azienda è viva e dinamica»

di MANUELA DEMARCO



Innovazione, partecipazione e condivisione: INSIEME 24SI è stato un "trionfo" di idee e contributi delle persone di Poste, ispirati agli otto pilastri della strategia di sostenibilità dell'azienda. Il piano industriale

2024 Sustain&Innovate di Poste definisce gli sfidanti obiettivi di crescita responsabile dell'azienda «per il successo sostenibile, l'innovazione, digitalizzazione e la coesione sociale del Paese». Per affrontare nel modo giusto questa sfida, nello scorso anno è stata lanciata la piattaforma "INSIEME 24SI": un luogo nel quale ciascun dipendente, all'interno di Poste, può proporre la propria idea innovativa o mettere a disposizione le proprie competenze per la realizzazione di idee altrui, ispirandosi appunto agli otto pilastri della strategia di sostenibilità aziendale, ossia integrità e trasparenza, finanza sostenibile, valore al territorio, diversità ed inclusione, transizione green, innovazione, customer experience e valorizzazione delle persone.

L'iniziativa

L'iniziativa "INSIEME 24SI" è dunque l'occasione per valorizzare persone, idee, competenze, ambiti territoriali differenti e creare le condizioni perché si possano attivare progetti concreti, proponendo soluzioni innovative in grado di generare un impatto positivo dentro e fuori l'azienda. Più nello specifico, il progetto consente a tutti i dipendenti di partecipare proponendo la propria idea su uno dei pillar della strategia di sostenibilità aziendale, oppure mettendo le proprie competenze a disposizione di un'idea altrui, in modo da diventare così parte attiva del cambiamento. La prima edizione di INSIEME 24SI ha visto la partecipazione di oltre 1.300 persone che si sono iscritte alla piattaforma, grazie anche al coinvolgimento di più di 400 ambassador sparsi su tutto il territorio e appartenenti alle diverse funzioni aziendali, i quali, con strumenti concreti, si sono dunque fatti promotori di un processo di partecipazione attivo e diffuso del cambiamento. Coordinare e contribuire all'indirizzo delle iniziative sui temi dell'innovazione e della sostenibilità, volte ad aumentare l'impatto sociale e la creazione di valore condiviso del Gruppo Poste Italiane è da sempre, non a caso, una delle strategie principali dell'azienda. Una realtà, quella di Poste, che ha sempre desiderato cogliere in anticipo le sfide, per apportare mutamenti anche negli ambiti operativi e di business del Gruppo.



Sigillo Elettronico

Vuole rivoluzionare il sigillo in plastica monouso, utilizzato per la chiusura dei dispacci di posta descritta e pacchi. Cambiando un piccolo oggetto, rendendolo riutilizzabile e riprogrammabile, si vuole mantenere le caratteristiche di integrità e sicurezza delle spedizioni. Aggiungendo i plus di integrazione con antenne RFID, tracciatura interna automatizzata e integrazione con palmari, il Sigillo Elettronico migliora la customer experience del cliente finale e del cliente interno, consentendo di ridurre i rifiuti di 200 tonnellate di plastica.



Green Fuel per Poste Air Cargo

È il progetto che vuole ridurre significativamente le emissioni di CO2 della Flotta Aerea di Poste Air Cargo, per permettere a Poste Italiane di raggiungere gli obiettivi di Carbon Neutrality entro il 2030 e di mettere sul mercato nuove spedizioni B2B/B2C con Green Premium e certificazione emissioni di CO2. Il tutto lo si farà miscelando il combustibile fossile con un carburante eco sostenibile che riduce le emissioni dell'80%, detto SAF (Sustainable Aviation Fuel).



I Tutorial di Poste Italiane

È la proposta che permette ai clienti e potenziali clienti con disabilità sensoriali, i clienti stranieri e i clienti non ancora digitalizzati, di accedere in autonomia ai servizi dei canali digitali di Poste. Ogni giorno gli UP e i canali di assistenza ricevono migliaia di richieste di informazioni o di operazioni che potrebbero essere gestite attraverso i canali digitali. Con i tutorial inclusivi che utilizzano anche la lingua dei segni, sarà possibile rendere più accessibili sia APP che Sito web a tutti.



I progetti vincitori

Lo scorso 16 giugno si è celebrata la giornata conclusiva della prima edizione di INSIEME 24SI, nel corso della quale sono stati scelti i tre progetti migliori, sui 680 inizialmente presentati. Tutte le idee raccolte, infatti, sono state attentamente valutate da una giuria di esperti attraverso vari step di selezione, le migliori 100 sono passate al Bootcamp, tre giorni intensi di lavoro nei quali i team hanno messo in pratica quanto appreso e preparato

un pitch con il supporto di tutor dedicati nelle più di 100 stanze virtuali. Una giuria finale ha poi selezionato la rosa dei 10 finalisti che, lavorando come vere e proprie start-up, hanno presentato il prototipo della loro soluzione durante l'evento finale. Ad aprire l'appuntamento è stato Luca Lanetta, Responsabile Sviluppo, Change Management e Digital HR (RUO) di Poste Italiane, che - insieme alle funzioni Comunicazione Interna, Sviluppo Sostenibile, Risk E Compliance Di Gruppo

(CA), Digital & Experience (DTO) e Merger & Acquisition (AFC) - ha svolto un ruolo fondamentale per la realizzazione e lo sviluppo di questa iniziativa: «Intendo evidenziare con emozione - ha detto Lanetta - l'impegno e l'incredibile passione con le quali le persone che lavorano in Poste hanno deciso di offrire il loro contributo riguardo ad argomenti così sentiti dalla nostra azienda. Grazie al decisivo contributo di tutte queste risorse, noi di Poste possiamo oggi guardare al futuro con ottimi-

NFT le opportunità per Poste Italiane

È il progetto che si prefigge di agevolare la transizione dell'Italia al web 3.0, attraverso l'abbattimento delle barriere d'ingresso al mercato degli NFT. Con il marketplace, Poste diventerà luogo di incontro tra domanda/offerta di opere d'arte, francobolli, oggetti ed esperienze in formato NFT e leader nel settore del ticketing. Si vuole dunque creare valore mediante lo sviluppo di asset digitali attraverso transazioni in euro (no cryptovalute).

Free Market Free Life

È il progetto che ha come obiettivo quello di superare il pregiudizio di fare impresa in un contesto carcerario, valorizzando l'importanza della Diversity Inclusion nella società. Free Market Free Life è una piattaforma di Marketplace multipurpose in cui la collettività potrà acquistare beni realizzati dai detenuti negli Istituti Penitenziari tramite le CoopS e nella quale i detenuti potranno acquistare generi di prima necessità. Attraverso la piattaforma, Poste assumerà il ruolo di facilitatore per l'attuazione della Riforma sull'Innovazione del Sistema Penitenziario e di promotore per la riabilitazione sociale del detenuto.



I progetti finalisti della prima edizione di INSIEME 24SI



Posteself

Si vuole dotare gli UP di un'area self con totem abilitati all'espletamento di operazioni finanziarie transazionali (ad esempio bollettini, pagamenti PA, bonifici, bollo auto, ricariche telefoniche, ricariche PostePay), per smaltire più velocemente le code, riducendo i tempi di attesa e alleggerendo il lavoro dello sportellista, che può così concentrarsi sulla relazione con i clienti. Attraverso l'Operatore di Accoglienza, che insegna ai clienti ad usare il totem offrendo loro un supporto operativo ed informativo, si può creare un canale privilegiato per la proposizione commerciale.

INSIEME 24SI

EVENTO CONCLUSIVO DELLA PRIMA EDIZIONE

16 GIUGNO



Un albero per il tuo futuro

Vuole affrontare due problematiche urgenti e in progressiva intensificazione: il Trend decrescente dei Trattamenti Pensionistici e la Deforestazione e Cambiamento Climatico. L'iniziativa mira a incrementare il risparmio previdenziale, offrendo gratuitamente ai clienti, sia prospect che actual sul prodotto, un'opzione di scelta del sito per la piantumazione, a cura di Poste, di alberi sul territorio nazionale, in collaborazione con 118 Comuni italiani piccoli e medi, tra cui anche Comuni rientranti nel progetto Polis.



Soluzione



Positive Impact

Vuole che le persone si attivino sui termini di sostenibilità ambientale attraverso il riciclo del PET alimentare in un processo certificato con un modello incentivante basato su meccanismi premianti. La soluzione prevede l'installazione di eco-compattatori presso spazi di proprietà di Poste Italiane e distribuiti in modo capillare sul territorio nazionale. Il cliente potrà procedere al conferimento della plastica identificandosi come cliente Poste Italiane, ed accumulare per ogni bottiglia, benefici economici utilizzabili come sconti per l'acquisto di beni e servizi.

Athelas la medicina sempre connessa

È l'iniziativa che desidera prendersi cura del benessere psico-fisico delle persone in modo costante e personalizzato, ottimizzando spostamenti e tempi per visite, prenotazione farmaci e referti clinici. Athelas è una soluzione integrata e omnicanale che unisce digitalmente servizi di telemedicina, consegna farmaci e gestione documentale tramite un unico punto di accesso, facendo leva su un network di eccellenza e programmi wellness personalizzati.

PostEthica

Intende restituire la giusta identità e dignità ai clienti di Poste appartenenti alle categorie protette. In più, si vuole offrire loro la possibilità di prenotare un ticket prioritario dedicato, fissare un appuntamento online con un operatore finanziario e/o un incontro presso il proprio domicilio. PostEthica aiuterà ad abbattere gli ordinari stereotipi, aumentando il benessere e la soddisfazione del target descritto, generando una rinnovata fidelizzazione dei clienti.



**SCOPRI COME
PARTECIPARE
SUI CANALI
DI COMUNICAZIONE
INTERNA**

simo, continuando ad impegnarci giorno dopo giorno nel costruire un'azienda sempre più sostenibile e innovativa». Sono stati poi presentati nel dettaglio i dieci progetti finalisti: "Sigillo Elettronico", "Un albero per il tuo futuro", "NFT - Le opportunità per Poste Italiane", "Posteself", "Free Market... Free Life", "PI+: Positive Impact", "Athelas: medicina sempre connessa", "Postethica", "I tutorial di Poste Italiane" e "Green Fuel per Poste Air Cargo". La giuria, composta dal management aziendale, ha votato le idee sulla base di specifici criteri di selezione, decretando "Sigillo Elettronico", "I tutorial di Poste Italiane" e "Green Fuel per Poste Air Cargo" come progetti vincitori di questa prima edizione di INSIEME 24SI, proclamati direttamente dall'Amministratore Delegato Matteo Del Fante.

Le parole di Del Fante

Ad elogiare le idee delle persone di Poste, ecco l'Amministratore Delegato di Poste

Italiane, Matteo Del Fante, che ha consegnato ai tre vincitori una preziosa targa, come ricordo dell'evento: «Grazie a questa iniziativa - ha sottolineato l'AD - abbiamo ancora una volta dato dimostrazione che la nostra azienda è viva e si fa portatrice di tante idee innovative. È significativo sottolineare che, a tutti i livelli aziendali, si vuole partecipare al futuro di Poste con passione e competenza. Quando queste ini-

ziative provengono poi dalle radici di un'azienda, vuol dire che questa azienda è sana». I vertici aziendali di Poste e tutti i presenti si sono infine dati appuntamento a settembre per la partenza della seconda edizione di INSIEME 24SI,

con la consapevolezza di quanto la partecipazione attiva dei dipendenti debba necessariamente avere un seguito, in modo da poter accompagnare il cammino di crescita e di sostenibilità intrapreso dall'azienda. Sui canali di comunicazione interna gli aggiornamenti su come partecipare all'iniziativa.



visti da fuori

Tiziana Panella è stata insignita del Premio Serao, patrocinato da Poste Italiane

«Quella lettera “segreta” che scrissi a Papa Francesco»

La rivelazione della conduttrice di «Tagadà»: «C'è stato un momento durante la pandemia che mi turbò e scrissi al Pontefice che, molto carinamente, mi rispose»

Tiziana Panella è una giornalista, autrice televisiva e conduttrice televisiva italiana. Da anni presenta la trasmissione «Tagadà, tutto quanto fa politica» su La7. Ogni giorno, dal lunedì al venerdì apre una finestra sul mondo della politica e sulla società che cambia. La cifra che la caratterizza è la chiarezza, la serietà e la competenza.

«Sono grata alla vita per avermi fatto essere ciò che sono, anche nel lavoro»

All'anagrafe ti chiami Emerenziana, un bel nome, mai usato?

«Bel nome, ti ringrazio. Un nome complicato da portare, specialmente per una bimba. Ma non si è mai posto il problema perché tecnicamente i miei genitori lo hanno scelto ma non lo hanno mai usato, preferendo Tiziana. Era il nome della nonna materna. Ho il sospetto che i miei genitori mi volessero indurre una confusione fin da piccola... In ogni caso, oggi, da adulta, ho imparato a gestirlo, trovo che abbia una sua sonorità, ma non mi ci sono mai riconosciuta».

A 18 anni hai iniziato a collaborare con i quotidiani «Il Giornale di Napoli» e «Il Mattino». La carriera televisiva è iniziata nel 1990 nelle emittenti locali di Caserta. Sapevi dove volevi arrivare?

«Lo sapevo fin da bimba. Alla domanda: cosa vuoi fare? la risposta era: la giornalista televisiva. Credo, banalmente, perché fin da piccola mi piaceva scrivere, quindi il giornalismo era coerente, mi sembrava lo sbocco naturale. Contemporaneamente avevo curiosità e, forse, una dose di esibizionismo, e così mi immaginavo in tv. Mi considero assolutamente fortunata perché faccio ciò che ho sempre sognato. Credo che, se è vero che noi siamo la nostra storia, è altrettanto vero che siamo ciò che sogniamo. Siamo il nostro ardore. Perfino quando non li realizzi i desideri ci caratterizzano».

Ti piace scrivere: qual è la lettera che hai scritto che più ti è piaciuta?

«La lettera che ho scritto a Papa Francesco. Non è una cosa che ho mai reso pubblica, ma la racconto volentieri a voi di Poste Italiane. C'è stato un momento, nella pandemia, in cui questa sospensione collettiva mi ha turbato profondamente. Perciò, pur non avendo io un rapporto particolarmente di confidenza con il mondo della chiesa, ho sentito il bisogno di confrontarmi. E così ho scritto questa lettera al Papa e lui, molto carinamente, mi ha risposto».

E la lettera ricevuta che più ti ha toccato il cuore?

«Una lettera d'amore dici? Non è una lettera d'amore ma un biglietto d'amore. Banale se vuoi. Ma io credo nei piccoli gesti, quindi apprezzato. L'ho trovato sul letto dell'uomo che mi aspettava e che ha scritto: ben arrivata, ti amo».

Il covid. All'inizio del 2021 lo hai avuto e hai scelto di condividere la tua esperienza con i telespettatori, come mai?

«Mi interessava dire che non è un'influenza. Che il virus balla con le nostre debolezze. E poi che sei solo e ti devi occupare di te stesso. Io ho una certa dimestichezza con le malattie con le quali convivo e, se non sembrasse assurdo, direi anche che con loro ho una sorta di affezione. Ciò nonostante, o forse per quello, con il covid ho subito molto la frustrazione della solitudine. Sapere che dall'altra parte c'erano le persone che ami, per me mia figlia, e non poterla toccare. In tanti anni, anche di esperienze faticose dal punto di vista fisico, questa impossibilità non l'avevo mai sperimentata. Questa condizione mi faceva pensare al fatto che noi viviamo una vita privilegiata. Io di sicuro: faccio il lavoro che amo, vivo in una casa con giardino, un grande privilegio. Ma ho pensato a quelli che vivono in una casa di 50 metri quadri con quattro persone e un bagno, con il terrore di attaccare la malattia agli altri. Ho voluto condividere quella dimensione di solitudine, quella specifica sensazione che non mi era mai capitato di provare in modo così forte. Mi sembrava importante dire che se hai delle fragilità con il covid diventano una sorta di amplificatore e percepisci, in solitudine, la battaglia che stai combattendo. Siamo veramente tutti fragili, e anche chi pensa di stare bene si deve preoccupare di chi tanto bene non sta».

A 18 anni hai vinto il premio letterario indetto dall'Espresso e questa estate ti hanno conferito il Premio Matilde Serao: sei una vincitrice di premi?

«No, no, no. Non sono una vincitrice di premi. Mi emozionano moltissimo quando mi viene dato un riconoscimento, anche quando i colleghi che lavorano con me mi fanno un complimento, provo sempre un sentimento di emozione, di stupore, pen-

so «vabbè si sono sbagliati pure stavolta».

Mia figlia mi prende in giro quando qualcuno mi chiede una foto, dice che faccio uno sguardo «assurdo». È vero, infatti penso: perché voglio una mia foto? Il Premio Matilde Serao è particolarmente apprezzato, perché è arrivato in un momento di rinascita della mia vita. Rinascita che auguro a tutto il Paese. Vivo un momento in cui il senso che più mi accompagna è di gratitudine. Sono grata alla vita per avermi fatto realizzare il mio sogno. Sono grata alla vita per aver avuto mia figlia. Sono grata per quello che oggi sono. E sono grata anche a chi ha pensato a me e mi ha voluto premiare». (I.L.)



Tiziana Panella,
54 anni,
giornalista, autrice
televisiva
e conduttrice tv

IL RICONOSCIMENTO

«Orgogliosa di ricevere il premio dedicato a Matilde Serao»

Tiziana Panella è la vincitrice per il 2022 del premio giornalistico «Matilde Serao», intitolato alla grande giornalista napoletana che iniziò a lavorare giovanissima come telegrafista alle Poste di Napoli. «Sono orgogliosa – ha commentato Panella – di ricevere questo premio, perché ricorda una grande giornalista e perché arriva dalla mia terra, che ho lasciato da tempo, ma alla quale sono ancora

profondamente legata». Alla cerimonia di premiazione lo scorso 22 luglio, nel salone delle feste di Palazzo Petrucci, oltre al direttore del Mattino Francesco De Core, sono intervenuti il presidente dell'associazione Serao Antonio Coribolo, la sindaca Giuseppina De Blasio, l'assessore alla Cultura Maria Sorvillo, e rappresentanti di Poste Italiane, partner della manifestazione.



L'intervista di Ricky Tognazzi al nostro magazine

«Grazie Poste, il francobollo per papà è un regalo»

L'attore e regista parla del suo rapporto con la corrispondenza:

«Scrivo molte lettere, spesso anche a mia moglie Simona Izzo»

«Nella comunicazione di oggi, diciamoci la verità, c'è grande confusione: tra telefoni, smartphone e cellulari vari, i messaggi rischiano sempre di confondersi tra loro. Tutto l'opposto rispetto a ciò che accade grazie a quella bella busta, tradizionale, delle Poste: tu metti dentro la lettera, apponi il francobollo e, quasi per incanto, il gioco è fatto»: parole di Ricky Tognazzi, che racconta le emozioni che lui stesso prova di fronte a una modalità di comunicazione così intima e tradizionale, alla quale si sente ancora fortemente legato. L'occasione consente anche di parlare della sua vita, della professione e del rapporto con le persone a lui più care, come la moglie Simona Izzo e l'indimenticato papà Ugo.

«Conservo le lettere di chi ancora scrive a me con un ricordo personale di Ugo»

Ricky, sei accanto a una donna che definire un "vulcano" è forse un eufemismo: c'è una cosa che non le hai mai detto e che, invece, vorresti dirle, magari scrivendoglielo su una lettera?

«Devo dire che, nel corso degli anni, ho scritto molte lettere a Simona. Qualcuna anche consegnandola a mano, senza il timbro postale, magari appoggiandogliela sul letto o sulla scrivania, a seconda del tono e del contenuto. Lettere d'amore, certo: ma anche lettere nelle quali volevo chiarire delle cose con lei, magari dopo una sana discussione, così come avviene all'interno di qualsiasi coppia. In fin dei conti, la scrittura ti aiuta ad approfondire, a comprendere meglio quello che ti sta accadendo. Le emozioni filtrate attraverso la parola scritta sono sempre un momento di approfondimento molto significativo. E, dunque, anche se io e mia moglie siamo sempre insieme, a volte, di notte, mi metto lì a scriverle delle lettere. Anche Simona scrive molto ma, per farlo, utilizza spesso il suo cellulare. Mentre io, come avrete capito, sono ancora fortemente legato alla carta, alla penna e alla buca delle lettere».

Quali sono i tuoi programmi per l'inverno?

«Dopo un'estate dedicata a papà, io credo che quest'inverno realizzeremo, insieme a Simona, una miniserie tv, sempre con il supporto delle persone con le quali abbiamo lavorato di recente. E sempre sulla stessa rete e sullo stesso canale. Non voglio tuttavia svelare di più, perché voi sapete quanto io sia scaramantico e quanto possa essere pericoloso svelare progetti non ancora realizzati».

Viene celebrato quest'anno il centenario di tuo papà Ugo Tognazzi, uno dei più grandi interpreti del cinema italiano. Per ricordarlo, su Rai2, in prima serata, è andato di recente in onda il documentario "La voglia matta di vivere", da te diretto, in cui hai disegnato un toccante ritratto di tuo padre, come attore e come uomo.

«Ho dedicato interamente quest'anno a portare in giro per tutta l'Italia il ricordo di Ugo. Spesso, in un recente passato, mi succedeva che qualcuno, incontrandomi, mi chiedesse di come stesse mio padre. E io lì a spiegare che, purtroppo, mio padre non c'era più. Notavo in queste persone la vergogna e il rammarico per aver commesso quella che, loro stessi, definivano una

imperdonabile gaffe. Ma, per me, non è mai stato così. Anzi, si trattava di una cosa bella, da apprezzare. Perché ciò stava a significare che gli artisti vivono per sempre attraverso le loro opere. Oggi, questa "gaffe emotiva", mi capita tuttavia meno spesso di sentirla. E, dunque, quest'anno per il centenario, con i miei fratelli (Gianmarco, Thomas e Maria Sole), abbiamo deciso di scrivere un libro, dal titolo "Ugo". Si tratta di quattro punti di vista, quattro ritratti diversi su mio padre».

E poi, come accennato, eccoci a "La voglia matta di vivere".

«Si tratta di un ricordo intimo e affettuoso, un po' spudorato, come era mio padre, che racconta non solo la sua carriera ma anche il dietro le quinte, con questa capacità che aveva lui di comunicare con tutti noi e con una famiglia allargata. Nel documentario è anche descritta la sua capacità di vivere intensamente e di affrontare questo lavoro di attore, così particolare, mettendo sempre se stesso in primo piano».

La presenza di Ugo è forte e ti ha offerto un binario sul quale orientarti per tutta la vita. Ma, come già abbiamo accennato, nella tua vita è molto forte anche la presenza di tua moglie, Simona Izzo. Quanto ti è stata vicina nella redazione del documentario?

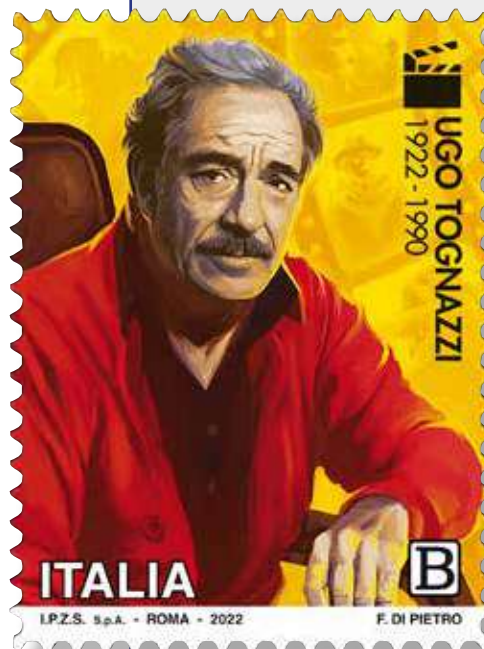
«Simona, nella vita, è il mio braccio destro e forse anche il sinistro. Lei, assieme a Valentina Pattavina, mi ha anche aiutato molto in questo documentario, firmando la sceneggiatura e contribuendo a strutturare in modo adeguato questo viaggio emotivo. Simona, non a caso, ha conosciuto bene mio padre, così come tutti i miei fratelli. Lei è stata una spinta, un impulso, un alter ego con cui dibattere e, a volte, anche litigare amabilmente sulle scelte da fare».

E nella tua vita, cosa rappresenta tua moglie Simona?

«Ultimamente nella vita facciamo tutto insieme: quando lei dirige i film, io mi metto sul trespolo e le chiedo come mai non faccia questo o quest'altro e lei mi risponde sempre di stare

FILATELIA

A cento anni dalla nascita Ugo Tognazzi resta un'icona della nostra commedia



Cento anni di Ugo Tognazzi, icona della commedia all'italiana, istrione, amaro e comico nello stesso momento. Un attore che ha segnato un'epoca d'oro del nostro cinema, in un'alternanza di registri unica, dal comico al malinconico, che gli ha permesso di scolpire alcuni personaggi nell'immaginario collettivo. A ricordare Tognazzi, il 23 marzo scorso, è stato anche il Ministero dello Sviluppo Economico

con un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze dello spettacolo", dedicato all'attore nel centenario della nascita, relativo al valore della tariffa B pari a 1,10€. Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente. Il bozzetto è a cura di Francesco Di Pietro, la vignetta raffigura un ritratto di Ugo Tognazzi in primo piano su uno sfondo in cui s'intravedono alcune pellicole cinematografiche; in alto a destra spicca l'icona stilizzata di un ciak. Completano il francobollo la legenda "UGO TOGNAZZI", le date "1922-1990", la scritta "ITALIA" e l'indicazione tariffaria "B".

zitto (*ride, ndr*). La stessa cosa capita quando sono io a dirigere. Insomma, ci controlliamo a vicenda. Sono 37 anni che viviamo insieme e dunque vi è un'intesa ormai collaudata».

Hai spesso raccontato che, in svariate occasioni, è capitato che qualcuno ti chiamasse per sbaglio Ugo, con il nome di tuo padre. Ti è mai arrivata una lettera che era indirizzata a nome suo?

«I fan di mio padre, e anche i miei, ormai comunicano tra loro tramite i social. Ma ne esistono ancora tantissimi che utilizzano le lettere postali per scrivermi. Quando mi viene recapitata una lettera scritta a mano, col mittente dietro e con un bel francobollo, mi emozionano sempre tanto. E colgo l'occasione per ringraziare Poste Italiane, che ha già realizzato ben due francobolli come omaggio a papà: uno, in occasione del trentennale dalla sua scomparsa e uno, bellissimo, per questo centenario».

Cosa ti scrivono, nelle lettere, i tuoi fan e quelli di tuo padre?

«Sono sempre lettere molto affettuose, nelle quali ci fanno i complimenti e ci ringraziano per quello che abbiamo fatto per il cinema. Il tutto arricchito da una storia o da un aneddoto che racconta il momento della loro vita nel quale hanno conosciuto mio padre. Queste lettere le conservo tutte e, spesso, rispondo. La posta, dopotutto, è sempre una cosa emozionante».

(Isabella Liberatori)



Inquadra il QR code per leggere sul sito tgposte.poste.it tutte le nostre interviste



Ricky Tognazzi, 67 anni



poste e il calcio

Il triangolare a Roma per la “Giornata mondiale delle capacità dei giovani”

La Nazionale di Poste torna a volare sulle note di “We are the Champions”

La squadra gialloblù si impone nel torneo contro le rappresentative di Luiss e Business School di Bologna
Del Fante: «Il nostro grande impegno è nella formazione delle nuove generazioni e nel premiare il talento»

di **FRANCESCA TURCO**



Una ripartenza attesa per oltre due anni, un nuovo calcio d'inizio condiviso con parenti, amici e colleghi presenti in gran numero allo Stadio Tre Fontane dell'Eur per abbracciare e festeggiare il ritorno in

campo ufficiale della Nazionale di calcio di Poste Italiane. È successo il 14 luglio scorso, in occasione dell'evento organizzato per celebrare la “Giornata mondiale delle capacità dei giovani”, istituita nel 2014 dalle Nazioni Unite allo scopo di evidenziare l'importanza dell'istruzione e della formazione delle nuove generazioni e favorire opportunità di sviluppo anche nelle situazioni più svantaggiate. Una data non casuale, ma profondamente coerente con i principi cardine del “Progetto Sport” creato dall'Azienda nel 2019, partendo dal calcio con il proposito di includere nel tempo anche altre discipline. «Poste Italiane è il più grande datore di lavoro del Paese – ha dichiarato l'AD Matteo Del Fante nell'aprire la giornata – Questa iniziativa ha l'obiettivo di rafforzare il grande senso di appartenenza dei 120.000 dipendenti a un'Azienda che da 160 anni accompagna lo sviluppo sociale ed economico dell'Italia. L'occasione della “Giornata delle capacità dei giovani” ci permette di ricordare l'impegno di Poste Italiane nella formazione delle nuove generazioni, nell'assestare i talenti, premiando il merito, mostrando opportunità di crescita, con un'attenzione particolare alla diversità, all'equità e all'inclusione».

Creare uno spirito di squadra

Un messaggio preciso e concreto condiviso anche dal presidente della FIGC Gabriele Gravina, ospite d'onore dell'evento: «Il binomio sport/cultura e mondo del lavoro è un binomio su cui lavoriamo moltissimo. Attraverso una progettualità intuitiva, Poste riesce a coltivare e sviluppare questo binomio e questo è motivo di orgoglio per l'Azienda, per noi che siamo partner storici con le nostre Nazionali e lo è per il Paese». È stato il Condirettore Generale Giuseppe Lasco a ribadire gli obiettivi del progetto Sport e sottolineare l'importanza dell'appuntamento: «Abbiamo voluto la Nazionale di Poste qualche anno fa, prima della pandemia, proprio con lo spirito di aggregare, fare gruppo, creare uno spirito di squadra. Oggi ripartiamo con un triangolare che coinvolge il mondo universitario che è l'architrave del nostro Paese». A sfidarsi in campo, infatti,

la Nazionale di Poste, l'Associazione Sportiva Luiss - squadra dell'Università LUISS Guido Carli - e una rappresentativa della Business School di Bologna, in una colorata e coinvolta cornice di pubblico accorso numeroso sugli spalti dell'impianto del Tre Fontane. «È molto bello vedere presenti tanti bambini e bambine così piccoli che possono respirare insieme a noi, grazie a Poste, la passione come motore per raggiungere i propri obiettivi», ha commentato il Direttore Generale della LUISS Giovanni Lo Storto, a cui ha fatto eco il Co-Presidente dell'Associazione Alumni Bologna Business School Dario Ciampoli: «Lo sport, in questo caso il calcio, lavora sullo sviluppo del carattere della persona e il connubio tra capacità e carattere fa parte della nostra vocazione. Per questo ringraziamo Poste Italiane per averci dato l'opportunità di essere qui oggi». Al termine degli interventi, l'AD Del Fante ha apposto l'annullo filatelico sulla speciale cartolina realizza-

ta per l'evento e il Presidente Gravina ha consegnato i gagliardetti ufficiali agli allenatori delle tre squadre.

Sul campo fa festa Poste

Tutto pronto per il fischio d'inizio e la parola è dunque passata al campo. La prima sfida ha visto la squadra gialloblù di Poste superare la Bologna Business School con il risul-





Foto di gruppo per la Nazionale di Poste Italiane, guidata da mister Angelo Di Livio (ultimo a destra) dopo la vittoria del triangolare al Tre Fontane di Roma a luglio. Sotto, il gruppo insieme all'AD Matteo Del Fante, al Condirettore Generale Giuseppe Lasco e al presidente della FIGC Gabriele Gravina

tato di 3-0 maturato grazie ai gol di Traversi e Simone e a una sfortunata autorete della rappresentativa emiliana. Nel secondo match è la Luiss a imporsi sui bolognesi: una gara mai in discussione terminata con un netto 7-0. Poste e Luiss si sfidano così per la vittoria di questo divertente triangolare. A spezzare l'equilibrio di una finale avvincente e combattuta è Nicola Cosentino, il più giovane dei nostri, a portare in vantaggio l'11 di mister Di Livio mettendo a segno l'unico gol della partita. È il gol che vale la Coppa. «È una grande emozione far parte di questo gruppo e di questa azienda - aveva confessato Cosentino al momento delle selezioni - Sono il più giovane della squadra e sono stato accolto alla grande, spero di poter imparare qualcosa dai giocatori più esperti». Prima di dare il via ai festeggiamenti e di vedere il capitano della Nazionale di Poste Gaetano Toscano sollevare il trofeo, c'è ancora spazio per due ri-

conoscimenti speciali: Mobili della LUISS è stato votato dai tre allenatori come miglior giocatore del torneo, mentre il portiere della Bologna Business School Sammarchi si è aggiudicato il premio Fair Play.

Contenti di ripartire

All'improvviso la tribuna dello stadio si colora del gialloblù di Poste e si accende la festa, scandita dalle note di "We are the Champions", immancabile colonna sonora dei Queen, che da sempre conferisce una certa solennità a questi momenti. «Lo sport è cultura e noi siamo contenti di ripartire dopo due anni di pandemia con la Nazionale che era rimasta in panchina. Contenti di avere un folto pubblico di interessati, dipendenti, amici, una bella atmosfera». Queste parole soddisfatte dell'AD Del Fante impreziosiscono una giornata trascorsa all'insegna dell'allegria e dello sport e danno un ulteriore slancio al progetto Sport in Azienda con la nostra Nazionale già al lavoro per regalare nuove emozioni e nuove sorprese.



L'AD di Poste Italiane Matteo Del Fante appone l'annullo filatelico sulla speciale cartolina realizzata per il triangolare della "Giornata mondiale delle capacità dei giovani".



IL NUOVO VOLTO DELLA NAZIONALE DI POSTE

Tredici regioni rappresentate in una sola grande squadra

L'improvviso stop, che ha interrotto il cammino della squadra di Poste nel 2019, ha ovviamente imposto un rinnovamento nella composizione della rosa, rendendo necessarie nuove selezioni, nuovi provini e nuove scelte per mister Di Livio. La nuova Nazionale di Poste è stata presentata ufficialmente in occasione del torneo organizzato contro Luiss e Bologna Business School. Un mix di volti già noti - per aver partecipato alla prima edizione - ed emozionati debuttanti appartenenti a diverse funzioni aziendali: dei

30 colleghi selezionati, 19 sono portalettere, 6 gli applicati negli uffici postali, 4 ricoprono ruoli di staff e uno dirige un centro di distribuzione postale. Con un'età media di poco superiore ai 30 anni, la rosa abbraccia 13 regioni italiane: Lazio, Veneto, Lombardia, Campania, Toscana, Piemonte, Sardegna, Liguria, Umbria, Calabria, Sicilia, Emilia-Romagna e Friuli Venezia Giulia. Nuova anche la divisa ufficiale: maglia gialla con rifiniture bianche, pantaloncini blu e calzettoni gialli. Maglia bianca con pantaloncini e calzettoni neri la muta scelta per i tre portieri.





poste e il calcio

Beppe Bergomi e la magica finale del Bernabeu: i suoi ricordi in esclusiva a Postenews

«Dopo 40 anni ricevo ancora lettere di stima per il Mundial»

L'ex difensore, ora punta di diamante dei commentatori sportivi: «Avevamo uno spirito di gruppo eccezionale, Bearzot mi diede fiducia». Sul suo rapporto con la corrispondenza: «È incredibile: a casa di mia madre arrivano ancora i complimenti via posta»

di **MARCELLO LARDO**



Nel 1982, i suoi erano i baffi forse più famosi d'Italia. Quelli di un ragazzo appena diciottenne che, all'inizio della carriera, aveva già ottenuto il massimo che un calciatore potesse raggiungere.

Davvero incredibile la carriera di Giuseppe Bergomi, per tutti semplicemente Beppe, lo "zio" d'Italia che, con la Nazionale azzurra di Enzo Bearzot, si laureò nell'82 Campione del Mondo in Spagna. Argentina, Brasile e dulcis in fundo Germania, nella fantastica atmosfera del Bernabeu, spazzate via una dietro l'altra, fino al trionfo finale. Beppe Bergomi, il più giovane di quel manipolo di eroi del calcio, a distanza di 40 anni dallo storico successo, ci racconta le sue emozioni indimenticabili e indelebili, un viaggio a ritroso nel tempo tra gli incancellabili ricordi di quel periodo.

Beppe, sono passati 40 anni. Una vita. Ma, fatto più unico che raro in un calcio che dimentica tutto troppo in fretta, voi protagonisti del Mundial '82 ancora oggi siete ricordati con un affetto senza eguali. Come te lo spieghi?

«Ci ho pensato molte volte. E mi è sempre stato difficile trovare una spiegazione. Certo che è qualcosa di davvero incredibile. Erano altri tempi: noi calciatori di una volta venivamo visti con un occhio diverso dai tifosi. E poi, nell'82, si tornava a vincere un Mondiale dopo quello del 1938. Era passata una vita. Il successo di quella Na-



Giuseppe Raffaele Bergomi, detto Beppe, è nato a Settala, il 22 dicembre 1963

Esordii contro il Brasile, per l'infortunio di Collovati. Poi titolare contro la Polonia e nella finalissima del Bernabeu contro i tedeschi. Però, mi sono sempre sentito tranquillo. Avevo compagni di grande spessore umano e tecnico: sapevo che potevo anche sbagliare e che loro mi avrebbero comunque aiutato. Un grazie lo devo dire, a distanza di 40 anni, anche a Enzo Bearzot: "Ragazzo, tocca a te" mi disse al momento di farmi entrare in campo contro il Brasile. Mi catapultai sul terreno di gioco con mille farfalle nello stomaco».

Già a inizio carriera riuscisti a ottenere il massimo. Una fortuna (e un merito) che non capita quasi a nessuno. Come sei riuscito a gestire l'emozione?

«Ero poco più di un bambino, ma mi sentivo pronto. Mi ero preparato bene, come ho sempre fatto nel corso della mia carriera. Il resto non l'ho fatto io, ma i miei compagni: a cominciare da Giampiero Marini, mio compagno di stanza in Nazionale: fu lui che mi assegnò il nomignolo di "zio" per via dei miei folli baffi; fu lui che, durante quel Mondiale, mi aiutò a stemperare la tensione».

Più difficile commentare una finale mondiale da telecronista o viverla da calciatore, magari marcando un certo Kalle Rummenigge?

«Sono due cose diverse (*ride, ndr*). E io ho avuto la fortuna di provare entrambe le sensazioni, commentando in tv la finale mondiale Italia-Germania del 2006. Diciamo che scendere in campo e conquistare una Coppa con la maglia della tua Nazionale, non ha eguali. Posso dire che, in entrambi i casi, ti devi preparare con scrupolo e professionalità».

Che rapporto avevi, allora, con la corrispondenza? Ricevevi molte lettere durante il Mondiale e dopo averlo vinto?

«Sì, ne ricevevo molte. Ma mai quante quelle che riceveva Cabrini! La cosa incredibile è che continuo a riceverle anche oggi. L'aspetto curioso è che le lettere giungono all'indirizzo di casa di mia mamma, una signora di oltre 90 anni con un caratterino niente male. Lei mi rimprovera sempre: dice che dovrei rispondere a tutti».

Hai altri ricordi legati alle Poste di quel periodo?

«Beh, come potrei dimenticare quel magnifico francobollo commemorativo dell'evento, emesso da Poste Italiane? Le mani di Dino Zoff nell'atto di alzare la Coppa del Mondo, con disegno realizzato da Renato Guttuso. Emozione e arte allo stato puro».

«Ho avuto la fortuna di vincere una finale in campo e di farlo poi da commentatore»

zionale venne preso da tutti come un momento di rinascita del Paese. Uscivamo da anni bui, anche a livello sociale: il successo contro grandi nazionali come Argentina, Brasile e Germania rappresentò idealmente una rivincita per tutti gli italiani».

La storia di quel Mondiale fu la storia di un crescendo continuo, un'escalation incredibile di prestazioni e risultati, sia per te che per la Nazionale.

«È vero, assolutamente. Fu una cavalcata trionfale. Avevamo uno spirito di gruppo eccezionale. Io avevo appena 18 anni.

Le mani di Zoff dipinte da Guttuso un francobollo che ha fatto epoca



Tra i francobolli più significativi dedicati al calcio, figura sicuramente quello dedicato al Mondiale dell'82, disegnato da Renato Guttuso. Il grande pittore siciliano, all'interno di quella preziosa carta-valore, ha inteso raffigurare delle braccia (apparentemente anonime) nell'atto di sollevare la Coppa del Mondo: braccia che, in realtà, appartenevano, lo si intuisce dal colore grigio della maglia, al portiere Dino Zoff, capitano di quella squadra e personaggio tra i più carismatici dell'impresa azzurra in Spagna.



ricordi di poste

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

Due delle numerose testimonianze che riceviamo ogni mese in redazione

Giuliano tra gli “angeli del fango” e Marco con il casco di papà

Il ricordo toccante di un ex dipendente che prese parte ai soccorsi a Firenze dopo l'alluvione del 1966: «Aiutammo la popolazione distribuendo acqua potabile». Marco, figlio di portalelettere, ricorda quando giocava tra i casellari e sognava la divisa postale

Ricevo puntualmente il giornale Poste News, che apprezzo molto nei suoi contenuti e nella completezza di informazione relativi alle varie attività svolte attualmente da Poste Italiane. Con grande attenzione ho seguito passo per passo la trasformazione aziendale intervenuta negli anni, avendo vissuto in prima persona parte degli incredibili mutamenti dei vari servizi dalla mia assunzione avvenuta il 3 agosto 1963 presso le Poste di Firenze Ferrovia. Trasferito dopo alcuni anni al Circolo Costruzioni di Firenze ho ricoperto la carica di segretario della struttura andando in pensione nel settembre 1995.

Dopo questa breve ma necessaria presentazione vorrei allacciarmi alla cronistoria pubblicata nel numero 43 di Postenews, laddove tra l'altro nella narrazione riferita all'anno 1966 si fa riferimento all'attività di Poste per alleviare i disagi dei colleghi interessati all'alluvione di Firenze. Il mio ricordo si riferisce



a quei difficili momenti quando tutti, in primis Stato, Amministrazioni locali e non da ultimi i meravigliosi angeli del fango, vollero far sentire il loro apporto, con un concreto contributo di partecipazione e vicinanza alla città di Firenze. Nel dettaglio, l'Amministrazione delle Poste di allora, allo scopo di sostenere la ripresa economica e sociale della città, intervenne concretamente a 360 gradi su quanto era possibile al momento realizzare. Tra l'altro istituì l'invio giornaliero, dalle regioni limitrofe, di automezzi con acqua potabile da distribuire dove era necessario.

Come tanti altri colleghi anche io, (come si vede nella foto d'epoca, in primo piano) volli dare il mio modesto contributo, che fa senz'altro parte degli indelebili momenti vissuti alle dipendenze della grande famiglia di Poste Italiane, alla quale mi legano ancora sentimenti di riconoscenza, appartenenza e nostalgia dei tempi passati.



Giuliano Ragonesi, nel 1966
a Firenze e oggi

Giuliano Ragonesi

Cara redazione di Poste News, quel bimbo sorridente col caschetto in testa che vedete nella foto qui sotto ormai ha 40 anni. Ricordo ancora quel mitico casco, era di mio padre. Quell'elmetto grigio/verde con una banda rossa tutt'attorno, l'aggancio a fibbie e il bellissimo fregio postale adesivo, grande lì al centro: era qualcosa di bellissimo per me, quando potevo lo rubavo a mio padre e ci giocavo.

E il cappello? Vogliamo parlarne? Con il fregio in metallo, pareva essere una tesa di gendarme. Che belle che erano le vecchie divise dei portalelettere di allora: la camicia azzurra con il doppio taschino stile cowboy. Da che ho memoria le Poste hanno accompagnato la mia vita. Mio padre ogni tanto mi portava sul suo Rizzato bianco a fare “un pezzo di zona”, e mi dava anche delle lettere da mettere nelle buche. Mi faceva sentire importante. Quando uscivo da scuola, andavo ad aspettare mio padre dai postini al recapito e, nel frattempo, giocavo lì tra i casellari



di legno. Conoscevo tutti, erano come dei parenti per me: il direttore, i fattorini, gli smistatori, gli sportellisti. Ricordo ancora il motivetto che facevano le vecchie stampanti ad aghi. I termini postali sono sempre stati presenti nella mia vita e il mio contributo fattivo lo diedi poi nel 2003, quando dopo una selezione fui assunto come portalelettere assegnato in una vasta zona collinare qui nel torinese. Mi piaceva fare il postino, ma questo durò solo fino al 2006 quando scade il contratto di apprendistato. Nel frattempo, mi ero sposato e, dopo le Poste, iniziai a fare diversi lavori non perdendo mai comunque le speranze di tornare. E quel giorno finalmente arrivò,

un po' di anni dopo, precisamente nel 2012 quando fui riassunto da Poste come sportellista e in seguito divenni direttore di un piccolo ufficio postale nel Canavese, dove sono applicato ancora adesso. Ora la mia famiglia è aumentata e Poste Italiane permette a me, a mia moglie e ai nostri quattro figli di vivere serenamente con la tranquillità e solidità che un'Azienda come la nostra è in grado di dare ai propri dipendenti. Giocavo tra i casellari e oggi sono direttore di un ufficio postale, ogni tanto anche i miei figli giocano a fare i postali. Chissà se un giorno...

Marco Panariello



A sinistra, il piccolo Marco
Qui sopra, la sua famiglia

Mandateci fotografie e testimonianze per condividere le vostre esperienze

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



Inquadra il QR code
per leggere su
tgposte.poste.it
i “Ricordi di Poste”
degli ex dipendenti



dentro l'azienda

Da Pordenone a Ragusa gli scatti del nostro viaggio collettivo per celebrare i 160 anni di Poste Italiane

Il Nostro Xcorso: immagini dalla Penisola

L'iniziativa, partita il 22 giugno, si propone di costruire in occasione dei 160 anni di Poste una rete virtuale che rifletta i nostri valori: la capacità di fare squadra, l'attenzione per l'ambiente, l'inclusione e la valorizzazione delle persone e del loro benessere. Ad oggi l'applicazione IlNostroXcorso sta riscuotendo molto successo e ci aspettiamo altri contributi per gli ultimi mesi dedicati all'iniziativa. Oltre 12mila colleghi partecipanti, rappresentanti di tutte le famiglie professionali e di tutto il territorio. Da Pordenone a Ragusa sono decine di migliaia i km percorsi, con attività che vanno dalla bici al parapendio, dal padel alla corsa. Abbiamo colorato tutta la Penisola di paesaggi, momenti, persone e stiamo conoscendo tanti colleghi condividendo impressioni, opinioni e passioni. In questa pagina trovi alcuni dei contributi che ci ha regalato l'applicazione IlNostroXcorso per un viaggio virtuale tra le meraviglie della Penisola insieme a Francesca che ci mostra un particolare nascosto di Caltanissetta, o con Lucia che ci fa scoprire la lavanda nelle Marche. E ancora, vedere il mare dopo una salita scoscesa è la testimonianza di Luigi dalle Cinque Terre o scoprire il castello che guarda l'Etna è il punto di vista di Nicola da Reggio Calabria. Foto, like e commenti accompagnano questo viaggio virtuale all'insegna del benessere, dell'inclusione e della sostenibilità ambientale.

Come partecipare

Il viaggio continua, contribuisci anche tu, caricando foto delle vacanze appena trascorse o un'attività che hai intrapreso per aumentare i km che tutti stiamo facendo. Abbiamo ancora giorni per il nostro benessere con la curiosità e la passione che caratterizzano NoidiPoste e per festeggiare in movimento i 160 anni della nostra Azienda. Collegati all'applicazione IlNostroXcorso tramite l'app NoidiPoste alla voce "IlNostroXcorso" entra con il profilo personale di Office 365 (inserendo le credenziali di rete, user@posteitaliane.it, password) e carica il "post" del tuo viaggio e cliccando con "segui" resti in contatto con i colleghi per scambiare informazioni, curiosità, e fare sempre più rete. C'è tempo fino al 28 novembre.

Gianluca Gigante
Trento



Loredana Fazio
Lago di Garda



Lucia Ciarrocchi
Marche



Andrea Riccardi
Lago Trasimeno (Umbria)



Antonio Ibba
Sardegna



Daniilo Giagnoli
Rieti



Domenico Del Sorbo
Valle della Genzana L'Aquila



Anita Massa
Napoli



Antonio Ruvo
Venezia



Francesca Chiaranda
Caltanissetta



Gerardo Mostacciolo
Amalfi (Campania)



Mariangela Meffe
Bagnoli del Trigno (Molise)



Meri Rigato
Polignano a Mare (Puglia)



Vanessa Deidda
Sardegna



Luigi Barile
Cinque Terre (Liguria)



Nicola Antonino
Cuzzocrea Calabria



Paola Plasenzotti
Friuli Venezia Giulia



Continuano le iniziative per celebrare il traguardo tagliato quest'anno dalla nostra Azienda

Un nuovo canale dedicato all'ascolto 160 battiti per Podcast Poste

Produzioni audio originali sui temi d'interesse aziendale più importanti, approfonditi attraverso la voce dei protagonisti: sulla intranet e sull'app NoidiPoste sono disponibili i nuovi contenuti

PODCAST POSTE.
IL SUONO
RACCONTA DI NOI.



di ALESSIA RAPONE



Un compleanno è un fatto pubblico e una faccenda intima, comprende ricordi e prevede respiro. Per festeggiare i nostri anni postali le abbiamo pensate e realizzate proprio tutte e fra le iniziative che celebrano i 160

anni di Poste Italiane ne abbiamo prevista anche una che fosse pubblica nell'accesso e intima nella fruizione, che contenesse la nostra storia e aprisse a quella futura. Abbiamo fatto un podcast. Abbiamo dunque raccolto le voci e i suoni di Poste, i discorsi del vertice e delle istituzioni, le riflessioni e l'esperienza di colleghi e clienti, tessendo una nuova trama lunga ben centosessanta anni ma, niente paura, proposta in densi minuti di ascolto "on demand", quando e dove si preferisce.

Tra passato e presente

Si chiama "160 battiti" ed è il podcast che apre il nuovo canale di comunicazione disponibile su intranet e da app NoidiPoste dedicato al suono, pensato per le orecchie, voluto per consentire una diversa forma di conoscenza della realtà a noi più vicina e per scoprire quella più lontana. La storia e il presente di Poste Italiane ma non solo: Podcast Poste, infatti, contiene e prevede produzioni audio originali sui temi d'interesse aziendale più importanti, che saranno approfonditi attraverso la voce dei protagonisti, grazie a interviste al management, con cartoline sonore dal territorio, riflettendo insieme in talk su linguaggio e cultura inclusiva, risorse umane, iniziative specifiche come il racconto della Nazionale di calcio di Poste nel relativo podcast "Calcio d'inizio", che è il secondo già disponibile online. Si comincia con "160 battiti", fruibile nello spazio intranet Podcast Poste e seguendo gli hashtag #160 e #PodcastPoste, aggregatori dei contenuti legati ai 160 di Poste Italiane e alle produzioni audio Poste, e raggiungibile da app consultando la nuova sezione Podcast Poste e tutte le sue notizie. Sostenibilità, innovazione, senso di appartenenza e capacità di trasformazione sono le parole che

160 Battiti
Il suono racconta
la nostra storia

ne hanno ispirato la scrittura e le stesse che rappresentano le sfide per l'immediato futuro: siamo una comunità di intenti e di persone e a una comunità di clienti e stakeholder in continuo cambiamento ci rivolgiamo.

Valori certi

Il primo podcast di Poste Italiane per i 160 anni della sua storia, allora, dà ritmo e segna i passi di servizi nuovi e valori certi, in cui riscoprirsi parte di una grande storia che ricomincia ogni giorno. Noi la raccontiamo anche con le "parole in cuffia", consapevoli che nell'ultimo anno la fruizione di prodotti in formato audio è cresciuta tantissimo in Europa, complice l'accelerazione dei consumi digitali iniziata con la pandemia e la massificazione della fruizione on demand, registrando in Italia, per il solo mercato del podcast nel 2022, un incremento del 7% rispetto all'anno precedente, per un totale di 15,4 milioni di persone in ascolto (ricerca di NielsenIQ per Audible Italia).

Il racconto di tutti noi

La produzione sonora di Poste Italiane trova dunque il suo punto di svolta in occasione del compleanno di Poste Italiane ma "non finisce qui", per citare il presentatore prima radio e poi televisivo Corrado Mantoni, che anche nel podcast sui 160 battiti di Poste Italiane trova spazio anzi voce nello spot del 1967 realizzato per la nascita del CAP, il Codice di Avviamento Postale. A NoidiPoste l'invito ad ascoltare una storia che è fatta dalle tante vicende accadute in 160 anni di vita e di attività e a raccontare insieme quelle che ci vedranno ancora protagonisti nel prossimo futuro. Podcast Poste. Il suono racconta di noi.

WELFARE 2022

Genitori che nascono, genitori che crescono ecco i percorsi Lifeed

Il programma si arricchisce di contenuti destinati a tutti i dipendenti con figli minori di 18 anni

Da quest'anno c'è un'ulteriore novità che interessa le persone di Poste con figli: possono infatti aderire al programma Lifeed non solo neogenitori con bambini da zero ai tre anni ma tutti i genitori di ragazzi e ragazze fino ai 18 anni di età. "Genitori che nascono" e "genitori che crescono", li chiamiamo così, per un percorso digitale originale e per un modo nuovo di guardare al binomio genitorialità e lavoro, punto di inizio e di arrivo del percorso Lifeed in azienda. Il programma Lifeed si è arricchito nel tempo di nuovi contenuti e nuove adesioni ma resta valido l'assunto di partenza: diventare ed essere genitori è una grande opportunità di crescita personale di cui può beneficiare l'ambiente circostante, la comunità azienda, le persone con cui si viene in contatto. Nell'ambito del Piano di Welfare 2022, che prevede un rafforzamento delle iniziative a sostegno della natalità e della genitorialità attiva, continua quindi le attività Lifeed, ormai nuovo nome del percorso digitale attivo dal 2015. «Poste Italiane ha lanciato il percorso Maam U, per rendere il congedo di maternità un momento di crescita personale importante e un'esperienza da condividere. Partecipa anche tu, l'adesione è volontaria e le informazioni anonime».

Vi ricordate questa notizia? Era una delle prime al lancio del programma aziendale "Maam, Maternity as a Master", basato su un percorso di cambiamento per riconoscere e usare le nuove capacità che si acquisiscono diventando genitore, come l'ascolto attento, la ricerca di soluzioni nuove ai problemi, la cura dell'altro, la gestione del tempo. Nato per favorire lo sviluppo e il passaggio delle soft skill legate all'esperienza generativa sul lavoro per le donne in gravidanza, dal 2018 il progetto si è rivolto anche ai papà. In particolare, il percorso prevede accessi illimitati alla piattaforma del programma e l'uso degli strumenti di gamification MultiMe® e MultiMe®Finder, progettati per favorire la costruzione di una biografia personale che aiuti a focalizzare i diversi ruoli che ciascuno riveste nella vita e a costruire una mappa delle proprie dimensioni identitarie, da valorizzare in termini di autoefficacia anche nelle relazioni di lavoro. Il percorso offre inoltre la possibilità di partecipare a una community di più di 40.000 persone e mette a disposizione materiali divulgativi tra cui la brochure Lifeed, che contiene le istruzioni per iscriversi alla piattaforma. Lifeed trasforma l'esperienza genitoriale in un master in competenze trasversali, essenziali in ogni ambito di vita e di lavoro.



Per aderire
vai sulla
piattaforma
Lifeed



passione filatelia

Un secolo fa la nascita della fisica scomparsa nel 2013

Margherita Hack, un francobollo tributo alla Signora delle Stelle

Grande scienziata e divulgatrice, è stata anche la prima donna italiana a dirigere un osservatorio astronomico: il Mise e Poste le dedicano un'emissione da collezione

di **GIANLUCA PELLEGRINO**



Se Giacomo Leopardi, quando si chiedeva "che fai tu luna in ciel?", avesse avuto a fianco una come Margherita Hack, lei gli avrebbe bussato sulla spalla e glielo avrebbe spiegato, perché era il suo mestiere:

dare risposte ai curiosi come Leopardi sui misteri del cielo. È quello che ha fatto per una vita un'astrofisica di calibro internazionale come lei, battezzando quelle lucine della volta celeste, lontanissime, del resto ha contribuito a studiarne moltissime attraverso quella che si chiama classificazione spettrale. Fiorentina, classe 1922, è la prima scienziata di sesso femminile a dirigere un osservatorio astronomico in Italia, e se si apre il sito web ufficiale della Presidenza della Repubblica, si trova una medaglia d'oro ai benemeriti della scienza e cultura, a suo favore, con data di conferimento 1998. Dal 12 giugno scorso, vicino alle medaglie e ai riconoscimenti accademici, la "signora delle stelle" vanta anche un suo francobollo commemorativo emesso dal ministero dello Sviluppo economico nel centenario della nascita in trecentomila esemplari. Il bozzetto è a cura di Rita Fantini e la vignetta raffigura un ritratto di Margherita Hack, in primo piano sullo sfondo di un cielo stellato.

Astro nascente

Eppure, la giovane Hack sembrava orientata verso altre galassie. Non sappiamo se la scelta sportiva iniziale della pallacanestro prima

e del salto in alto poi, possano essere presi come preavviso della vocazione a guardare insù, ma piace pensarlo. La scelta della facoltà universitaria fu dettata da un suggerimento dei suoi genitori: infatti, si iscrisse prima a Lettere, avendo Margherita mostrato doti spiccate nella scrittura di temi e delle cronache delle partite di calcio della sua amata Fiorentina. Non ci vuole molto tempo perché si accorga che non è la facoltà per lei: «Iscrivendomi a Lettere avrei potuto intraprendere una carriera da giornalista. Però, dopo aver assistito a una sola lezione capii che Lettere

Con la sua capacità di rendere appetibile il discorso astronomico conquistò anche la tv

non faceva per me perché mi sembravano tutte chiacchiere». Anche il passaggio alla facoltà di Fisica è casuale: in un'intervista, la Hack raccontò che scelse quella facoltà «soprattutto perché la mia compagna di banco, con cui andavo più d'accordo, aveva deciso di fare Fisica». Sono i successi nello studio a farle capire che ha fatto la scelta giusta. Il primo incontro con l'astronomia e l'astrofisica sono le lezioni del prof. Giorgio Abetti, esperto del Sole. Scrivendo la tesi Margherita comincia a occuparsi della spettroscopia delle stelle, insieme alla radioastronomia: così, senza nem-

meno rendersene conto, da quel momento, le si aprono le porte della professione futura. Diventa dottoressa nel 1945, con una tesi di astrofisica relativa a una ricerca sulle cefeidi, una classe di stelle variabili.

Una lunga carriera

Primi impieghi, poi la scelta di una carriera accademica, unico modo, probabilmente, per restare attaccata tutto il giorno a un telescopio. Alla vita di ricerca, comincia ad accompagnare una attività di divulgazione, cosa che le permette di uscire dagli atenei per raccontare le sue scoperte ai più. E quindi, muove passi fuori confine, andando in tour universitario tra California, Francia, Olanda, Città del Messico. Gira le università di mezzo mondo finché, nel 1964, ottiene la cattedra di astronomia a Trieste, diventando di fatto la prima donna a dirigere l'Osservatorio astronomico e trasformandolo in un'istituzione di riferimento a livello internazionale. Le sue pubblicazioni alternano testi puramente scientifici a lavori divulgativi: una doppia spendibilità che la sua attività manterrà sempre. Non a caso, la capacità di rendere appetibile il discorso astronomico - fino a prima di lei di pertinenza dei poeti o degli astrologi - la porta con naturalezza verso il piccolo schermo. La televisione ne trasforma l'immagine, rendendola popolare grazie anche alla sua simpatia tipicamente toscana. Fino al giugno 2013, quando la Hack passa dal lato delle stelle a cui, per una vita, si era tanto dedicata.

Margherita Hack

Margherita Hack è stata un'astrofisica, accademica, divulgatrice scientifica e attivista italiana. Nata il 12 giugno 1922 a Firenze, è morta il 29 giugno 2013 a Trieste



Inquadra il QR code per leggere su tgposte.poste.it tutte le news sulla filatelia

**TUTTE LE NOTIZIE
IN TEMPO REALE
SUL TUO SMARTPHONE**

SCARICA L'APP TGPOSTE





incontri e confronti

L'attore parla del rapporto con la corrispondenza nell'intervista al nostro magazine

Feroci, vere o piene di elogi Haber e il mistero delle lettere

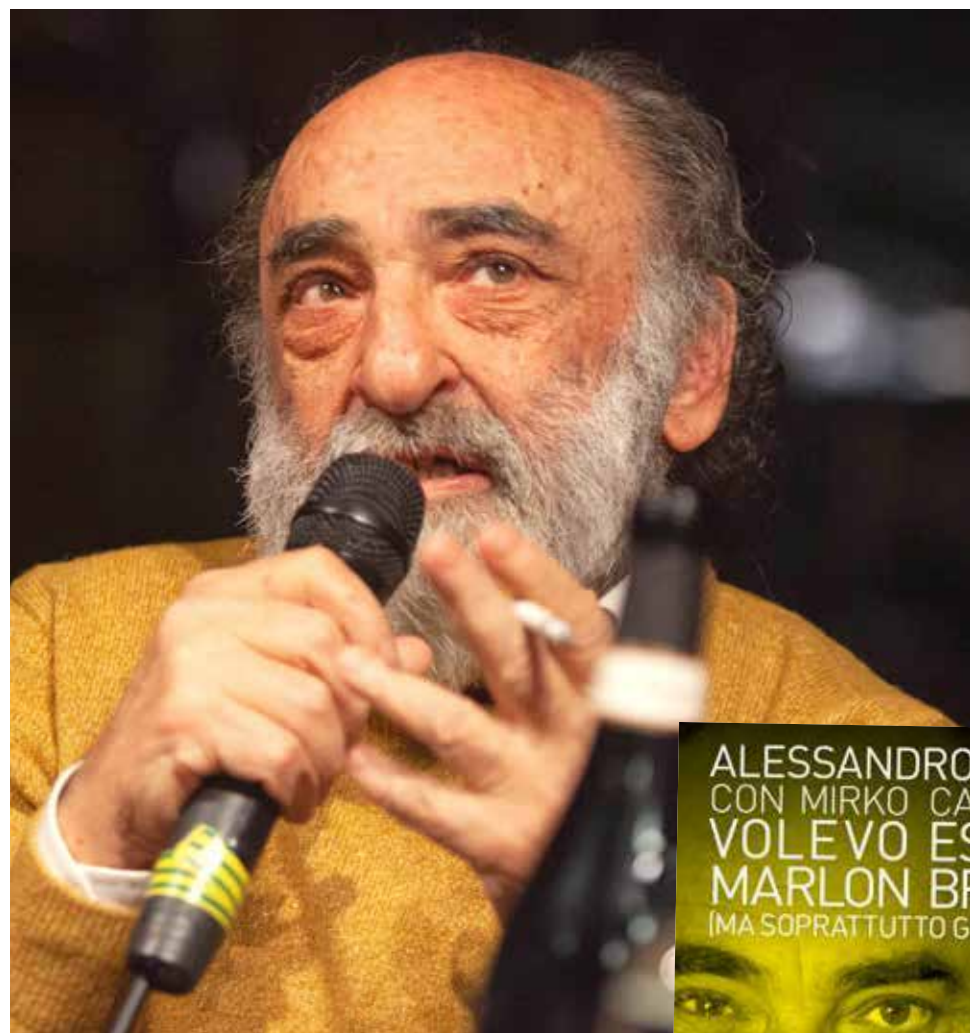
Le parole rabbiose di una donna tradita, il linguaggio crudo e forte del "suo" Bukowski e le pagine di complimenti del maestro Strehler dopo le esibizioni al Piccolo: una confessione vera e mai banale da uno dei più noti interpreti del cinema d'autore

di ANGELO FERRACUTI



Il libro autobiografico scritto da Alessandro Haber con Mirko Capozzoli, "Volevo essere Marlon Brando (ma soprattutto Gigi Bagginì)" (Baldini+Castoldi, 2021) è una narrazione avvincente

piena di storie della Storia del cinema, che rivela non sono la grandezza artistica di un attore straordinario, ma soprattutto la sua grande e rara umanità. Quando lo chiamo comincia male, mi dice sbrigativo che di lettere ne ha scritte pochissime nella sua vita, «mi hanno scritto delle donne» sostiene vago, «io usavo il telefono, faccio fatica a tenere la penna in mano». Fa parte della persona, diretta, corporale, sanguigna, uno che non le ha mai mandate a dire neanche a Gassman o a Strehler, che ha vissuto a microfono aperto. Secondo lui la lettera «ha una grande forza evocativa, ci sono libri scritti solo di lettere, scritte ad amanti, poeti, filosofi, lì la parola resta, non evacua». Adesso qualcosa ricorda, alcune le ha spedite, «una lettera straziante inviata a Mariangela, una lettera lunga», la ragazza che lo aveva lasciato durante il militare, «rivelavo tutto il mio dolore, più sei disperato e più ti scopri» riflette. Gli ricordo quella ricevuta da Cristina mentre nel 1975 era a girare lo sceneggiato "L'Eneide" a Novaglia, nell'isola di Pag in Croazia, con la regia di Franco Rossi. «Sì, una lettera che mi fece molto male» ammette, «ero giovanissimo, improvvisamente mi innamorai di una ragazza, mi innamorai sul serio, ero talmente all'avventura che trascurai quel sentimento», confessa, «la tradivo, non mi presentavo agli appuntamenti, c'era una balera dove andavamo a ballare dopo le riprese e una sera arrivò un ragazzino, mi disse che lei mi aspettava sul lungomare, la raggiunsi e appena mi vide mi diede una sberla, poi mi consegnò



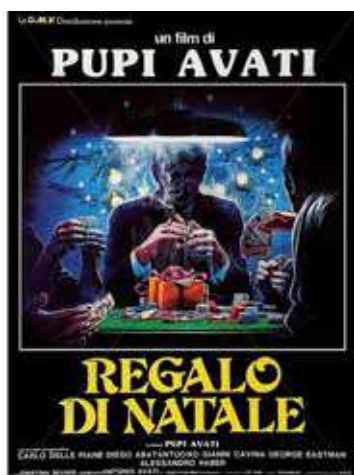
la lettera e sparì». Si ritrovarono la notte, fecero l'amore, «gli dissi che ero pentito, ero perso di lei, ma non mi credette e tornò a Zagabria. Per anni ho ripensato a quella storia» racconta. «Era molto dolorosa, erano le parole di una ragazza ferita e umiliata, una lettera così feroce non l'avevo mai ricevuta». Altre lettere quelle di un reading di testi dell'emigrazione italiana scelti dallo scrittore Andrea Di Consoli, inviate da gente costretta a scrivere ma

Alessandro Haber: a fianco, il suo libro "Volevo essere Marlon Brando"

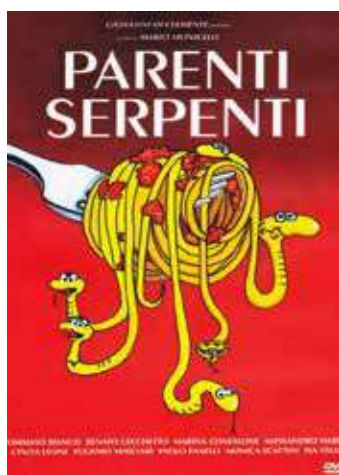


che non sapeva scrivere, lettere struggenti alle madri, alle mogli, «curiose, belle», le ricorda Haber, «erano dei parti, lettere di gente come quella che adesso viene dall'Africa per cercare la libertà, una dignità nel lavoro, una rinascita» dice coinvolto. Ma forse la più bella è quella che lo scrittore Charles Bukowski scrive ai suoi editori John Louise Webb, i quali gli pubblicarono le prime poesie sulla rivista di letteratura "The Outsider". «È un genio, lo sento vicino» dice l'attore bolognese, «era uno contro la falsità, il perbenismo, vicino agli ultimi e ai diseredati». Lo ama talmente che lo spettacolo creato con le sue parole lo ha intitolato "Haberowsky", «un linguaggio forte e delicato, crudo, diretto, un ritmo musicale nella scrittura». Poi sento che si sposta, va a cercare la celebre lettera, «aspetta» mi dice, sento che sta sfogliando le pagine di un copione, passa qualche secondo, poi dice ancora «eccola!». Comincia a leggerla, a intonarla, «ho una paura tremen-

da di essere ipocondriaco (...) e continuo a bere e a guardare dalla finestra, la gente, l'erba, (...) questo è il mio libro e il mio amore (...) il titolo è buttarsi da ogni finestra». Continua, è un privilegio ascoltarlo in questa lettura privata, tutta per me, la voce di uno dei più grandi attori del cinema italiano, amato da Bellocchio, Pupi Avati, Marco Risi, dai Taviani, «è una lettera di dieci pagine, delirante, scritta da ubriaco», aggiunge. Ma la più bella, quella più importante, «me la scrisse Strehler mentre recitavo al Piccolo, non con la sua regia, era piena di complimenti» svela. Non ricorda le parole esatte, ma fu una emozione fortissima. ●



Regalo di Natale (1986)
Pellicola storica di Pupi Avati: insieme a Haber uno stellare Carlo Delle Piane premiato a Venezia e Gianni Cavina. La vita e l'amicizia (tradita) intorno a un tavolo da poker



Parenti Serpenti (1992)
Capolavoro caustico di Mario Monicelli con un cast di fuoriclasse, da Paolo Panelli a Marina Confalone. Indimenticabile il personaggio di Haber



Il Signor Diavolo (2019)
Diretto sempre da Pupi Avati. È tratto dall'omonimo romanzo scritto sempre dal regista bolognese. Haber veste i panni di padre Amedeo

DA 160 ANNI TANTE STRADE, UN UNICO CAMMINO.

Per celebrare i 160 anni di Poste fai più km possibili e racconta la nostra Azienda partecipativa, sostenibile e inclusiva. Vai sulla intranet o sull'app NoidiPoste e collegati a **ILNostroXcorso**. Partecipa e condividi le tue foto con i colleghi. **#ILNostroXcorso**



Inquadra il QR Code
con il tuo telefono e partecipa.

