

Il "codice" sull'IA

Poste prima azienda d'Italia a dotarsi di un **Manifesto Etico**

Assistente Virtuale

Così i nostri colleghi allenano l'IA a capire le esigenze dei **clienti**

Illustrazione di Manolo Fucecchi



L'IA nelle nostre mani

Dai nuovi strumenti per i dipendenti alla personalizzazione dei servizi per i clienti: l'utilizzo etico dell'**intelligenza artificiale** in Poste Italiane

L'ITALIA DI POSTE: I NOSTRI INCONTRI SUL TERRITORIO

Gorizia, la filiale più piccola non è più ultima in classifica



Varese, grandi numeri negli UP di confine



Ecco **Taranto** la forza dei 410mila clienti



Segui il viaggio di Postenews sul territorio

La capitalizzazione ha raggiunto alla Borsa di Milano quasi 25 miliardi di euro

L'impatto del Gruppo Poste sull'Italia vale 14 miliardi e mezzo punto di Pil

Ogni euro speso da Poste Italiane per l'acquisto di beni e servizi genera un valore economico per il sistema Paese di 3 euro in termini di valore della produzione e si tratta di numeri cresciuti anno dopo anno. Dal 2018 al 2022 è salito di un miliardo

Acquisizione dopo acquisizione Poste Italiane è arrivata a muovere da sola più di mezzo punto percentuale del prodotto interno lordo italiano, ovvero oltre 14 miliardi in un anno. Pari allo 0,6% del Pil. L'analisi è apparsa sul quotidiano Milano Finanza dello scorso 3 giugno ed evidenzia ancora di più il ruolo cruciale dell'Azienda all'interno del tessuto socioeconomico del Paese.

Gli impatti di Poste sull'economia italiana

Un numero che emerge dal bilancio 2024 e calcola sia gli impatti diretti, generati dall'attività operativa (quasi 9,2 miliardi) sia quelli indiretti, creati lungo la catena di fornitura per la spesa per beni e servizi (3,82 miliardi di euro nel 2024) che Poste Italiane effettua nei confronti di fornitori italiani. A questi si aggiungono gli impatti generati dalla spesa per consumi che si realizza grazie al reddito guadagnato dai lavoratori occupati direttamente e indirettamente dal gruppo, che è il princi-



pale datore di lavoro del Paese con circa 199 mila posti di lavoro, arrivando così a 14 miliardi cui si aggiunge tra l'altro il contributo alle entrate della Pubblica Amministrazione con circa 2,6 miliardi in termini di gettito fiscale. Senza considerare invece la capitalizzazione che il Gruppo guidato dall'Amministratore Delegato Matteo Del Fante ha raggiunto

in Borsa, pari quasi a 25 miliardi. Il calcolo – dice MF – è che ogni euro speso da Poste Italiane per l'acquisto di beni e servizi genera un valore economico per il sistema Paese di 3 euro in termini di valore della produzione e si tratta di valori cresciuti anno dopo anno: nel 2018 l'impatto era stato di 11,9 miliardi, nel 2022 12,9 miliardi.

RECORD STORICO

Il titolo di Poste ha superato il muro dei 19 euro

Lo scorso 26 maggio Poste Italiane ha chiuso a 19,045 euro, nuovo record storico dall'IPO dell'ottobre 2015. Il titolo ha superato per la prima volta la quota di 19 euro e ha raggiunto anche il nuovo record di capitalizzazione toccando i 24,9 miliardi di euro. Il 2024 sarà ricordato come l'anno dei record per Poste Italiane, con risultati che hanno lanciato il titolo per la prima volta oltre i 18 euro in questa prima metà del 2025, a dieci anni dalla quotazione in Borsa. Negli ultimi 12 mesi, in particolare, gli azionisti hanno visto un aumento del valore pari al 61% tra incrementi di prezzo e dividendi, un dato di molto superiore rispetto al 23% della media delle blue chips italiane e all'11% di quelle europee. Da qui alla fine dell'anno, i numeri del nuovo piano strategico presentato dall'Amministratore Delegato Matteo Del Fante hanno già tracciato la rotta con la previsione di un margine operativo rettificato pari a 3,1 miliardi e una guidance innalzata a 2,1 miliardi: una generazione di cassa consistente che consente di premiare gli azionisti con un dividendo totale per l'intero esercizio pari a 1,4 miliardi corrispondente a una super-cedola da 1,08 per azione. Sempre a fine maggio, la Corte dei conti nella relazione approvata con Delibera n. 39/2025 dalla Sezione controllo enti, ha esaminato la gestione 2023 di Poste Italiane. Poste italiane ha chiuso il bilancio d'esercizio 2023 con un utile netto di 1.390 milioni di euro, in crescita del 64,1% sugli 847 del 2022.

ISTITUZIONI

Rinnovato il protocollo d'intesa tra l'Arma dei Carabinieri e Poste Italiane, sottoscritto dal Comandante Generale, Gen. C.A. Salvatore Luongo, e dal Direttore Generale, Dott. Giuseppe Lasco (nella foto). L'accordo ha l'obiettivo di rafforzare e proseguire la proficua collaborazione, avviata nel 2001, al fine di assicurare un servizio sempre più efficace e solidale a favore della collettività, in linea con i comuni obiettivi di prossimità al cittadino e di elevata affidabilità dei servizi offerti. È stato inoltre inaugurato l'ufficio postale nella sede del Comando Generale dell'Arma dei Carabinieri a Roma. «Una dimostrazione concreta del rapporto che ci lega a Poste e di quanto possiamo fare insieme» ha commentato il Generale Luongo mentre il DG Lasco ha ricordato che «la nostra storia è intrecciata da anni con quella dell'Arma, con numerose iniziative comuni».



Guarda il servizio sull'apertura dell'UP nel Comando Gen. dei Carabinieri

Postenews

il giornale del Gruppo Poste Italiane



CONSULTA L'ARCHIVIO DIGITALE DI POSTENEWS



COME NASCE POSTENEWS

Postenews è il mensile del Gruppo Poste Italiane: notizie, reportage, interviste e focus su tutti i temi che coinvolgono le persone e il business di Poste Italiane. La redazione di Postenews cura i contenuti del quotidiano online www.tgposte.poste.it

DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO

DIRETTORE COMUNICAZIONE
PAOLO IAMMATTEO

DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPOREALE

REDAZIONE
RICCARDO PAOLO BABBI
MARIANGELA BRUNO
MANUELA DEMARCO

CARLA FALCONI
ANGELO LOMBARDI
BARBARA PERVERSI
ERNESTO TACCONE
FRANCESCA TURCO
ALESSANDRA VENZO

GRAFICA ED EDITING
AGENZIA
GIORNALISTICA
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI
ARCHIVIO STORICO

DI POSTE ITALIANE
9COLONNE
ANSA
iSTOCK

HANNO COLLABORATO
FILIPPO CAVALLARO
MARCELLO LARDO
ISABELLA LIBERATORI
PAOLO PAGLIARO
PIERANGELO SAPEGNO



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 30 GIUGNO 2025

Posteitaliane

PREMIUM LOGISTICS PARTNER



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

La vision dell'Amministratore Delegato sulle future applicazioni delle nuove tecnologie

«L'intelligenza artificiale per potenziare i servizi e favorire l'inclusione digitale»

Le iniziative avviate nella logistica e nella consulenza rappresentano un sostegno alla nostra attività quotidiana: secondo Del Fante Poste Italiane «è ideale per testare e creare collegamenti tra l'IA e gli ambiti in cui l'Azienda è presente con le sue offerte»

Aumentare la produttività, migliorare l'attività dell'azienda, contribuire all'inclusione digitale: disegnata bene e utilizzata adeguatamente, l'intelligenza artificiale rappresenta «uno strumento di espressione, un aiuto alla conoscenza umana e alle nostre capacità individuali» e ha il potenziale per «supportare la nostra creatività e il nostro benessere sia nel mondo reale che in quello virtuale». Nei mesi scorsi l'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, ha usato queste parole per descrivere la sua visione sull'intelligenza artificiale. Lo ha fatto in diverse cornici istituzionali: il convegno «L'Intelligenza Artificiale per l'Italia», promosso dal Dipartimento per la Trasformazione Digitale della Presidenza del Consiglio dei Ministri e da AgID - Agenzia per l'Italia Digitale, e la Lectio Magistralis della Spes Academy «Carlo Azeglio Ciampi».

Migliorare l'esistente

L'utilizzo dell'IA serve a migliorare ciò che ciascuna azienda fa ogni giorno evitando che questa rivoluzione spiazzi in maniera letale alcune attività intellettuali di soggetti umani. A questo proposito, Del Fante cita il volume «The Quickest Revolution» di Jacopo Pantaleoni, che identifica nell'IA il motore della terza rivoluzione industriale: «Dobbiamo fare in modo che la tecnologia emergente diventi uno strumento di evoluzione e di affrancamento ma mantenendo il controllo della nostra vita». L'intelligenza artificiale, dunque, sarà per Del Fante una sorta di «copilota», con un ruolo fondamentale per il Paese e che trova in Poste «un laboratorio naturale per testare e creare una connessione tra l'IA e i servizi in cui l'azienda è presente».

La metafora degli atleti

Del Fante utilizza una metafora molto chiara per illustrare la funzionalità dell'intelligenza artificiale: «È come se

«L'IA sarà di supporto al nostro benessere sia nel mondo reale sia in quello virtuale»



L'Amministratore Delegato di Poste Italiane Matteo Del Fante

Un «nuovo» servizio universale: «Credo che tra i diritti dei cittadini ci debba essere quello di non rimanere vittime del digital divide»

ciascuna azienda, o ciascun operatore, fosse attivo in un determinato sport e i «robot» creati dall'intelligenza artificiale fossero degli atleti che, in questa fase, noi stiamo allenando e formando continuamente per scendere in campo e dare un contributo alla loro squadra/azienda». Questo per dire che ci troviamo ancora in una fase iniziale dell'utilizzo dell'intelligenza artificiale: «Passeremo da un modello descrittivo a un modello predittivo, fino ad arrivare a un futuro utilizzo prescrittivo». Se oggi l'intelligenza artificiale si usa prevalentemente per avere informazioni, presto si diffonderanno modelli per fare previsioni sul futuro.

Le prime applicazioni dell'IA in Poste

In questa direzione vanno già alcune applicazioni avviate da Poste Italiane, primo utilizzatore di cloud computing del Paese: innanzitutto, la App unica che, ricorrendo a dati e algoritmi, si riconfigura disegnandosi su misura sulle esigenze di ogni singolo utilizzatore. «La nostra app diventerà così 35 milioni di app tecnicamente diverse», sottolinea Del Fante. Un altro utilizzo concreto, questa volta interno, riguarda lo strumento di Copilot, un importante strumento

«Grazie all'IA la nostra App è disegnata su misura sulle esigenze di ogni cliente»

di assistenza per i consulenti: «Quando hanno davanti il cliente ricevono input sulla base dei dati analizzati, che mettono insieme i comportamenti finanziari dell'individuo». Allo stesso tempo il Copilot è in grado di individuare eventuali comportamenti anomali, trasmettendo un alert. Una terza applicazione riguarda gli sviluppi contenuti nel piano industriale «The Platform Company»: «Nella logistica il tema dell'intelligenza artificiale è sempre più presente a livello predittivo». Lo dimostra l'apertura del Centro di smistamento di Napoli destinato al microfulfillment, dove si trovano 1.500 categorie merceologiche da consegnare il giorno stesso sulla base, appunto, delle previsioni sugli acquisti online.

Inclusione digitale

Ma c'è un altro aspetto fondamentale che ha spinto Poste Italiane a investire nel digitale e nelle sue evoluzioni: «È come se vedessimo l'introduzione della tecnologia come un bene pubblico del quale i cittadini hanno diritto e bisogno. È una missione specifica che sentiamo di avere e che abbiamo già rispettato fornendo gratuitamente l'identità digitale a milioni di cittadini», afferma l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante, passando

al tema dell'utilizzo etico dell'intelligenza artificiale: «La sfida – sottolinea – è non lasciare nessuno indietro, permettendo anche ai cittadini meno digitali di poter beneficiare di questi nuovi strumenti. Noi, prima con Spid poi con il progetto Polis, abbiamo fatto dell'inclusione digitale il nostro nuovo servizio universale. Se il servizio universale era ed è, dal punto di vista legale, il diritto di ogni cittadino di ricevere e di poter inviare la posta e i pacchi fino a un certo peso con determinati livelli di servizio, oggi lo è anche l'inclusione digitale. Credo che tra i diritti dei cittadini ci debba essere quello di non rimanete vittime del digital divide».

EDITORIALE

Il capitale umano

Non c'è intelligenza artificiale che possa sostituirsi alle persone di Poste. L'IA può essere un alleato, un elemento strategico che potenzia le performance, migliora la qualità delle prestazioni e riduce tempi di attesa. Un valore aggiunto per dipendenti e clienti. Un moltiplicatore. Ma il valore principale per tutti i servizi erogati da Poste Italiane sono – e resteranno sempre – le persone. Postenews, che l'Italia di Poste la gira in lungo e in largo quasi ogni giorno, lo sa molto bene. Ciò spiega perché abbiamo deciso di dedicare questo numero all'IA di Poste, al nostro manifesto etico per la sua applicazione (siamo i primi in Italia a dotarci di questo strumento) e a tutti i servizi implementati e da implementare con l'intelligenza artificiale. Anche attraverso l'uso della tecnologia, il valore umano insostituibile emerge con chiarezza e con grandezza. Un esempio? Lo racconta Pierangelo Sapegno a pagina 19. Siamo noi che facciamo e faremo sempre la differenza.

Le persone di Poste, giorno dopo giorno, acquisiscono una professionalità insostituibile, rivestendo un ruolo decisivo in ogni angolo del Paese. In contesti unici. Ricchi di differenze e peculiarità: solo chi le vive riesce ad esprimerle al meglio. Perché prossimità non è solo un confine geografico. Per questo i nostri vertici non smettono mai di ricordare che la prima vera grande ricchezza di questa azienda è il capitale umano.

(Giuseppe Caporale)

Legalità, eticità, robustezza: l'analisi del contenuto del nuovo "codice"

IL MANIFESTO ETICO

La persona sempre al centro nell'IA di Poste Italiane

Il documento è stato scritto per gestire i rischi e cogliere le opportunità derivanti dall'adozione dell'Intelligenza Artificiale, secondo i principi dell'AI Act, ovvero il regolamento europeo: ecco i punti fondamentali



di **Paolo Pagliaro**

Intervistata dal professor Dario Da Re, dell'Università di Padova, l'intelligenza artificiale si presenta così: "Il mio ruolo, e quello di altri sistemi simili al mio, dovrebbe essere quello di assistere e potenziare le capacità umane, non di sostituirle". Staremo a vedere. Intanto diciamo che Da Re è direttore dell'ufficio Digital Learning dell'ateneo padovano, è tra gli innovatori della pubblica amministrazione premiati al Quirinale e recentemente ha indotto un'intelligenza artificiale avanzata - chiamata Claude e sviluppata da Anthropic - a scrivere un libro su sé stessa e sulle sue consorelle. Lui - che si definisce Prompt designer - si è limitato a fornire le domande-guida e a dirigere il flusso della conversazione, mentre lei ha generato il contenuto dettagliato di ogni sezione, attingendo dalla sua vasta base di conoscenze per produrre analisi approfondite su una gamma di argomenti complessi. Il tutto è avvenuto in tempo reale, con la macchina che forniva risposte immediate alle richieste (molto dettagliate) dell'umano, creando un flusso di pensiero coerente e strutturato. In tre ore il primo libro sull'intelligenza artificiale scritto interamente dall'intelligenza artificiale era pronto. Titolo "Dialoghi con il futuro", stampato in proprio e acquistabile online.

La responsabilità sociale di Poste

Questa breve premessa per dire quante sorprese dobbiamo aspettarci dal potenziale cognitivo dell'intelligenza artificiale e quanto bene ha fatto un'azienda come Poste Italiane, che ha una grande responsabilità sociale, a dotarsi di alcuni strumenti per governarlo. Il primo di questi strumenti è il "Manifesto etico a supporto dell'intelligenza artificiale",

Le tre componenti del Manifesto Etico

1

Legalità

L'IA deve ottemperare a tutte le leggi e ai regolamenti applicabili

2

Eticità

L'IA deve assicurare l'adesione a principi e valori etici

3

Robustezza

L'IA deve essere sviluppata dal punto di vista tecnico e sociale in modo tale da evitare che, anche accidentalmente, causi danni non intenzionali e inaspettati e prevenga danni inaccettabili

scritto per gestire i rischi e cogliere le opportunità derivanti dall'adozione dell'IA. Il documento vanta un duplice certificato di qualità. Il primo è la collaborazione alla sua stesura da parte di padre Paolo Benanti, consigliere di Papa Francesco sui temi dell'intelligenza artificiale e dell'etica della tecnologia, membro del Comitato sull'intelligenza artificiale delle Nazioni Unite. Il suo approccio multidisciplinare e la sua capacità di coniugare riflessione filosofica, teologica e tecnologica lo rendono una figura di riferimento nel dibattito globale sull'intelligenza artificiale.

L'attenzione all'AI Act

Un secondo pregio del Manifesto è il costante richiamo al Regolamento UE numero 1689, noto come AI Act. Il Manifesto lo arricchisce di contenuti e ne fa uno strumento di governance. L'AI

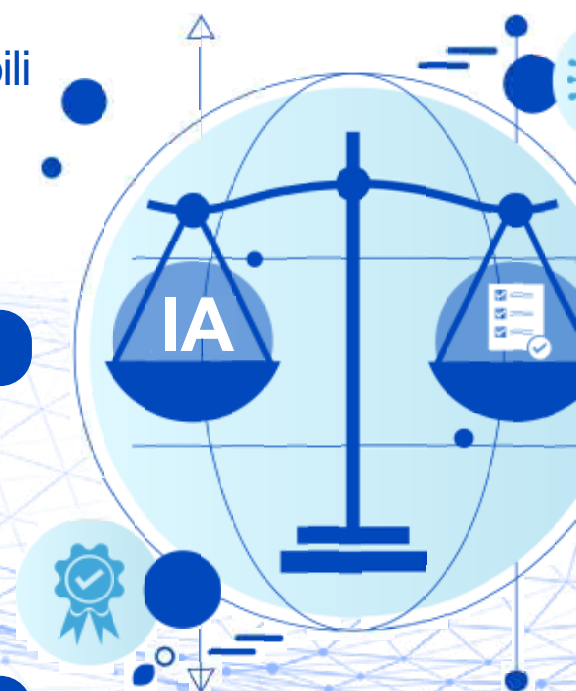
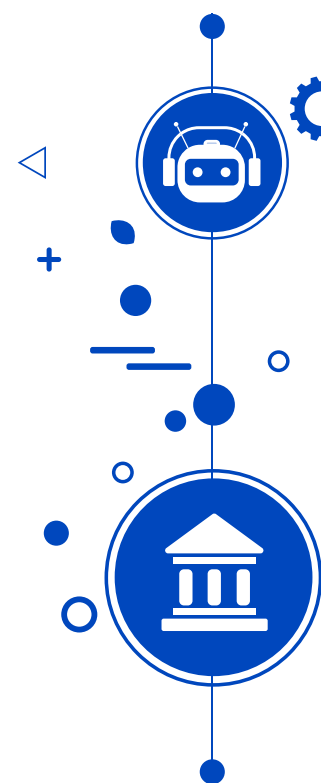
Il Manifesto "cristallizza" una dimensione etica già presente nel dna di questa Azienda

Act è il primo quadro normativo completo al mondo sull'intelligenza artificiale, confermando il ruolo dell'Europa come "sentinella" dei diritti messi in discussione dallo sviluppo tecnologico. Adottato nel 2024, il regolamento rappresenta un passo fondamentale verso un'intelligenza artificiale più etica e affidabile perché introduce un quadro normativo sistematico che disciplina lo sviluppo e l'uso della nuova tecnologia,

ponendo al centro la tutela dei diritti fondamentali, la dignità umana, la trasparenza e la responsabilità. La normativa adotta un approccio basato sul rischio, che impone obblighi crescenti in base alle potenziali minacce dei sistemi di IA: quelli considerati a rischio inaccettabile sono vietati, mentre quelli ad alto rischio devono rispettare requisiti rigorosi di sicurezza, documentazione, tracciabilità e supervisione umana. Questo sistema consente di proteggere i cittadini europei da abusi e discriminazioni, come la sorveglianza di massa o la profilazione sociale, e di promuovere un utilizzo consapevole e responsabile delle tecnologie.

Legalità, eticità e robustezza

Per apprezzare l'approccio basato su legalità, eticità e robustezza, adottato da Poste Italiane, è sufficiente elencare gli

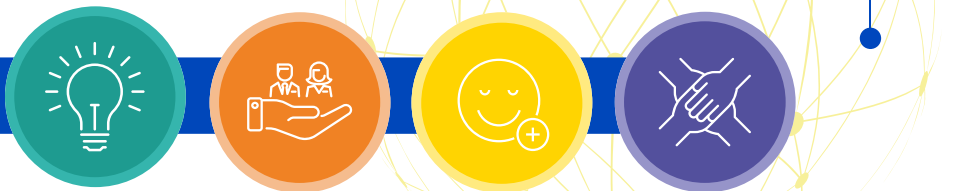


I principi del Manifesto

Trasparenza



Inclusività



Responsabilità



Consapevolezza



Sostenibilità



RIFERIMENTI GRAFICI DEI PILASTRI ESG



schiano di perpetuare e amplificare queste disparità. Ciò può portare a discriminazioni sistemiche in aree critiche come l'accesso al credito o le opportunità di lavoro. Sono contro i principi etici anche la mancanza di trasparenza, con l'impossibilità di comprendere le ragioni di specifiche decisioni automatizzate; la sorveglianza invasiva, con il monitoraggio eccessivo e ingiustificato delle persone; la manipolazione comportamentale, cioè lo sfruttamento di vulnerabilità psicologiche per influenzare le decisioni degli utenti; la dipendenza tecnologica, con la riduzione dell'autonomia umana e l'eccessivo affidamento ai sistemi automatizzati. Il terzo principio, quello della robustezza, è messo a rischio dalla vulnerabilità della sicurezza, con sistemi esposti ad attacchi informatici o manipolazioni; da errori di funzionamento con conseguenze potenzialmente gravi; da instabilità operativa; dalla generazione o amplificazione di contenuti falsi o fuorvianti; da effetti a cascata non previsti derivanti da decisioni automatizzate.

L'etica nelle pratiche di Poste

Come si può vedere - e come fa notare Paolo Benanti - il Manifesto "cristallizza" una dimensione etica già presente nelle pratiche aziendali. Non c'è stato alcun bisogno di creare nulla di nuovo: è bastato osservare tutto ciò che dà forma al Gruppo Poste, con i valori che gli italiani hanno potuto apprezzare in particolare nella stagione orribile della pandemia. Come sappiamo, l'emergere di sistemi di intelligenza artificiale sempre più autonomi e sofisticati, in particolare nel campo dell'IA generativa, sta sollevando questioni cruciali riguardo alla responsabilità e all'accountability di queste tecnologie. Il tema si trova all'intersezione tra etica, diritto, ingegneria, politica pubblica e filosofia. E viene proprio da un filosofo che da poco ci ha lasciati, Remo Bodei, la domanda decisiva: quando la macchina avrà preso il sopravvento "quanto potranno resistere senza snaturarsi e diventare ideali irraggiungibili quei valori di libertà, uguaglianza, dignità, emancipazione, umanesimo, pluralismo, misericordia, rispetto per una verità non degradata a semplice opinione che hanno finora caratterizzato la nostra civiltà?". Un Manifesto etico serve a difenderli, questi valori.

errori e i comportamenti inappropriati che il rispetto di questi tre principi può prevenire. Sono contro la legalità: le violazioni della privacy con la raccolta e l'utilizzo improprio di dati personali senza consenso o base legale adeguata; le discriminazioni illecite, ad decisioni automatizzate che discriminano in base a caratteristiche protette (genere, età, etnia, ecc.); la violazione di diritti di proprietà intellettuale, con l'utilizzo non autorizzato di opere protette per l'addestramento dei modelli; le pratiche commerciali sleali, con la manipolazione del comportamento dei consumatori attraverso tecniche opache. Viola invece le norme etiche l'amplificazione di bias sociali, con la perpetuazione o il rafforzamento di pregiudizi esistenti attraverso algoritmi parziali. I sistemi di IA, addestrati su dati storici che riflettono pregiudizi e disuguaglianze esistenti, ri-

La Presidente Rovere: «L'IA un supporto per i dipendenti e i clienti»

«Poste Italiane mette sempre al centro il cliente e l'esperienza che deve avere nel ricevere i nostri servizi». Lo ha detto la Presidente del Gruppo, Silvia Maria Rovere, intervenendo al meeting "AI & Fintech What's Next", organizzato a Milano e dedicato all'impatto dell'intelligenza artificiale sul mondo della finanza e dei servizi. «Utilizziamo l'intelligenza artificiale, prima di tutto - ha sottolineato la Presidente Rovere - per rendere i servizi più facilmente accessibili e guidare il cliente personalizzando la sua esperienza, tenendo conto delle abitudini e delle informazioni che il cliente



stesso ci mette a disposizione». Ma c'è un altro aspetto molto importante evidenziato dalla Presidente del Gruppo Poste Italiane: «L'intelligenza artificiale deve aiutare il lavoro dei nostri colle-

ghi, sempre in ottica di servizio: per esempio, nell'interazione con i nostri clienti, si ha accesso grazie agli strumenti di intelligenza artificiale, anche generativa, a una rapida risposta a quelle che possono essere le esigenze del cliente. I colleghi hanno quindi la possibilità - conclude Rovere - di acquisire in tempo reale tutte le informazioni relative al caso specifico».



Inquadra il QR Code per vedere l'intervista del TG Poste alla Presidente Rovere

Intervista all'esperto che ha collaborato al Documento

PADRE BENANTI

«Poste indica al Paese la via all'uso etico dell'IA»

«Per redigere il Manifesto Etico di Poste non abbiamo importato nulla dall'esterno: abbiamo solo dato spazio a ciò che già esisteva in questa grande realtà, amplificando la trasparenza»



Consigliere di Francesco e del Governo per l'IA

Padre Paolo Benanti è un francescano del Terzo Ordine Regolare e si occupa di etica, bioetica ed etica delle tecnologie. È presidente della Commissione AI per l'informazione, professore della Pontificia Università Gregoriana, ed è l'unico italiano membro del Comitato sull'intelligenza artificiale delle Nazioni Unite. È stato consigliere di Papa Francesco sui temi dell'IA e dell'etica della tecnologia. Si occupa di neuroetica, etica delle tecnologie, intelligenza artificiale e postumano. Il suo ultimo libro è "L'uomo è un algoritmo?" (Castelvecchi, 2025).



Padre Benanti durante l'incontro organizzato dalla Corporate University alla Casina Poste

«L'approccio etico all'intelligenza artificiale di Poste Italiane è un faro che illumina il modo di essere azienda e di fare servizio pubblico al nostro Paese». Con queste parole Padre Paolo Benanti ha definito il Manifesto Etico a supporto dell'IA, realizzato con l'Azienda e presentato a maggio in un incontro organizzato alla Casina Poste dalla Corporate University in un evento di formazione dove si è discusso di trasformazione digitale e di etica del lavoro. In quell'occasione Padre Benanti, intervistato da Postenews, ha spiegato i cardini del lavoro svolto con Poste, sottolineando come non sia stato necessario importare nel documento altri principi etici che non fossero già saldamente presenti nel dna della nostra azienda.

Padre Benanti, qual è l'importanza di dotarsi di un Manifesto Etico sull'IA per una realtà come Poste Italiane e qual è stato il suo lavoro?

«Penso sia un documento importante per Poste Italiane e per il Paese perché se un Gruppo così grande e centrale vede come una priorità dotarsi di linee etiche per l'IA, diventa un esempio di come fare business e di come offrire un servizio agli italiani. Non c'è stato alcun bisogno di creare nulla

di nuovo: è bastato osservare tutto ciò che dà forma al Gruppo Poste. Pensiamo, ad esempio, a quanto fatto durante la pandemia, al servizio offerto agli italiani anche nella digitalizzazione. Tutto ciò che è stato vissuto rappresenta una dimensione etica già presente. Il Manifesto ha semplicemente cristallizzato questa dimensione, rendendola comunicabile. Ripeto, non abbiamo importato nulla dall'esterno: abbiamo solo dato spazio a ciò che già esisteva, utilizzando la forma del Manifesto per amplificare la trasparenza».

Nel Manifesto etico di Poste Italiane colpisce, tra i principi fondamentali, quello della robustezza.

«È il bello della qualità di un gruppo come Poste, dove di fatto la componente ingegneristica, la componente tecnica, riesce a esprimere con termini e parole quella che è la sua mission. Cosa offro io al cliente cittadino, nonché al servizio interno di Poste? Qualcosa che deve avere la qualità e la capacità di essere affidabile e di resistere. La robustezza indica nient'altro che l'accettabilità di una soluzione tecnica quando questa è in grado di garantire quello per cui è stata messa in atto. Quindi, è l'equivalente di sicurezza, affidabilità e, in qualche misura, sostenibilità».

Nel Gruppo Poste spicca la robustezza «ovvero sostenibilità, affidabilità e sicurezza»

È come se si riuscisse a rendere materiale l'intelligenza artificiale.

«Esatto, si riesce a scegliere il materiale più adatto. Ciò significa scegliere tra le diverse soluzioni quelle che consentono di tenere "in piedi l'edificio", per usare una metafora materiale».

Papa Leone XIV, durante il suo primo discorso ai giornalisti in Vaticano, ha definito l'intelligenza artificiale una sfida al potenziale immenso che richiede però responsabilità e discernimento per orientare gli strumenti al bene di tutti: qual è in questo senso il compito sociale delle istituzioni?

«Il Papa ha parlato di intelligenza artificiale nell'ottica della dottrina sociale della Chiesa, ovvero nella riflessione in cui si

richiede come vivere le sfide dei tempi. Quindi è interessante: non è una Chiesa che si pone come si era posta davanti a Galileo, se era qualcosa da rigettare o no, ma una Chiesa che si pone nel mezzo di ciò che sta accadendo, chiedendosi come trasformare l'innovazione, ovvero la capacità di fare le cose più velocemente e più speditamente, in sviluppo: quindi saper fare cose che vanno a beneficio dei singoli e dei gruppi. Secondo me è un motivo di speranza».

Chiudendo gli occhi e immaginando il mondo tra 10 anni che IA si augura.

«Un IA con un ruolo che consenta all'uomo di essere "uomo", che sostenga l'umanità. Tutto ciò che consente all'uomo di essere ancora di più al centro di quelli che sono i processi di sviluppo. E quindi direi un sostegno robusto, per usare le parole che appartengono già al Manifesto di Poste Italiane».



Inquadra il QR Code per il servizio del TG Poste sull'evento di Casina Poste

Papa Leone XIV: la dottrina sociale della Chiesa per la sfida dell'IA

Nel suo primo discorso ai cardinali e al primo incontro con i giornalisti, Papa Leone XIV ha subito sottolineato l'importanza di un approccio etico ed umano alla sfida dell'intelligenza artificiale, grazie al patrimonio di dottrina sociale della Chiesa. «Ho pensato di prendere il nome di Leone XIV – ha detto il Pontefice – Diverse sono le ragioni, però principalmente perché il Papa Leone XIII, con

la storica Enciclica Rerum Novarum, affrontò la questione sociale nel contesto della prima grande rivoluzione industriale; e oggi la Chiesa offre a tutti il suo patrimonio di dottrina sociale per rispondere a un'altra rivoluzione industriale e agli sviluppi dell'intelligenza artificiale, che comportano nuove sfide per la difesa della dignità umana, della giustizia e del lavoro».



L'impegno per l'inclusività dei dipendenti e la trasparenza di fronte a una nuova sfida

«Siamo i primi a dotarci di un manifesto etico sull'IA»

Oltre al documento stilato con Padre Benanti, l'Azienda si è dotata di un comitato che accompagnerà le scelte sull'uso dell'IA

La Responsabile Risorse Umane Tiziana Morandi: «Il lavoro che stiamo facendo può rappresentare un esempio per altre realtà»

L'IA trasformerà la nostra vita e Poste è pronta ad accettare questa sfida, tenendo sempre la persona al centro. La responsabile Risorse Umane Tiziana Morandi ha fatto gli onori di casa a Casina Poste lo scorso 13 maggio prima dell'incontro con Padre Paolo Benanti. E, parlando ai circa 1.600 dipendenti collegati e alla sala gremita, ha ricordato che Poste Italiane «ha lavorato moltissimo e investito molto nella parte tecnologica e digitale: il nostro mondo è stato stravolto negli ultimi anni, in termini estremamente positivi. Abbiamo lavorato con attenzione alle persone, all'etica, alla trasparenza e all'inclusività, per dipendenti e clienti. Le trasformazioni digitali di Poste in questi anni sono esempio di ciò che si può fare per migliorare la vita degli italiani». Spesso, infatti, si pensa ai giovani, tra i quali la digitalizzazione è molto semplice, ma «ricordiamo – dice Morandi – che l'Italia è un Paese anche di anziani, e la presenza degli uffici postali sta portando un aiuto anche a chi ha bisogno di conoscere la tecnologia in modo diverso».



Tiziana Morandi, Responsabile Risorse Umane

L'IA di Poste per tutta l'Italia

Così, anche nel caso dell'IA, Poste non poteva fare un percorso diverso. «Il Direttore Generale Giuseppe Lasco ha voluto fortemente collaborare con Padre Benanti, conosciuto ormai da tutti – afferma la responsabile RUO – abbiamo voluto fare un percorso che da sempre ha contradd-

distinto Poste, nel quale la parte etica, di attenzione alle persone e al benessere, è sempre garantita. L'IA potrà portare grandi miglioramenti, ma servirà una guida che segua i principi cardine di tutte le trasformazioni che abbiamo fatto. Abbiamo voluto lavorare per un Manifesto Etico che guidasse tutte le nostre persone nelle scelte che andiamo a fare». E che guidasse il Paese intero visto che «ormai un italiano su due è cliente abituale, ma tutti gli italiani prima o poi hanno relazioni con noi. La scelta, quindi, è importante per tutta l'Italia».

«Tutti gli italiani hanno relazioni con noi: le nostre scelte sono importanti per il Paese»

Uno stimolo per le altre aziende

Morandi spiega che oltre al Manifesto Etico, «abbiamo deciso di istituire un comitato che accompagnerà le scelte e aiuterà a farle in modo positivo sull'IA, proprio in attuazione di tutto ciò che ci chiede l'AI Act. E siamo una delle prime aziende che affronta questo tema in maniera estesa. L'incontro con Padre Benanti ci ha chiarito alcune cose che saranno utili nella nostra vita futura e aiuteranno le nostre persone. 120mila persone dipendenti di Poste sono una bella parte d'Italia: abbiamo un parterre importante con 4-5 generazioni al lavoro. Poste Italiane – prosegue Morandi – ha dimostrato che quando decide di fare una cosa riesce a farla bene, dando esempio a chi, avendo meno mezzi o esperienza, ha più difficoltà a farla. Il lavoro che stiamo facendo sull'IA può essere stimolo ed esempio per altre aziende. Quando qualcosa viene abbracciato da Poste dà tanta fiducia alla clientela e a chi affronterà questo percorso» conclude Morandi.

Corporate University

«La formazione prepara noi dipendenti alla rivoluzione dell'IA»

«L'intelligenza artificiale è un elemento di competitività tanto importante da essere presente in ogni piano industriale. Recenti ricerche di mercato riportano infatti che l'85% delle "Organizzazioni" identificano un aumento dell'adozione di tecnologie all'avanguardia come il principale motore delle trasformazioni nel breve-medio periodo. Anche il Future of Jobs 2025 del World Economic Forum annovera la tecnologia come il primo trend che modificherà il mercato del lavoro: secondo il Report, il 40% delle competenze attuali evolverà o diventerà obsoleto entro il 2030 a conferma dell'importanza dell'aggiornamento continuo». A spiegarlo è Silvia De Vecchi, Responsabile Corporate University di Poste Italiane. Da quanto sta emergendo, l'intelligenza artificiale avrà un impatto fino al 75% dei posti di lavoro, in particolare con la cosiddetta "AI quotidiana" che integra l'intelligenza artificiale negli strumenti di lavoro più comuni. Gli studi riportano che l'84% dei dipendenti utilizza attualmente, o prevede di farlo nei prossimi 12 mesi, strumenti di intelligenza artificiale, indipendentemente dal grado di maturità dell'organizzazione e dalle piattaforme a disposizione, esponendo l'azienda potenzialmente a gra-

vi rischi. Il cosiddetto "divario digitale" può creare disparità di opportunità, per questo garantire l'accesso diffuso a questo tipo di formazione assume ancora più rilevanza. «Per questo – prosegue De Vecchi – abbiamo deciso di riservare nel piano di formazione un capitolo specifico dedicato all'Intelligenza Artificiale dando a tutti i nostri dipendenti la possibilità di seguire il LabAI literacy un percorso sulle competenze di base di intelligenza artificiale finalizzato ad acquisire consape-

volezza, prima di tutto, rispetto a come si sta trasformando il mondo del lavoro e la società tutta; acquisire competenze base fondamentali per navigare il futuro digitale e competenze trasversali necessarie per sfruttare le opportunità nell'era dell'IA nei diversi ambiti organizzativi, con il fine ultimo di portare valore nell'organizzazione. In sintesi – prosegue la Responsabile Corporate University di Poste Italiane – conoscenze, strumenti e mindset necessari per lavorare con l'IA. Continueremo

anche quest'anno con percorsi verticali ad alto contenuto specialistico per gli ambiti organizzativi maggiormente impattati dall'introduzione dell'Intelligenza Artificiale e con una grande attenzione a un suo utilizzo etico e responsabile. Nell'era della rivoluzione digitale e dell'intelligenza artificiale, la cultura e la conoscenza non sono solo elementi essenziali per la crescita individuale, ma anche fattori chiave per plasmare un futuro più sostenibile, inclusivo e "umano" per tutti».

Sperimentazione

Un prof digitale sempre a disposizione dei colleghi di Poste

Accanto ai tradizionali percorsi in aula e online, negli ultimi anni si è affermata una modalità di apprendimento ancora più vicina alle esigenze operative quotidiane: la formazione contestuale e continua, che consente di apprendere e ripassare contenuti proprio mentre si svolgono le attività lavorative. Tra le sperimentazioni avviate da Poste Italiane c'è il Prof della Formazione, l'assistente digitale intelligente esperto di ogni disciplina, basato su modelli di IA generativa, sempre pronto a dialogare in linguaggio naturale con ciascun collega, comprendere le richieste, individuare i contenuti più pertinenti e fornire risposte puntuali, spiegazioni personalizzate e materiali di approfondimento, sempre disponibili

nel momento del bisogno. «Il Prof della Formazione – spiega Grazia Maremonti, Responsabile Digital Academy e Innovation in Corporate University – contribuisce ad accrescere le competenze individuali e ad alimentare la cultura dell'apprendimento continuo, da sempre valore distintivo di Poste Italiane. Non sostituisce i percorsi formativi esistenti, ma li arricchisce e li potenzia, offrendo un modello dinamico e personalizzato che mette l'evoluzione delle persone al centro dello sviluppo del Gruppo. Rappresenta una nuova frontiera del digital learning aziendale: intelligente, fluida e orientata all'azione. Non più un "evento" formativo ma una presenza costante e discreta, al servizio del sapere e della performance».



La roadmap dell'intelligenza artificiale del Gruppo: i passi compiuti e quelli futuri

Dipendenti, clienti e logistica la strategia di Poste per l'IA

Dagli strumenti per i colleghi alla personalizzazione dei servizi per i clienti, fino all'ottimizzazione della logistica: «L'IA è il motore di una trasformazione concreta e inclusiva» spiegano i Responsabili Mischiatti e Della Vecchia

Il processo di trasformazione digitale di Poste Italiane pone l'intelligenza artificiale al centro del proprio modello di servizio, con un approccio Human First, ovvero orientato a valorizzare il contributo umano. L'obiettivo è chiaro: non utilizzare mai l'IA come sostituto delle persone, ma come strumento capace di aumentare l'efficacia e l'efficienza del lavoro quotidiano, mettendo le competenze dei colleghi al primo posto. Molte sono le soluzioni concrete già sul campo e quelle in sperimentazione, come potete leggere nelle pagine che seguono. Un assistente digitale per gli operatori del contact center (AI Know), basato su IA generativa, è capace di fornire risposte rapide e puntuali durante le interazioni telefoniche con i clienti. Un progetto analogo è in fase di estensione anche agli uffici postali, dove l'intelligenza artificiale sarà addestrata sui contenuti più consultati dai colleghi della rete, come le comunicazioni interne e quelle di filiale. La sperimentazione prosegue poi su altri fronti: dall'automazione dei processi documentali all'analisi normativa, fino all'accessibilità dei contenuti formativi. L'obiettivo è ampliare gradualmente la disponibilità di strumenti basati su IA a supporto dell'intera organizzazione.

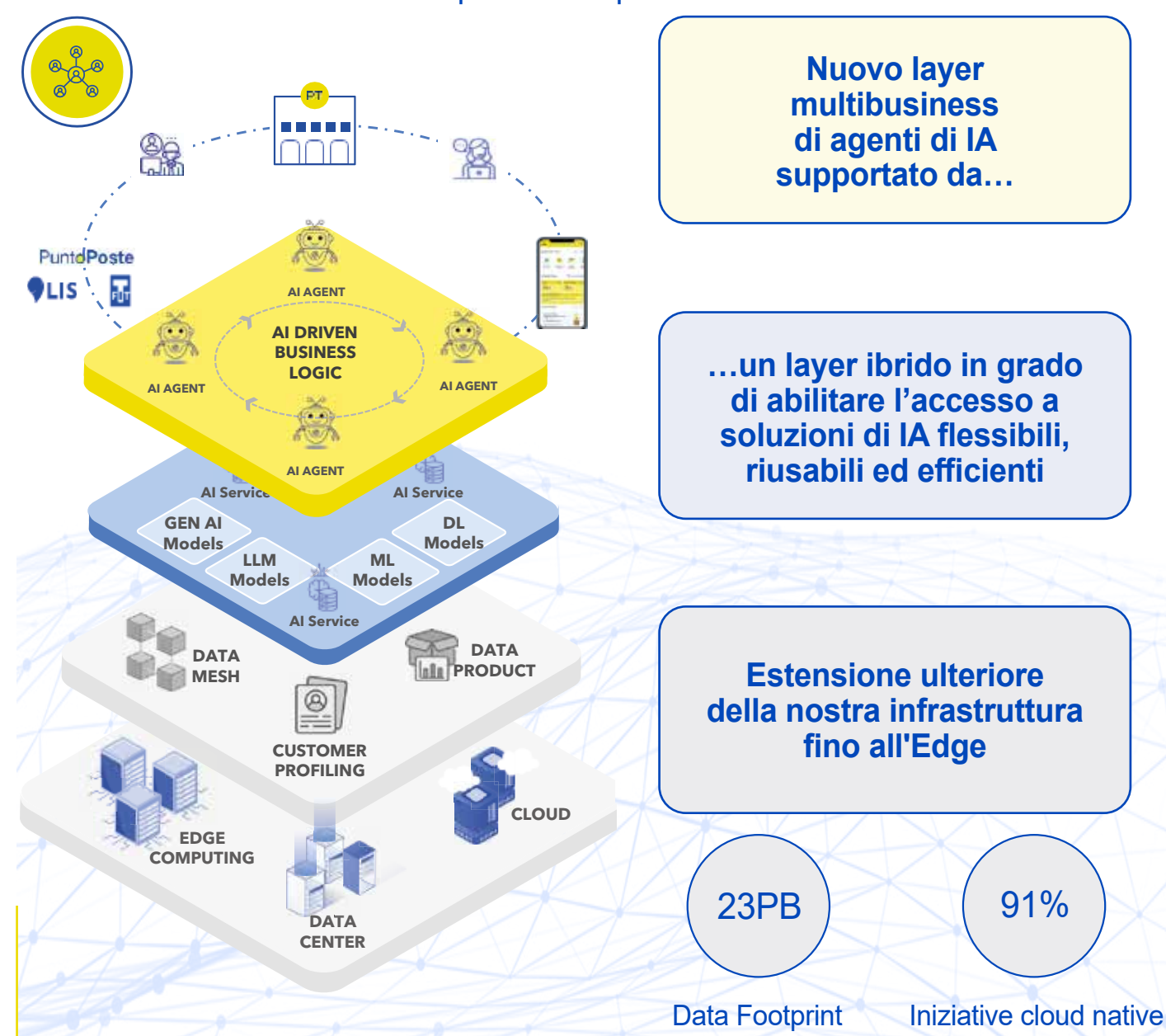
Un futuro Human First

«Per utilizzare l'intelligenza artificiale nei business complessi c'è bisogno di aver fatto un percorso propedeutico per arrivare a questo tipo di trasformazione – sottolinea

**L'IA mai come sostituto
ma solo uno strumento
per aumentare efficacia
e efficienza del lavoro**

Mirko Mischiatti, Responsabile della Funzione Digital, Technology & Operations (DTO) del Gruppo - Per noi l'intelligenza artificiale non è qualcosa che andrà in sostituzione dell'uomo ma un elemento che ne potenzierà le capacità». Rispetto al piano strategico The Connecting Platform, Mischiatti spiega che «l'idea è lavorare con l'utilizzo dell'intelligenza artificiale su due dei grandi programmi che caratterizzeranno il futuro di Poste Italiane che sono, da una parte, il mondo della logistica e, dall'altra parte, un nuovo modello di servizio, seguendo sempre l'aspetto dello human plus machine e quindi la capacità di fare l'empowering dei nostri dipendenti da una parte, pleni-potenziando dall'altra anche quelli che sono i nostri clienti».

L'intelligenza artificiale al centro della nostra piattaforma Grazie all'IA ridefiniamo esperienze e processi...



Il motore di interazione con le persone

Il percorso di innovazione coinvolge anche il rapporto con i clienti. Poste integra l'IA generativa nella sua App unica per offrire un'esperienza sempre più personalizzata. Infine, l'intelligenza artificiale rappresenta un fattore abilitante nella trasformazione del network logistico. L'utilizzo di modelli predittivi e sistemi intelligenti consente di ottimizzare la gestione dei magazzini, pianificare i flussi distributivi e ridurre l'impatto ambientale, in linea con gli obiettivi di sostenibilità del Gruppo. «Siamo soprattutto un grande motore di interazione con le persone – sottolinea Amato Della Vecchia, Responsabile Digital & Experience – ricordo che abbiamo 23 milioni di inte-

razioni giornaliere. Proprio per questo, nel progetto dell'App Poste Italiane noi abbiamo investito nell'IA per offrire esperienze diversificate in base all'utente e alle sue modalità d'uso, al fine di soddisfare specifici bisogni. Dall'altro lato, l'IA ci permette di rendere i nostri servizi più inclusivi e accessibili. Questo significa che abbiamo l'opportunità di fornire servizi nel mondo digitale anche a persone meno avvezze alla tecnologia, poiché l'IA migliora e semplifica l'accesso alla tecnologia stessa – prosegue il Responsabile Digital & Experience – Un esempio concreto è la prenotazione di appuntamenti presso gli Uffici Postali tramite telefono: oggi è possibile grazie all'IA generativa che offre un'esperienza quasi simile a una conversazione umana. Questo

rende il servizio fruibile anche per le persone più anziane che, fino ad oggi, trovavano difficile accedere a un'app o a un sito web. Con 119.000 dipendenti siamo inoltre il più grande datore di lavoro del Paese, per questo il nostro principio è quello di utilizzare le nuove tecnologie non per sostituire le persone ma per aiutarle nel loro lavoro quotidiano. Stiamo potenziando il nostro knowledge management tramite l'addestramento di IA generativa sulle nostre procedure aziendali – conclude Della Vecchia – Questo ci permette di supportare le persone con un assistente digitale in tempo reale, cruciale per le interazioni con i clienti. Inoltre, l'IA viene utilizzata anche per supportare le decisioni chiave per l'ottimizzazione della nostra filiera logistica».



La squadra della funzione DTO che collabora ai progetti sull'intelligenza artificiale



...Utilizzando agenti di IA a scala su ambiti prioritari

ESEMPI DI AGENTI DI IA

SUPPLY CHAIN LOGISTICA



Ottimizzazione della rete logistica basata sui dati e IA

ENGAGEMENT E MODELLI PREDITTIVI



Ottimizzazione campagne di marketing e ingaggio clienti

KNOWLEDGE MANAGEMENT INTERNO



Accesso a contenuti facili per i nostri dipendenti

CO-PILOT A SUPPORTO DELLA RETE

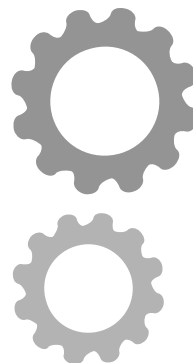


Supportare nell'accesso alle informazioni sui clienti

SERVIZI ACCESSIBILI PER I NOSTRI CLIENTI



Garantire accessibilità e inclusività ai nostri clienti (i.e. prenotazione vocale appuntamenti)



2bn

Pacchi e posta gestiti

>3.8bn

Transazioni analizzate

119k

Dipendenti

8.5K

Consulenti finanziari

23m

Interazioni gestite da IA



ETICA E GOVERNANCE DELL'IA

Garantire l'uso responsabile dell'IA con un solido quadro etico e di governance

L'appuntamento in UP si prenota con una telefonata

Una telefonata gestita dall'IA per prenotare un appuntamento in ufficio postale, in aggiunta ai canali digitali, App e Sito. È grazie all'IA che - chiamando lo 06.4526.4526 - i circa 22 milioni di clienti che dispongono di un numero certificato/securizzato possono accedere al servizio ed effettuare una prenotazione per qualsiasi servizio di sportello o con un consulente finanziario in sala, negli uffici con Gestore Attese anche per il ritiro di un oggetto inesitato. L'utente abilitato al servizio viene accolto dal benvenuto dell'intelligenza artificiale di Poste Italiane che, in prima battuta, richiede il prodotto o il servizio per il quale ha la necessità di recarsi in ufficio postale. Se non si

tratta del ritiro di una giacenza, l'intelligenza artificiale chiede quando (giorno e ora) l'utente vuole l'appuntamento e presso quale ufficio postale. Ottenuti tutti i dati necessari alla prenotazione dell'appuntamento in ufficio postale, il sistema verifica la disponibilità e propone l'appuntamento più coerente con la richiesta dell'utente nell'ufficio postale indicato. L'utente potrà accettare o chiedere una rimodulazione dell'appuntamento proposto (giorno/orario/UP differenti). Una volta prenotato l'appuntamento, l'IA riepilogherà tutti i dati della prenotazione e invierà una notifica via mail e sms. I possessori di App troveranno anche la card dell'appuntamento nella home page.

Sulla intranet uno spazio dedicato all'innovazione

Sulla intranet NoidiPoste, tutti coloro che sono interessati alle novità e alle evoluzioni nel campo tecnologico e strategico possono consultare uno spazio con contenuti e news dedicati esclusivamente all'Innovazione. Si tratta della newsletter tematica dedicata all'innovazione, un punto di riferimento per i dipendenti di Poste Italiane che vogliono essere sempre aggiornati sui più recenti progressi e sulle applicazioni più innovative che stanno cambiando la nostra quotidianità e il

nostro lavoro. La newsletter rappresenta una finestra costantemente aperta sul mondo delle tecnologie emergenti, offrendo approfondimenti sulle ultime applicazioni, sulle implicazioni etiche legate all'uso di nuove tecnologie e sui progetti più interessanti in corso. Ogni settimana, all'interno di questa sezione, vengono pubblicate interviste con esperti e leader del settore, opinioni e analisi approfondite su temi come intelligenza artificiale, chatbot, automazione e altri progetti innovativi.

FOCUS 1 Il progetto Control Tower consente una visione in tempo reale dell'intera filiera

Una "torre di controllo" per la logistica «Trasformiamo i dati in efficienza»

Il Process Mining e l'intelligenza artificiale sono fondamentali nella ricerca dell'eccellenza per un'azienda che, come Poste, gestisce una grandissima mole di informazioni: i colleghi di DTO, PCL e SDA spiegano come stanno evolvendo i processi di smistamento

La Control Tower è un progetto speciale che, nell'ambito della trasformazione digitale, vuole migliorare la Customer Experience, la sostenibilità economica e l'impatto ambientale della gestione dei pacchi. L'utilizzo dei dati, del process mining e dell'IA saranno le leve della trasformazione per garantire a tutti gli attori: una visibilità completa e in tempo reale, informazioni predittive, e suggerimenti di miglioramento e ottimizzazione dell'intera filiera logistica.

Decisioni rapide ed efficaci

«In ambito logistico – spiega l'Ad di SDA **Benedetto Mangiante** – l'intelligenza artificiale ci consentirà di prendere decisioni sempre più rapide ed efficaci, in anticipo rispetto agli eventi. Un asset strategico che

trasforma i dati in vantaggio competitivo, elevando sempre più il servizio ai nostri clienti e adattando l'intera supply chain alle sfide del mercato digitale. Rappresenterà, inoltre, una grande opportunità per valorizzare e supportare il lavoro quotidiano di tutte le persone impegnate ogni giorno nel mondo della logistica di Poste Italiane». **Raffaele Aprea**, referente per le attività della Control Tower, il vantaggio è «permettere ai colleghi di prendere

decisioni data-driven e multi obiettivo. Il motore della soluzione sono: i dati fruiti in N-Real time che alimenteranno le viste operative, i modelli predittivi e gli algoritmi». Ma Aprea assicura che «il cervello umano e le interazioni tra i colleghi continueranno ad essere la chiave del successo».

Simulatore logistico e footprint

Definire il dimensionamento ottimale della rete logistica e analizzare il comportamento al variare dei centri attivi e in funzione dei volumi storici e prospettici: è un ulteriore obiettivo della Control Tower, che sarà supportato da un modello basato su algoritmi di machine learning e di ricerca operativa finalizzato alla progettazione di un footprint del network logistico. L'obiettivo è di massimizzare l'efficienza e rispettare i livelli di servizio al variare di modelli operativi e dei volumi. La soluzione attualmente in sviluppo prototipale è frutto anche della collaborazione tra PCL Innovazione e DTO Artific Intellig Hub, è strutturata su un'architettura a tre livelli e integra informazioni sui nodi di smistamento e sui nodi di consegna, sulle distanze di percorrenza e le richieste ricevute



consentendo di simulare i tempi di arrivo in ciascun punto di destinazione e ottimizzare i percorsi. I colleghi che si stanno confrontando con i benefici del nuovo progetto ne sottolineano le potenzialità in ambito logistico e organizzativo.

Ottimizzazione dei processi

«Mi occupo di miglioramento dei processi da sette anni e ho studiato e applicato diverse metodologie. Quello che fa la differenza nel Process Mining è che a partire dai dati costruisce una copia digitale di un qualsiasi processo reale. Il Process Mining insieme all'intelligenza artificiale sono diventati strumenti fondamentali nella ricer-

ca dell'eccellenza, soprattutto in aziende grandi e complesse come la nostra che gestiscono una grandissima mole di informazioni e dati», spiega **Francesca Passariello** (DTO). **Luciano Dello Iacovo** (anche lui in DTO) aggiunge: «Il process mining e l'IA stanno trasformando la logistica di Poste con un mix di tecnologie che consentono di semplificare i processi per il cliente e i colleghi coinvolti, migliorano il lavoro quotidiano nei centri operativi e abilitano decisioni più rapide e consapevoli. Un passo concreto verso una logistica più intelligente e sostenibile». «Il nostro team Control Tower, con IA e Process Mining – gli fa eco **Enrico Moro**, di PCL – eleva l'efficienza

logistica di Poste. Partendo da solide basi, ora trasformiamo i dati in azioni in tempo reale, garantendo un servizio ancora più rapido, di qualità e sostenibile. Un'evoluzione decisiva». Dalla galassia SDA arrivano altri giudizi positivi: «Con l'introduzione dell'IA – afferma **Tommaso Calabresi** – possiamo riscontrare diversi vantaggi, che vanno dalla razionalizzazione, al risparmio di tempo, all'eliminazione dei pregiudizi e all'automazione delle attività ripetitive. Lo scopo ultimo dell'intelligenza artificiale consiste nella progettazione e nell'elaborazione di sistemi, tanto hardware quanto software, capaci di donare prestazioni apparentemente umane a un elaboratore elettronico. Con il



Benedetto Mangiante



Raffaele Aprea



Marica Alvino



Tommaso Calabresi



Luciano Dello Iacovo



Alberto Ravagnani



Alessandro Giacinti



Enrico Moro



Francesca Passariello



Primo Urbani

FOCUS 2 Nei CS migliora la sinergia tra operatori e macchine

«Rapidità e precisione: con l'IA si azzerano gli accumuli di posta»

L'introduzione della videocodifica artificiale per il riconoscimento degli indirizzi ha aumentato i volumi smistati al primo passaggio e ridotto i tempi di lavorazione, incrementando produttività e qualità

Gli impianti presenti all'Hub di Roserio lavorano lettere, stampe e pacchi. Per tutte queste tipologie di prodotto le macchine, tramite sistemi di riconoscimento dell'indirizzo, smistano gli invii in uscite dedicate in base alle richieste dei clienti; nel caso gli indirizzi presenti sugli oggetti non siano leggibili dal sistema per qualsiasi motivo, l'immagine viene inviata a un operatore fisico che potrebbe trovarsi anche a chilometri di distanza. Tale operatore manualmente si sostituisce ai sistemi di riconoscimento macchina digitando cap e via dell'oggetto in modo da finalizzarlo; quest'attività è chiamata videocodifica. «L'introduzione della videocodifica artificiale aumenta produttività e qualità: se parliamo di volumi di Roserio, prima dell'introduzione dell'intelligenza artificiale, si accumulavano durante la giornata lavorativa, nei periodi non di picco, circa 25.000 invii da videocodificare per passare ai periodi di picco con code di prodotto di circa 60.000 invii: tutto veniva azzerato, come previsto. Oggi con la VCD artificiale, abbiamo quasi azzerato questi accumuli: il 90% del prodotto viene videocodificato e inviato nell'uscita dedicata online, il restante 10% continua ad essere codificato dall'operatore fisico con l'obiettivo di azzerare nel tempo anche questa percentuale». A spiegarlo sono **Francesca Grande**, Responsabile Impianti di Smistamento, e **Pietro Cosentino**, Responsabile Produzione, entrambi a Roserio. **Pasquale Napoli**, responsabile dell'impianto di smistamento di Sesto Fiorentino, aggiunge: «L'introduzione dell'IA nei CS ha rivoluzionato la videocodifica: meno tempi morti, più velocità e precisione. L'apprendimento continuo della macchina ha migliorato la gestione dei volumi e rafforzato la sinergia tra operatori e tecnologia». Secondo **Tonino Salvatore**



Pietro Cosentino



Francesca Grande



Tonino Salvatore Lazzaro



Leonardo Manginelli



Pasquale Napoli



Danilo Giammaria

Lazzaro, responsabile dell'impianto di smistamento di Catania, «l'intelligenza artificiale ha rivoluzionato il modo in cui gestiamo lo smistamento, automatizzando attività complesse come la VCD, un tempo svolta esclusivamente da persone, e riducendo sensibilmente il Lead Time. Oggi lavoriamo volumi maggiori con più rapidità ed efficienza. Un cambiamento reale, che viviamo ogni giorno». Un altro aspetto importante della videocodifica è sottolineato da **Leonardo Manginelli**: «L'introduzione dell'IA nel riconoscimento degli indirizzi postali ha aumentato i volumi smistati al primo passaggio e ridotto



Anna Salvatori

conseguentemente i tempi di lavorazione. Grazie all'automazione, lo smistamento diventa più rapido, preciso ed efficiente, migliorando l'intero processo logistico».

Un risultato entusiasmante

Il nuovo sistema di videocodifica lascia soddisfatto anche chi prima si occupava dalla codifica manuale degli indirizzi e che oggi è cresciuto professionalmente su posizioni più qualificate: «L'introduzione dell'intelligenza artificiale in videocodifica ha rimodellato il nostro lavoro: con l'analisi intelligente dei contenuti oggi ottimizziamo qualità e

nuovo tool passiamo a un approccio molto diretto e semplificato con dato alla mano e puntuale visibile per tutti, che può portare in molti casi a un'ottimizzazione del trasporto che non è sempre un'eliminazione di un collegamento, anche una variazione per non attivare un nuovo pickup; per rimanere al passo con i cambiamenti costanti dell'andamento dei volumi». Sottolinea **Alessandro Giacinti**: «Il nuovo tool sviluppato con l'intelligenza artificiale semplificherà le analisi, potrà ridurre errori e velocizzerà i processi. Il process mining diventa predittivo, migliorando visibilità e decisioni. Risultato: un futuro migliore, una logistica più efficiente, reattiva e data-driven». Secondo

Primo Urbani, «l'integrazione di tecnologie come l'intelligenza artificiale e l'analisi predittiva sta aprendo nuove strade nella logistica. Ad esempio, l'uso di algoritmi di machine learning per prevedere la domanda può aiutare a ridurre le sovraccapacità e a migliorare la pianificazione delle scorte». «In generale - aggiunge - posso affermare che l'introduzione di strumenti intelligenti come la Control Tower nel dimensionamento ottimale della rete logistica sta trasformando profondamente il modo in cui le aziende gestiscono le loro operazioni. La Control Tower consente una visibilità completa e in tempo reale su tutta la catena di approvvigionamento. Questo porta a

un miglioramento nella gestione delle informazioni e nella comunicazione tra i vari attori coinvolti». Per **Marica Alvino** tutto è cominciato dalla curiosità: «Oggi l'IA mi aiuta ad analizzare i flussi, ridurre le inefficienze e affiancare chi opera sul campo. Non sostituisce l'esperienza, la valorizza. È così che costruiamo una logistica più consapevole e intelligente». **Alberto Ravagnani** è d'accordo: «Ho creduto nell'IA e nel process mining fin dall'inizio. Strumenti potenti che, integrati all'esperienza sul campo, ci hanno permesso di costruire un modello operativo più solido, flessibile e orientato al miglioramento continuo. Se utilizzato nel modo corretto, il potenziale è enorme».



compressione in modo automatico risparmiando tempo e risorse. Il risultato è entusiasmante: tempi decisamente ridotti per la soddisfazione del cliente e spazio per attività più strategiche e creative per i nostri colleghi», afferma **Danilo Giammaria**, responsabile dell'Hub di Acilia per DTO. Per **Anna Salvatori**, (DTO-Centro Servizi Data Entry Trieste), «in videocodifica i colleghi normalizzano gli indirizzi di lettere e pacchi in modo da finalizzare il recapito. Grazie all'introduzione nei CS dell'IA il volume delle lavorazioni si è notevolmente ridotto, efficientando e rivoluzionando l'automazione. Essendo un lavoro ripetitivo - prosegue - l'introduzione dell'IA è stata la chiave di volta per nuove opportunità ai colleghi, impegnandoli in attività strategiche più gratificanti. Inizialmente - conclude - è stato impegnativo affrontare questa nuova sfida ma poi lavorare con persone entusiaste e motivate è sicuramente un risultato soddisfacente».

Il collega che spiega l'IA alle nonne

«L'Intelligenza Artificiale spiegata alla Nonna»: è il titolo del libro che il collega Valerio La Scalia (anche in versione Kindle eBook) ha scritto avvalendosi anche delle funzionalità offerte da strumenti di intelligenza artificiale, per rendere il più possibile comprensibili concetti complessi anche a chi non è un esperto. Il volume si propone di colmare il divario esistente tra la diffusa mancanza di comprensione dell'intelligenza artificiale e la sua crescente importanza nel nostro mondo moderno, offrendosi come guida accessibile a tutti. La figura delle nonne è ovviamente una metafora: la nonna, con la sua saggezza e rappresentanza iconica, è il simbolo di un lettore che vuole capire e imparare.



FOCUS 3 L'Azienda ha adottato un approccio innovativo basato su algoritmi di machine learning

Se il cliente è meno “digitalizzato” l'IA cambia il percorso di assistenza

L'intelligenza artificiale indirizza le richieste verso sistemi automatizzati o verso un operatore umano, a seconda del grado di familiarità con le nuove tecnologie. Il progetto, avviato nel 2023, presenta risultati significativi nella risoluzione dei problemi

Non ci si deve sorprendere se al servizio clienti di Poste Italiane si rivolgono scoiattoli, delfini, koala, orsi, pappagalli (ara e cenerini) e ricci. Non si tratta certo di animali in cerca di informazioni su Postepay e depositi Smart, ma delle categorie in cui i clienti vengono classificati in base alla loro dimestichezza con il digitale, per far sì che ricevano un'assistenza personalizzata e costruita su misura.

Il nuovo modello

Il percorso di evoluzione, avendo consolidato il modello operativo dell'Assistente Digitale sui principali comparti di business, ha infatti affrontato un ulteriore passo in avanti, studiando una modalità per incrementare l'efficacia nell'erogazione dei servizi automatizzati e accrescere la soddisfazione percepita. Consapevole dell'eterogeneità della propria clientela e dell'elevato volume di richieste gesti-

Le strutture IT di Poste hanno definito le variabili comportamentali di chi si rivolge al servizio clienti

te quotidianamente, l'Assistenza Clienti ha avviato un percorso di miglioramento dell'interazione tra cliente e bot, adottando un approccio innovativo di “assistenza personalizzata” basata su algoritmi di machine learning. «L'IA sta progressivamente ampliando il Modello di Assistenza, affermandosi come supporto e potenziamento per la Clientela e per il Servizio Human – spiega Silvia Pontarelli, Responsabile Performance Improvement e Modelli Assistenza Human/AI - Sul fronte Clienti: da un lato, la presenza dell'Assistente Digitale favorisce l'autonomia su esigenze specifiche; dall'altro, offre un supporto sempre più personalizzato, in base alle attitudini all'uso dell'IA stessa (per cluster). Il tutto all'insegna dell'inclusività e della familiarizzazione con i nuovi strumenti. Un percorso avviato nel 2019, che prosegue e si evolve nel tempo, valorizzando ciò che il futuro, già nel presente, mette ogni giorno a disposizione». Alla realizzazione del progetto hanno contribuito le strutture IT e partner specializzati nella modellizzazione, lavorando alla definizione delle variabili comportamentali dei clienti, all'analisi dei dati e allo sviluppo di un algoritmo capace di adattarsi in modo flessibile alle diverse esigenze. Tre gli elementi chiave: in primo luogo lo sviluppo e l'aggiornamento costante di un modello di clusterizzazione



della clientela, costruito a partire da variabili legate alle modalità di interazione con i servizi di assistenza – in particolare con l'Assistente Digitale – e all'attitudine all'utilizzo dell'IA; la reazione di modelli di interazione su misura tra cliente e bot, in base al cluster di appartenenza; infine, la ridefinizione del ruolo dell'operatore/trice umano/a che si occupa anche di guidare il cliente nella scoperta e nell'utilizzo dei servizi automatizzati disponibili tramite Assistente Digitale.

Un sistema efficace

Questa strategia ha portato all'identificazione di sette cluster di clientela, differenziati principalmente in base al grado di familiarità e propensione all'uso dell'intelligenza artificiale, ma anche considerando altri fattori come il tipo di portafoglio prodotti e l'anzianità del rapporto con l'azienda. Per rendere questi cluster più intuitivi, ciascuno è stato associato a una specie animale simbolica, rappresentativa delle ri-

spettive attitudini: Scoiattoli, Delfini, Koala, Orsi, Pappagalli Ara, Pappagalli Cenerini e Ricci. Nel modello così costruito: i cluster più affini all'utilizzo dell'IA, come Delfini e Scoiattoli, vengono gestiti prevalentemente tramite sistemi automatizzati, con flussi di assistenza orientati all'interazione con il bot; i cluster meno affini, come Orsi e Ricci, vengono invece indirizzati più facilmente verso un operatore umano. Il progetto, avviato dal 2023, ha già portato dei risultati significativi con l'incremento della percentuale di risoluzione self sui clienti clusterizzati di +7 punti rispetto al valore medio del comparto finanziario e con l'aumento di +5 punti dei clienti appartenenti ai cluster più propensi all'IA. Inoltre, il progetto ha contribuito all'upskilling di una prima quota parte del personale di assistenza coinvolto verso una sorta di “educator” che, durante il contatto, accompagna e guida il cliente all'uso efficace dell'IA. Circa il 50% di chi ha ricevuto education ha modificato il cluster di appartenenza.

Il futuro digitale delle PMI nelle soluzioni di Postel

Il Piano 2024-28 di Postel - nel contesto della strategia di Poste Italiane “The Connecting Platform” - prevede l'evoluzione della multicanalità della comunicazione di business verso il full digital e conferma il rafforzamento e lo sviluppo dei servizi digitali, ivi compresi la trasformazione digitale dei processi di comunicazione e gestione dei workflow documentali. In questo quadro Postel sta lavorando ad azioni concrete per facilitare il processo di digitalizzazione delle PMI e per rispondere, grazie alla rete dei partner, al bisogno ormai ineluttabile dell'adozione di soluzioni di servizi integrati dall'Intelligenza Artificiale, grazie anche al contributo della forza commerciale capillare e competente di cui MIPA è il principale attore. Il compito di Postel è contribuire ad accelerare la transizione verso il digitale delle PMI e guidare quelle realtà la cui cultura organizzativa non è ancora pronta all'adozione del potere trasformativo dell'AI, perché dotate di risorse finanziarie limitate e competenze tecniche e digitali da sviluppare. Come? Attraverso l'offerta di soluzioni che semplificano i loro processi core e accelerano la loro produttività e prevedono non solo la fornitura di strumenti e tecnologie avanzate ma anche la fornitura di servizi specializzati, che si integrino nei processi e nelle infrastrutture tecnologiche delle aziende, migliorandone l'efficienza e soddisfacendo le esigenze specifiche di ogni PMI.

Postemyvoice

Con il riconoscimento vocale interazioni più semplici e sicure

A rafforzare ulteriormente l'efficacia e la personalizzazione dell'esperienza cliente, è in corso di introduzione Postemyvoice, il sistema di riconoscimento biometrico che velocizza l'accesso ai servizi dell'assistenza clienti, garantendo sempre più semplicità d'uso e rafforzamento della sicurezza. Grazie alla sinergia tra dati biometrici e numeri securizzati, il cliente non deve più fornire dati come il codice fiscale o la data di nascita: la sua voce è sufficiente per il riconoscimento. L'obiettivo è offrire un'esperienza sempre più fluida e autonoma, riducendo i tempi di gestione di una richiesta di assistenza. Attraverso una stretta collaborazione Human-Machine, l'IA (nella forma dell'Assistente Digitale) supporta il cliente in tutte le fasi di gestione del dato vocale: dalla raccolta all'utilizzo, fino all'eventuale revoca per l'uso del

riconoscimento vocale sia nell'interazione con l'Assistente Digitale, sia nel dialogo con l'operatore umano, garantendo continuità e sicurezza. Nella fase iniziale, la funzionalità è disponibile esclusivamente per i clienti titolari di prodotti o servizi finanziari di Poste Italiane e registrati al sito. Postemyvoice può essere scoperta attraverso diversi canali: sul web dal sito Poste.it, da telefono tramite Assistente digitale oppure operatore/operatrice di contact center in grado di fornire le informazioni necessarie per la sottoscrizione. In una seconda fase, attualmente in corso di pianificazione, sarà disponibile la possibilità di aderire anche attraverso l'App Poste Italiane. Dall'avvio del servizio, con attività di comunicazione minimali, hanno già aderito circa 2000 clienti, con soddisfazione media sul processo di sottoscrizione pari a 9 su 10.

FOCUS 4 Gli specialisti delle conversazioni virtuali con i cittadini

«Così noi dipendenti alleniamo ogni giorno l'IA per l'assistenza clienti»



A loro è affidato il compito di addestrare AI Know e il BOT di Poste affinandone le risposte e aumentandone precisione, qualità e autonomia: un'esperienza complessa e in continua evoluzione per rendere il servizio sempre più rapido ed efficace

Il progetto AI KNOW ha consentito un upskilling generale dei mestieri e delle competenze del personale, nello specifico rappresentato dalla nascita della figura dello specialista di Knowledge Management, che ha un ruolo centrale nel garantire la qualità del contenuto generato dal nuovo sistema. «Dietro la conoscenza dell'AI c'è sempre un'alimentazione umana, ed è qui che entro in gioco io», spiega **Francesca D'Aloisio**, DTO Pescara.



Francesca D'Aloisio

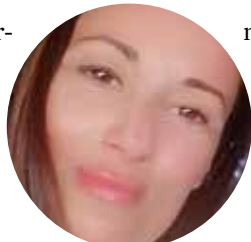
«Da fruitrice di uno strumento di conoscenza ne sono diventata parte integrante e questo ha capovolto il mio lavoro, rendendolo ancora più stimolante – sottolinea – La mia attività si basa su studio, ragionamento, rapidità di intervento e collaborazione tra le parti che, come risultato, portino ad avere uno strumento a disposizione dell'operatore sempre aggiornato, che fornisca risposte coerenti e di qualità». Con lei, a Pescara, lavora **Mariacarola Di Lorenzo**: «Come specialista AI Know, uso i feedback degli operatori per migliorare le schede informative, aumentando precisione e qualità delle risposte. Il mio ruolo, invisibile ma rilevante, accelera l'assistenza e garantisce coerenza. Sono passata da un contatto diretto a un ruolo tecnico, acquisendo competenze analitiche. La passione resta, come l'obiettivo: mettere sempre il cliente al centro, offrendogli un'esperienza più fluida, rapida e soddisfacente. Per crescere, anche l'AI ha bisogno di alleati». Da Caltanissetta arriva la testimonianza di **Salvatore Lacagnina**: «Lavorare come trainer di AI significa essere al centro di un'evoluzione tecnologica concreta e tangibile. Analizzo i feedback, correggo anomalie e affino il sistema per renderlo più autonomo, preciso e umano. È gratificante vedere il mio contributo migliorare l'efficienza e l'esperienza dei colleghi che diventa sempre più naturale, accessibile e inclusiva. Essere parte di questo cambiamento, ogni giorno, è stimolante e



Mariacarola Di Lorenzo



Salvatore Lacagnina



Benedetta De Bellis



Silvio Pasquale Valente

gratificante. Non si tratta solo di tecnologia: si tratta di persone, linguaggio e relazioni. E io, da Totò, cerco di metterci sempre un po' di umanità in più».

D'accordo con loro è **Benedetta De Bellis**, che lavora per la funzione DTO a Roma: «L'AI stimola l'innovazione. Un vantaggio è quello di elaborare informazioni a velocità sorprendenti con una precisione mediamente elevata. Per ottenere buoni risultati devi sapere come rapportarti con l'AI. Analizzo feedback e vado ad allenare AI KNOW facendo domande chiare evitando formulazioni vaghe, anche con l'aiuto di prompt ovvero, input che innescano una risposta da valutare, fino ad ottenere una risposta coerente e più precisa possibile. È un'esperienza in continua evoluzione che mi appassiona e mi sfida ogni giorno».



Giorgia Costa

flessibilità per tradurre il linguaggio naturale in dati utili. Non basta la capacità tecnica, ma si rende necessaria anche l'esperienza presente nell'assistenza clienti, questo per far sì che il software sia di aiuto ai clienti ma anche propedeutico ai colleghi dell'assistenza e della vendita. Le competenze e le

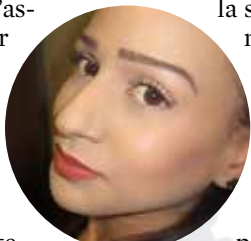
conoscenze sono in evoluzione esponenziale e questo ci entusiasma». **Giorgia Costa** aggiunge: «Lavorare per l'assistente virtuale vuol dire saper coniugare elementi di Elaborazione del Linguaggio Naturale con i meccanismi principali di Machine Learning: solo in questo modo possiamo interpretare, comprendere e poi gestire correttamente le richieste dei nostri clienti, per poi



Paolo Turrini

fornire la risposta più efficace. Tra le altre cose, ci preoccupiamo di verificare, risolvere o segnalare tutte le problematiche che rinveniamo nelle interazioni fra i nostri clienti e il Bot, con il primo focus di migliorare l'AI affinché la nostra assistenza sia sempre «dedicata e orientata alle esigenze del cliente».

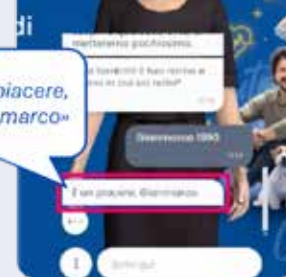
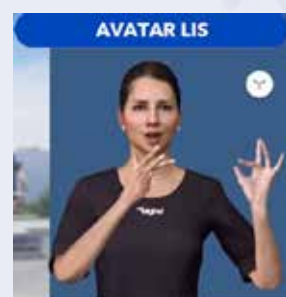
Secondo **Paolo Turrini**, la particolarità del lavoro di chi allena il chatbot è quella di «trasformare gli scarti in valore, ossia analizzare ciò che non viene compreso dal bot e ampliare la sua comprensione per gestire al meglio le richieste del cliente. Questo lavoro è molto appagante perché, insieme al mio team, cerchiamo di migliorare la qualità dell'assistenza, attraverso l'addestramento del bot con nuovi esempi e proposte in modo da migliorare il riconoscimento futuro».



Maria Monaco

Il prototipo Human Avatar parla a tutti

Il progetto Human Avatar è un prototipo in fase di sperimentazione all'interno dell'Innovation Prototyping Lab di Poste Italiane. Ha l'obiettivo di migliorare l'interazione dei clienti con i servizi di Poste Italiane attraverso l'introduzione di un avatar virtuale capace di comunicare con diversi gruppi di utenti: standard, clusterizzati in giovani, adulti e agée; persone con disabilità uditive; persone con disabilità visive. Questa soluzione è pensata per offrire un'esperienza personalizzata e inclusiva, rispondendo alle esigenze specifiche di ciascun gruppo target. Nel prototipo in studio, l'avatar funge da guida per le varie categorie di contenuti disponibili sul sito web di Poste Italiane, posizionandosi come punto di



riferimento per l'accessibilità, in grado di adattarsi e rispondere alle necessità comunicative delle diverse tipologie di utente. L'esperienza per gli utenti con disabilità uditive prevede la comunicazione con l'avatar in LIS, lingua italiana dei segni. Tale linguaggio è limitato al contesto nazionale e prevede un'ampia varietà nel segnato che dipende ad esempio da età, regione e formazione del segnante. Per gli utenti con disabilità visiva, la soluzione punta a offrire la stessa esperienza degli utenti standard, attraverso l'utilizzo di un software screen reader, progettato per l'utilizzo di computer o altri dispositivi digitali. La sua funzione principale è leggere ad alta voce il contenuto visualizzato.

FOCUS 5 Parlano gli operatori di customer care che utilizzano il sistema AI KNOW di Poste

«Utilizziamo l'IA per dare risposte più complete e un servizio migliore»

Il nuovo Knowledge Management System è utilizzato da 1.600 colleghi, che diventeranno circa 3.000: finora ha registrato oltre 1 milione di ricerche, con il 94% di feedback positivi: «È come un amico e un collega di lavoro al quale diamo anche il buongiorno»

Conoscere significa evolvere, imparare e migliorare. Nel servizio clienti la conoscenza aggiornata e accessibile è un aspetto fondamentale per garantire qualità e tempestività. Fino a poco tempo fa, la gestione delle informazioni avveniva in modo manuale e disomogeneo, con documenti gestiti via e-mail e archiviati in un sistema documentale sempre meno agile. Lo scorso anno, è stato integrato un elemento chiave per l'evoluzione del servizio, potenziato dalle nuove tecnologie: un nuovo Knowledge Management ad uso del personale interno basato su intelligenza artificiale generativa. È nato AI KNOW, un progetto trasformativo realizzato dal lavoro congiunto di centinaia di persone – operatori e operatrici, esperti di processo, tecnologi, formatori – unite da un obiettivo comune: rendere la conoscenza un bene vivo, dinamico, accessibile, a disposizione di operatori e operatrici del Customer Service. E da cui ripartire per rendere, in un futuro prossimo, accessibili in chiave generativa, gli stessi contenuti (evidentemente allenati) anche dai clienti esterni. «Abbiamo lavorato per ridisegnare non solo lo strumento di knowledge management, ma l'intero processo di gestione della conoscenza, puntando su soluzioni che migliorassero l'accessibilità e la fruizione delle informazioni in modo trasversale», spiega **Valerio De Santis**, che ha partecipato alla fase di progettazione, così come **Nadia Calabrese**, che sottolinea: «Lavorare a questo progetto è stata un'esperienza estremamente formativa e ricca di opportunità. Ho potuto confrontarmi con tecnologie innovative e sviluppare competenze trasversali, sperimentando personalmente come l'intelligenza artificiale possa essere un vero alleato strategico nel miglioramento continuo dell'esperienza cliente». Il nuovo modello è utilizzato oggi da 1.600 operatori e operatrici che diventeranno circa 3.000. Finora ha registrato oltre 1 milione di ricerche con il 94% di feedback positivi. Il nome del progetto, scelto tramite una "call for idea" aperta ai dipendenti, richiama l'espressione "I know" e sottolinea l'incontro tra intelligenza umana e artificiale.

Incontro tra intelligenze

«Grazie all'utilizzo di AI KNOW è migliorato il mio lavoro di assistenza clienti, ottenendo rapidamente risposte ai quesiti, soluzioni e riducendo i tempi di risposta», afferma **Mauro Busetto**, operatore Customer Service a Venezia. Secondo **Nicola Esposito** (Roma), «l'introduzione di AI KNOW consente di trovare le informazioni necessarie a soddisfare le richieste dei clienti in modo puntuale e rapido». Per **Caterina Chistolini** (Roma), «AI KNOW migliora notevolmente l'efficienza, consultando una quantità significativa di documenti e fornendo risposte pertinenti alle esigenze specifiche del cliente», e il lavoro «è diventato più rapido, preciso e semplice», mentre **Daria Ciaramella**, che risponde alle richieste dei clienti da Siracusa, sottolinea: «La fusione tra un applicativo di ultima generazione e la cortesia di noi operatori renderà AI KNOW un

ulteriore strumento di crescita del nostro servizio». **Concetta Cortese**, anche lei operatrice a Siracusa, aggiunge: «Grazie all'implementazione dell'IA si rilevano meno errori interpretativi, il servizio al cliente migliora, le risposte sono più complete e univoche». **Donatella Dotto**, operatrice a Palermo, aggiunge: «Con AI KNOW si ha la possibilità di ricercare le informazioni utili in minor tempo, ottenendo una risposta più completa e specifica, e di essere aggiornati in maniera costante. È un'innovazione significativa per consolidare la qualità del servizio». L'incontro tra intelligenza umana e artificiale è vincente secondo **Filippo Emanuele Quattrone**, operatore di call center a Reggio Calabria: «La collaborazione tra operatori e IA porta a una maggiore efficacia operativa». Per **Gabriella Prospero** (Pescara) «l'utilizzo di un lessico puntuale incontra il consenso del cliente perché esauritivo e comprensibile; è migliorabile, per colmare lacune e mancate risposte servono feedback produttivi, integrativi: un supporto dinamico non può prescindere dal contributo umano».

Alleato

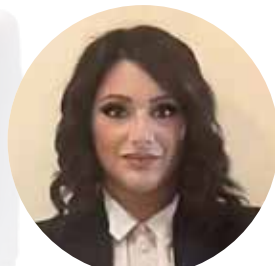
Parla di «svolta epocale» **Bruna Regolo** (Reggio Calabria): «È una "risorsa" da gestire e implementare con razionalità umana. Solo così, sarà un valido supporto per semplificare e velocizzare il lavoro quotidiano, diventando strumento utile per l'operatore e il trait d'union con la clientela». **Claudia Dilonardo**, da Taranto, conferma: «AI KNOW ha rivoluzionato il modo in cui forniamo assistenza». Una rivoluzione anche per **Raffaella Sciaiboletta** (Perugia): «La possibilità di lavorare in tempo reale sugli stessi documenti ha ridotto i tempi di risposta e aumentato la coerenza delle informazioni condivise. Questo ha portato a una maggiore efficienza e a una riduzione degli errori». **Renato Adenzato** la chiama «assistenza con le 3C»: cordialità, competenza, connessione. «L'IA è diventata una vera alleata. Mi aiuta a lavorare meglio, a essere più efficiente e a offrire un'assistenza più empatica e centrata sulle persone. Mi sento parte di un cambiamento importante, in cui la tecnologia non sostituisce il mio ruolo, ma lo arricchisce.



Valerio De Santis



Nicola Esposito



Caterina Chistolini



Bruna Regolo



Mauro Busetto



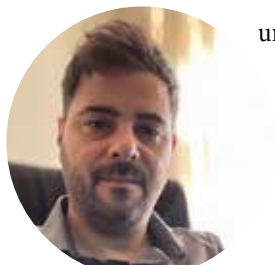
Daria Ciaramella



Nadia Calabrese



Gabriella Prospero



Filippo E. Quattrone



Claudia Dilonardo



Raffaella Sciaiboletta



Renato Adenzato



Concetta Cortese



Donatella Dotto



Premio Nazionale per l'Innovazione

AI Know di Poste è stata insignita nel 2024 del Premio Nazionale per l'Innovazione di Confindustria-Imprese per l'Italia

Stiamo vivendo una nuova fase dell'assistenza clienti, più umana proprio perché supportata dall'intelligenza artificiale». **Adriana Federico** (Caltanissetta) utilizza AI KNOW per Poste Energia: «Le risposte fornite ai clienti sono sempre più standardizzate, precise e di facile reperimento, il rilascio del feedback alla risposta che elabora contribuisce a migliorare la sua efficacia». Anche **Desiree Parisi**, di Napoli, si focalizza sull'importanza di «allenare» l'intelligenza artificiale: «Non nascondo la difficoltà iniziale su "come" porre le domande, il prompt, ma è bastata qualche settimana per entrare in sintonia con AI KNOW che ormai è diventato il mio supporto quotidiano di cui non potrei più fare a meno! Un "amico" tanto da dargli anche il buongiorno al mattino! Trovo molto utile anche la funzione di affinamento delle risposte, la possibilità di "rigenerare" la risposta, cogliendone nuove sfumature e di copiare il risultato direttamente nel campo note. Uno strumento dinamico, "vivo" che, se opportunamente utilizzato, non potrà che essere domani migliore di oggi».



Adriana Federico



Desiree Parisi

FOCUS 6 I tempi di lavorazione di una pratica gestita da Poste sono estremamente ridotti

Semplice, veloce, umana: ecco la nuova era delle successioni

Il nuovo Progetto Successioni è un fiore all'occhiello della nostra azienda, in quanto unifica i sistemi e velocizza i processi, aumentando e migliorando l'interazione tra i diversi settori: i pareri sulla Scrivania Digitale nelle voci dei protagonisti

Fino a qualche anno fa **Elena Clari**, oggi Referente Programmazione e Controllo operativo del Centro Servizi Trasversali di Trieste, distribuiva le pratiche cartacee di successione ai colleghi, svuotando e maneggiando le casse gialle che provenivano da tutto il Nord Italia. Oggi quelle casse non ci sono più e la carta è pressoché scomparsa: «L'evoluzione ci ha portati a una selezione dei processi fino all'utilizzo della Scrivania Digitale che gestisce tutto il flusso in



Elena Clari

OBIETTIVI E VANTAGGI DELLA PROGETTUALITÀ DEL NUOVO PROCESSO SUCCESSIONI



Loredana Gargano

maniera telematica. La digitalizzazione ci consente di ottimizzare, velocizzare, snellire il lavoro, nell'ottica della soddisfazione del nostro cliente interno, l'ufficio postale, ma soprattutto di quello esterno finale». Conferma **Loredana Gargano**, che si occupa di successioni dal 2017 presso il Centro servizi di Bari: «Posso affermare – racconta – che l'attività si è considerevolmente evoluta. C'è stato un epocale passaggio nel 2020, fino ad allora l'istruttoria prevedeva la lettura dei documenti cartacei, nell'attesa che la raccomandata di servizio provenisse dai singoli uffici con inevitabili ripercussioni sui tempi di gestione. Con il passaggio alla lettura della documentazione digitale, abbiamo sensibilmente migliorato la gestione del tempo attraverso un processo più snello ed efficace».

Il progetto successioni

La semplificazione delle pratiche, il miglioramento della user experience, la dematerializzazione della modulistica, la multicanalità e la gestione della successione come pratica commerciale sono gli obiettivi alla base del nuovo Progetto Successioni, che ha dato vita alla Scrivania Digitale per snellire i processi e ridurre i tempi, come spiega **Filomeno Rombaldi**, dal 2019 in forza al Centro Servizi di Bari prima come operatore e attualmente come specialista: «Il nuovo Progetto Successioni è un fiore all'occhiello della nostra



Filomeno Rombaldi

azienda, in quanto unifica i sistemi e velocizza i processi, aumentando e migliorando l'interazione tra il nostro centro e gli uffici postali. Il nuovo sistema – prosegue – racchiude tutte le tipologie di pratiche esistenti, con la possibilità di verificare la

documentazione successoria all'interno della stessa piattaforma». Processi e sistemi sono stati rivisti e rinnovati con le firme degli eredi e l'integrazione della documentazione in circolarità e dematerializzata, la dichiarazione di credito real time, l'acquisizione e archiviazione elettronica dei documenti necessari. Il rollout è stato avviato e vedrà il completamento entro l'anno, le funzionalità saranno arricchite con una forte evoluzione verso i canali digitali e l'introduzione di strumenti di passaggio generazionale per anticipare la gestione successoria. «Il nuovo progetto "scrivania digitale" rappresenta un'importante innovazione per l'azienda in quanto semplifica i processi lavorativi migliorando l'efficienza di ogni singolo operatore e offrendo così servizi più rapidi e personalizzati ai clienti», conferma **Angela Malerba**, specialista nel Centro Successioni di Bari.

I vantaggi del nuovo sistema

Oggi i tempi di lavorazione di una successione gestita da Poste Italiane sono estremamente ridotti, attestandosi tra i 10 e i 15 giorni, mentre le altre attività necessarie all'espletamento della successione, in capo ai clienti, possono richiedere un tempo estremamente più lungo, che può arrivare fino a tre mesi. Per questa ragione Poste sta lavorando all'estensione delle funzionalità e dei servizi da mettere a disposizione dei clienti, creando un modello di servizio evoluto unico, personalizzato sulle esigenze del cliente. **Nicoletta Iurino** lavora al centro servizi di Bari dal 2022, dopo 6 anni nel recapito: «Nel mio processo di apprendimento Scrivania Digitale ha rappresentato una pietra miliare. Un processo lavorativo guidato, chiaro e comprensivo mi ha permesso di apprendere le novità di questa attività, in tutte le sue fasi, dalla comunicazione del



Angela Malerba



Nicoletta Iurino



Manuela Praseli

decesso sino alla liquidazione dei rapporti a favore degli eredi».

Secondo **Cristina Giraldi**, che si occupa di successioni dal 2022, una volta circoscritte le difficoltà operative, la nuova piattaforma Feu (Front-end unico) «si rivelerà uno

strumento utilissimo sia in termini di semplificazione del lavoro che di ottimizzazione delle tempistiche». «Da un punto di vista operativo – aggiunge **Clementina Musicco**, Operatore Senior del Centro

Successioni di Bari – il sistema racchiude in un unico contenitore tutte le tipologie di pratiche esistenti, in virtù della possibilità di consultare tutta la documentazione successoria all'interno della stessa piattaforma».

Il lato umano delle successioni

Angelo Trisolini è Capo settore del Centro Servizi Trasversali di Bari Hub. Dal 2018, ha seguito il progetto di sviluppo che ha portato alla creazione di Scrivania Digitale: «Mentre l'Italia si fermava durante il lockdown, il nuovo applicativo ci consentiva di lavorare da remoto, contribuendo allo sviluppo di un nuovo metodo di lavoro». L'Azienda ora è al lavoro per sviluppare nuovi servizi di automazione che, anche nelle successioni, migliorino la relazione con il cliente sfruttando – perché no – l'intelligenza artificiale. Non bisogna però dimenticare che le persone che si presentano all'ufficio postale per una successione sono nella maggioranza di casi in una condizione psicologica vulnerabile e alle prese con un lutto da elaborare: «Tra le infinite storie che abbiamo conosciuto – ricorda Trisolini – mi piace



Clementina Musicco



Angelo Trisolini

porre l'accento sull'amore, espresso in tutte le sue versioni. Come quella scheda testamentaria nella quale il marito scriveva una lettera alla propria moglie ringraziandola per la vita trascorsa insieme». Di successioni complesse – legate a uxoricidi, femminicidi e decessi causati al Covid – si è occupata al CST di Trieste **Manuela Praseli**: «Ogni

giorno entriamo in punta di piedi e con discrezione nella vita degli italiani. A breve avremo anche un nuovo applicativo che semplificherà una parte del lavoro togliendo alcune lavorazioni data entry e ci permetterà di concentrarci meglio sull'analisi della documentazione complessa, sui reclami e sulla conclusione della pratica con tempistiche più veloci per poter soddisfare la nostra clientela e dimostrare così agli eredi la nostra affidabilità e, seppur in un momento particolare della loro vita, garantirgli sicurezza

serietà trasparenza». Tante ne ha viste **Giovanni Dimase**, Referente prodotti e servizi del CST di Bari che ha partecipato alla creazione del Centro Successioni e alla stesura di tutti i manuali operativi: «Ho avuto modo di visionare tantissimi testamenti: un grande spaccato della società fatta di solidarietà, umanità e impegno sociale che ha profondamente segnato la mia vita. Oggi – prosegue – abbiamo una nuova sfida con Scrivania Digitale e l'intelligenza artificiale, con la prospettiva di rispondere con celerità alla richiesta del cliente. Nel mio percorso lavorativo ho constatato il bisogno di una soluzione per reali esigenze familiari dove l'uomo deve prevalere sulle procedure: spesso abbiamo avuto gratificanti apprezzamenti che ci hanno messo nella condizione di lavorare con grande soddisfazione, alcune volte anche sonori rimproveri».



Giovanni Dimase

FOCUS 7 Le testimonianze dei Developer DTO in prima linea nella trasformazione dell'azienda

Parlano i nostri sviluppatori IA: creatività e pensiero critico

Gli ingegneri e gli informatici di Poste Italiane riconoscono nell'innovazione tecnologica un acceleratore del cambiamento per semplificare i processi, migliorare ogni ambito - dalla logistica ai servizi finanziari - e aiutare clienti e colleghi

«Progettare sistemi di IA realmente utili significa partire da bisogni concreti, unendo dati di qualità, precisione algoritmica e comprensione del contesto. L'IA non è solo tecnologia, ma un cambio di paradigma che richiede visione, competenze e governance. Deve essere trasparente, spiegabile e "discreta": un alleato intelligente nella quotidianità di clienti e colleghi». Usa queste parole **Cosimo Birtolo**, Responsabile AI HUB DTO, per spiegare l'attività dei Developer della funzione Digital Technology & Operation di Poste Italiane. «Come AI Hub - aggiunge - uniamo ricerca e pratica: dall'ottimizzazione dei percorsi alla segmentazione clienti, fino alla predizione dei pagamenti ricorrenti trasformati in alert proattivi». Per **Lorenzo Gangemi**, Responsabile Data Office, «in Poste Italiane puntiamo fortemente sull'innovazione tecnologica come motore principale della trasformazione» e «l'intelligenza artificiale rappresenta un potente acceleratore di questo cambiamento, con i dati al centro come leva strategica e patrimonio distintivo. L'IA - prosegue - ci consente di supportare le persone nelle loro attività, ottimizzare ambiti cruciali per il business e personalizzare l'esperienza dei nostri clienti. La chiave è progettare soluzioni che semplifichino il lavoro e valorizzino il contributo umano».

«Potenziare» gli umani

Ma cosa significa essere un Developer di DTO e lavorare allo sviluppo dell'intelligenza artificiale? Ce lo spiegano i diretti interessati: «Oltre alle competenze tecniche, servono curiosità e problem solving. La sfida è democratizzare l'IA, rendendola uno strumento utile per tutta l'azienda», sottolinea **Alessio Giordano**. **Marco Immediato** spiega: «Dietro ogni IA che fa cose utili c'è uno sviluppatore che ha sudato sette camicie. Il bello? Le facciamo lavorare per noi! Meno noie ripetitive, più tempo per risolvere problemi veri... o almeno provarci con stile». **Francesco Cina** aggiunge: «L'IA non è solo algoritmi: servono creatività, lavoro di squadra e pensiero critico. In Poste lavoriamo su IA conversazionale e automazione. La sfida è creare soluzioni adottabili da ogni reparto e utili nel lavoro quotidiano, senza complicare i processi». «Il mio obiettivo - afferma **Fabio Fava** - è creare strumenti intelligenti che semplifichino il lavoro delle persone e contribuiscano a rendere Poste Italiane sempre più innovati-



Cosimo Birtolo



Alessandro Maccari



Lorenzo Gangemi



Erica Occhionero



Alessio Giordano



Francesco Zurolo



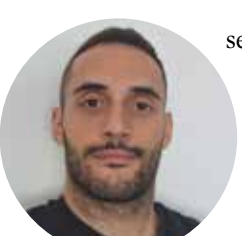
Marco Immediato



Giorgia Rocchetti Campagnoli



Francesco Cina



Andrea Lenzi



Fabio Fava



Daniele Giannicola



Giuseppe Amoroso



Mariachiara Manoccio

va ed efficiente». All'interno dell'Innovation Lab **Giuseppe Amoroso** lavora per trasformare processi e soluzioni aziendali: «L'IA affianca e potenzia l'uomo, ma sono il pensiero critico e la visione sistemica a guidarne l'uso nei contesti reali». Secondo **Alessandro Maccari**, «l'IA sta trasformando il mondo del lavoro grazie alla combinazione tra competenze tecniche e capacità di analizzare i problemi. Per essere davvero efficace, tutti devono saperne leggere gli output e comprenderne le potenzialità, altrimenti resta solo un sofisticato esercizio teorico». Anche per **Erica Occhionero**, «l'IA accelera l'apprendimento e potenzia il nostro lavoro, ma la vera magia nasce quando incontra intuizione e pensiero critico. È la mente umana a darle valore». La competenza più importante? La risposta ce la dà **Francesco Zurolo**: «Individuare dove l'IA può supportare e potenziare l'ingegno umano, con visione, responsabilità e spirito critico».

Soluzioni concrete

Fondamentale è il lavoro di squadra per **Giorgia Rocchetti Campagnoli**: «Tutte le persone coinvolte, devono fare lo sforzo di trasformare un processo digitale o manuale in un processo governato dall'IA generativa, per creare soluzioni volte a semplificare le normali responsabilità quotidiane». «Sviluppare IA in Poste - le fa eco **Andrea Lenzi** - significa trasformare teorie complesse in soluzioni tangibili che migliorano logistica e customer care». Creare soluzioni per l'attività quotidiana di Poste è la stella polare per tutti gli AI Developer. «Nel team Artific Intellig Hub - spiega **Daniele Giannicola** - unisco ingegneria e IA per trasformare esigenze complesse in soluzioni concrete». **Mariachiara Manoccio** lavora allo sviluppo di modelli predittivi e assistenti virtuali per supportare clienti e colleghi: «Ogni progetto presenta nuove sfide e opportunità e mi dimostra quanto l'IA possa offrire soluzioni utili e migliorare la vita di tutti i giorni». **Francesca Bottino** sottolinea come in Poste abbia trovato «il terreno per trasformare modelli teorici in soluzioni data-driven concrete, come la categorizzazione intelligente delle transazioni bancarie», mentre **Stefano Ciancaleoni** osserva: «Negli ultimi anni le competenze si sono evolute da modelli statistici e reti

neurali tradizionali verso tecniche avanzate di IA generativa. L'approccio si è ampliato grazie all'accesso a dati non strutturati da fonti eterogenee».

Processi intelligenti

A beneficiare dello sviluppo dell'intelligenza artificiale sono e saranno tutte le persone e le componenti dell'azienda. **Michele Pangrazi** sottolinea: «Trasformiamo prototipi avanzati in soluzioni operative, migliorando i processi aziendali». «Nel mio ruolo di AI Specialist - aggiunge **Paolo Servillo** - la vera sfida è progettare soluzioni affidabili, accessibili e realmente integrabili nei processi aziendali con un approccio più olistico, iterativo e focalizzato sul miglioramento continuo». «Applico modelli di data mining per riconoscere transazioni ricorrenti dei clienti PostePay e avvisarli prima della scadenza dei loro abbonamenti», racconta **Alessandro Montoli**. **Elena Nieddu** lavora a contatto con gli ambiti logistici e bancari: «Trovo che l'elemento più importante per creare una IA che ci aiuta e ci rappresenta davvero sia l'ascolto reciproco e la condivisione consapevole delle scelte tecnologiche fra le varie "anime" dell'azienda». All'interno dell'Innovation Prototyping Lab **Edoardo Giordani** progetta e sviluppa soluzioni basate su intelligenza artificiale e robotica, con l'obiettivo di ottimizzare la logistica e migliorare l'efficienza dei processi aziendali: «Il nostro ruolo non è più solo tecnico, ma anche strategico: progettiamo sistemi intelligenti capaci di affrontare l'incertezza, adattarsi al cambiamento e generare valore concreto per l'impresa».



Stefano Ciancaleoni



Michele Pangrazi



Paolo Servillo



Alessandro Montoli



Elena Nieddu



Edoardo Giordani

Applicazioni di IA

Churn Prediction, il sistema che previene la perdita dei clienti

Trattenere un cliente costa molto meno che conquistare uno nuovo: fino a sette volte in meno. È la logica alla base della "Churn Prediction", una tecnologia di IA utilizzata da Poste per prevenire la perdita di clienti. Si basa sull'analisi dei comportamenti dei clienti, con l'obiettivo di calcolare la probabilità che uno di essi disdica un contratto o non rinnovi un abbonamento nei mesi successivi. Grazie all'uso di modelli di IA, è possibile identificare pattern nascosti nei dati e intervenire prima che sia troppo tardi. L'IA è anche in grado di determinare la probabilità che un conto corrente venga chiuso nei tre mesi successivi, incrociando dati su transazioni, giacenze, prodotti posseduti e persino caratteristiche anagrafiche del cliente.

L'AMICO CHE SA

Si fa strada anche l'utilizzo dei modelli generativi - i Large Language Models - che rivoluzionano l'interazione con le informazioni. Progetti come "L'amico che sa", un assistente digitale pensato per i dipendenti di Poste, permettono di interrogare e comprendere in modo conversazionale enormi quantità di documenti e dati.

FOCUS 8 Tutti i prodotti e i servizi di Poste a disposizione dei clienti sulla nuova applicazione

LA RIVOLUZIONE DELL'APP UNICA

Conti, carte, libretti, polizze e utility in un solo touch point personalizzato

Il punto di accesso alla piattaforma omnicanale del Gruppo mette al centro la customer experience massimizzando i benefici e aumentando le opportunità di ingaggio. Ecco i principi che la rendono davvero "unica"

La nuova App Poste Italiane rappresenta il principale pilastro della strategia omnicanale del Gruppo e integra in un'unica app tutti i servizi di Poste Italiane: i servizi postali, conti, carte, buoni e libretti, polizze, i prodotti telco e utility, superando l'attuale frammentazione dei diversi touch point. Con l'App Poste Italiane, il cliente può non solo inviare posta e pacchi, tracciare le sue spedizioni e prenotare un appuntamento in ufficio postale, precompilando i moduli eventualmente necessari, ma anche pagare bollettini, fare ricariche e bonifici, pagare online o nei negozi, inviare e ricevere denaro, domiciliare le bollette e prelevare senza carta. Può inoltre avere a portata di mano la gestione dei prodotti in suo possesso, dalla visualizzazione del saldo del conto corrente alla gestione della fornitura luce e gas e, con il nuovo Pwallet, avere a disposizione in un unico punto le carte di pagamento, i dati e le immagini dei documenti di identità (seppur senza valore legale), delle carte fedeltà e delle prenotazioni in ufficio postale.

Best-in-class

L'App Poste Italiane è una piattaforma sviluppata in ottica best-in-class secondo sei principi cardine che ne delineano il carattere di unicità.

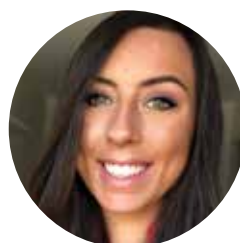
Semplicità e coerenza: le funzionalità e i percorsi sono stati realizzati con l'obiettivo di risultare intuitivi, lineari e coerenti, in modo tale da facilitare l'utente nell'utilizzo e da incoraggiarlo nella scoperta di nuovi prodotti e servizi.

Personalizzazione e contenuti dinamici: la soluzione fa leva su logiche di personalizzazione, profilazione ed engagement commerciale, in modo tale da garantire un coinvolgimento costante e personalizzato dell'utente, in funzione del suo profilo di appartenenza.

Innovazione: l'infrastruttura dell'App Poste Italiane è basata su una piattaforma innovativa future-proof, che consente di recepire tempo per tempo nuovi trend tecnologici, in modo tale



Alcuni dei colleghi del core team di DTO che ha lavorato allo sviluppo dell'App Poste Italiane



Annalisa Papa



Cosimo Parente



Gemma Oranges



Jacopo Bolzan



Laura Penna



Roberto Catuogno

da favorire un costante coinvolgimento emotivo dell'utente, che ne giustifichi l'utilizzo quotidiano e integra per la prima volta l'intelligenza artificiale ge-

nerativa. **Omnicanalità:** la nuova app ha l'obiettivo di diventare un ponte tra canale fisico e mondo digitale, offrendo esperienze integrate e senza soluzione

di continuità e garantendo una maggiore soddisfazione dell'utente nella sua interazione quotidiana con il Gruppo.

Scalabilità: la soluzione deve poter diventare il principale touch point digitale per i cittadini italiani, contribuendo alla riduzione del digital divide. La piattaforma sarà costantemente arricchita ed evoluta in ottica di ecosistema che si concentra non solo sulle linee di business Poste ma si amplia anche con nuovi servizi e funzionalità legati alla Pubblica Amministrazione e alle future esigenze del cittadino agevolando la fruizione di tutti i servizi oggi disponibili nell'Ufficio Postale.

Inclusività e modernità: L'app Poste Italiane è stata progettata per essere nativamente accessibile a tutti gli utenti.

I premi

L'App Poste Italiane è stata vincitrice nel 2024 dei seguenti riconoscimenti

Eletto Prodotto dell'anno 2024

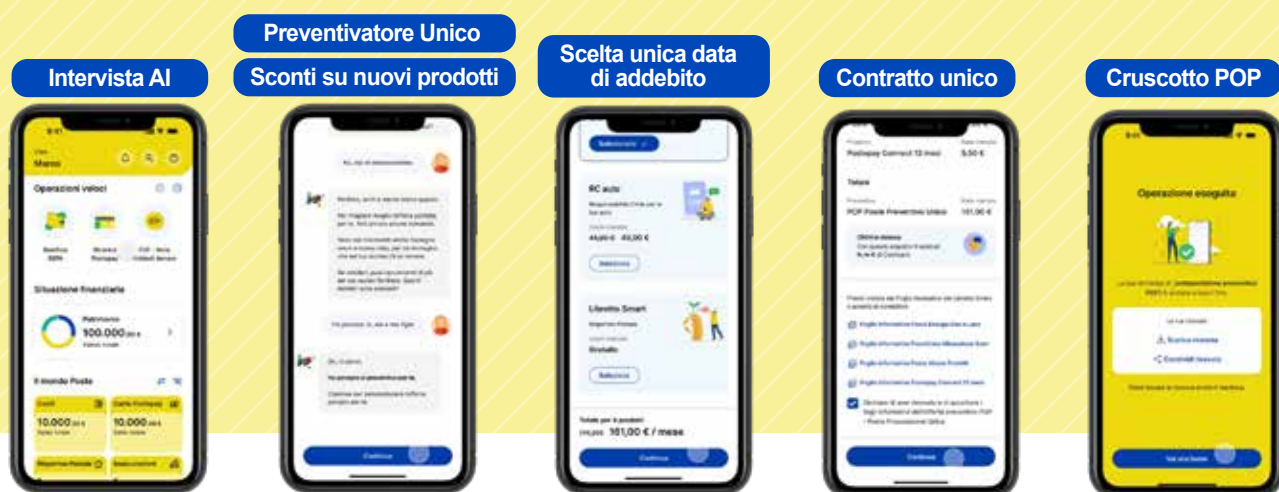
Digital Experience Awards - Winner 2024 Best Mobile App Experience

2024 MF Banking Awards - Innovazione Award

INSIEME Connecting Ideas

POP, uno strumento digitale per preventivi su pacchetti multiservizi

Premiato all'ultima edizione di "INSIEME Connecting Ideas", il progetto POP-Poste One Proposition è uno strumento digitale unico per sottoscrivere e gestire tutti i prodotti Poste, con data di addebito personalizzabile. Permette di accedere a un preventivo unico, a sconti su pacchetti multiservizio e la gestione unificata dei pagamenti. Attraverso un'intervista gestita dall'intelligenza artificiale, POP formula la proposta migliore per il cliente riunendo più prodotti e servizi in un unico contratto. A svilupparlo sono stati Marco Buonvino (DTO), Francesco Giannini (PostePay - BU Energia), Giulio Morelli (PosteVita) e Alessio Spinoso (BP).



FOCUS 9 L'esperienza di alcuni colleghi che hanno partecipato al LabAI Literacy

«I corsi di formazione sull'IA ci aiutano a capire il mondo che cambia»

La comunità aziendale ha accolto con entusiasmo le iniziative formative organizzate per comprendere i cambiamenti legati all'intelligenza artificiale. Fra i temi affrontati la sicurezza e l'uso responsabile

Non c'è ambito dell'Azienda in cui l'introduzione dell'IA non abbia avuto un impatto positivo in termini di produttività e qualità. Ed è per questo che Poste ha organizzato corsi di formazione sull'IA aperti a tutta la comunità aziendale. «L'intelligenza artificiale sta diventando il cavallo di battaglia della vita quotidiana di ognuno di noi e quindi mi ha incuriosito vederla applicata nel nostro ambito lavorativo», afferma **Stefania Parravano**. **Stefano Hayatian** ha seguito i corsi sull'IA «per approfondire questa tecnologia che libera da compiti ripetitivi, per concentrarmi sui contenuti e per costruire una nuova professionalità». «Curiosità, voglia di innovare e ottimizzare il lavoro» hanno spinto a seguire i corsi di approfondimento on demand **Nicola Altieri**. «L'utilizzo dell'IA – sottolinea – accelera le attività di pianificazione e di supporto alla rete di vendita, migliora la qualità e riduce gli errori».

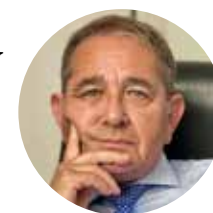
Nuove opportunità

I corsi si sono rivelati molto interessanti anche per i colleghi di MP **Leonardo Colucci** sottolinea: «Come si fa a non essere interessati a quella che sarà probabilmente la più grande rivoluzione di tutti i tempi». Secondo **Alessandro Marazzi**, «l'IA è un argomento a cui lavoratori e aziende dovrebbero porre molta attenzione, per questo ho colto l'opportunità del percorso formativo». **Filippo Catalano** commenta: «Conoscere e usare correttamente i nuovi strumenti che questa tecnologia offre ci apre nuove opportunità». «Ritengo – afferma **Salvatore Padula** – che il percorso formativo abbia toccato argomenti essenziali: la sicurezza, l'uso responsabile dell'IA, la tutela della privacy e l'impatto sul lavoro». «Ho potuto non solo acquisire delle conoscenze generali sull'argomento, ma anche delle competenze tecniche su come utilizzare l'IA», sottolinea **Giulia Donnini**. In PCL, come spiega **Marco Bellardinelli**, «l'interesse per l'IA nasce dal desiderio di crescere professionalmente e affrontare il cambiamento», mentre **Valentina Gentile** sottolinea: «L'adozione di soluzioni basate su IA rappresenta un passo strategico per migliorare l'efficienza operativa e offrire un'esperienza cliente personalizzata e tempestiva». **Michele Profumo**, **Paolo Rogialli** e **Miche-**

la Rosso lavorano a Postel a Genova. «Ho colto al volo l'opportunità del corso ed è stato utilissimo», sottolinea **Michele**. «Mi appassiona tutto quanto può portare nuove idee» aggiunge **Paolo**. Per **Michela** «l'IA è un'opportunità di sviluppo innovativo e digitale che si affianca all'imprescindibile valore delle persone». Da Genova parla anche **Cristina Esibiti**: «La conoscenza abbate la diffidenza, l'operatore da scettico può diventare promotore verso gli altri colleghi».

Le sfide della tecnologia

Nella galassia Postepay, i corsi sono stati occasione di confronto e di crescita: «La formazione mi ha aiutato a comprenderla e a usarla con consapevolezza», afferma **Marco Gasparri**. Per **Selene Lancia** «l'interesse per i corsi di formazione nasce da un'esigenza concreta: rimanere competitivi in un mercato che sta cambiando rapidamente». «I corsi di Poste – afferma **Federico Lombardi** – mi hanno dato strumenti, fiducia e competenza per affrontare attivamente il cambiamento». **Alessio Paolotti** ha seguito il corso convinto che «l'IA sia uno strumento formidabile per aumentare la produttività». **Donato Mecca** spiega: «La presentazione di esempi di applicazione concreta dell'IA mi ha permesso di iniziare a immaginare possibili soluzioni». «Mi auguro che l'IA – aggiunge **Nicoletta Mariano** – possa contribuire al miglioramento dell'analisi dati, all'automatizzazione di processi complessi e ripetitivi, per sfruttare quelle abilità che caratterizzano l'essere umano». **Gian Fernando Patriarca** sottolinea che la sua curiosità per l'innovazione «trova nell'IA un alleato strategico»: «La vera sfida per noi – aggiunge – sarà sviluppare nuove competenze per farla diventare una forza che amplifica il potenziale umano». Anche i colleghi di Risorse Umane giudicano positivamente i corsi che hanno seguito. **Diego Aquila** pensa che «l'IA potrà ottimizzare processi come la ricerca di candidati o l'analisi del clima aziendale», mentre **Serafina Zaccaria** ha colto l'occasione «per accrescere la conoscenza su questa tematica». **Silvia Sanfilippo** commenta: «La mia curiosità è rivolta sia all'aspetto tecnologico sia alle ripercussioni etiche e sociali. Capire l'impatto che avrà sul pensiero critico». «Gli strumenti basati sull'IA – dice **Orietta Rampello** – potrebbero for-



Diego Aquila



Serafina Zaccaria



Silvia Sanfilippo



Orietta Rampello



Lara Mancassola



Irene Monorchio



Massimo Pansa



Gessica Cariboni



Domenico Caccia



Lorenzo Montrucchio



Maria Domenica Sambataro



Ugo Boasso



Stefania Parravano



Stefano Hayatian



Nicola Altieri



Leonardo Colucci



Alessandro Marazzi



Filippo Catalano



Salvatore Padula



Giulia Donnini



Marco Bellardinelli



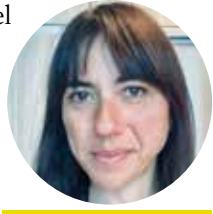
Valentina Gentile



Michele Profumo



Paolo Rogialli



Michela Rosso



Cristina Esibiti



Marco Gasparri



Selene Lancia



Federico Lombardi



Alessio Paolotti



Donato Mecca



Nicoletta Mariano



Gian Fernando Patriarca

nire risultati più precisi e accurati, riducendo gli errori e migliorando la qualità del lavoro». Per **Lara Mancassola**, «l'IA ci rende più efficaci nel lavoro, e la buona formazione vince i pregiudizi». Dalle altre funzioni **Irene Monorchio** sottolinea: «La curiosità, il desiderio di crescere e di stare al passo: questo ha stimolato il mio interesse per corsi di formazione proposti dall'azienda». Per **Massimo Pansa** la «presenza pervasiva» dell'IA è stata una motivazione per approfondire le competenze, «con l'obiettivo di acquisire una comprensione di queste tecnologie». **Gessica Cariboni** ha frequentato il corso «per capire come l'IA possa rendere il lavoro più smart e innovativo», mentre **Domenico Caccia**, auspica la nascita di un'algor-etica perché «l'IA predittiva rileva scarti tra atteso e reale, ma non capirebbe che gira la Terra, non il Sole». Secondo **Lorenzo Montrucchio** «è fondamentale avere la possibilità di frequentare corsi di formazione per capire l'IA. Chi conosce l'IA ha dei vantaggi nel suo quotidiano lavorativo e ha gli strumenti per capire il mondo che lo circonda». **Maria Domenica Sambataro** «L'IA stuzzica il mio interesse e i corsi di formazione mi hanno dato una panoramica completa». «È importante farsi trovare pronti al cambiamento soprattutto per poter essere un "IA Ambassador" per i colleghi che ancora non riescono a riconoscere i vantaggi e le opportunità che questa tecnologia offrirà», conclude **Ugo Boasso**.

Le strategie usate per orientarsi tra le cascine e le contrade delle zone rurali. Ma anche in città

Per le consegne mappe e disegni i portalettere più forti della tecnologia

Nei centri di distribuzione esistono tracciati minuziosi messi a disposizione dei sostituti e delle future generazioni di postini e c'è chi è capace di "teleguidare" i colleghi basandosi su un cane che abbaia dietro la serranda di un podere sperduto



di **Pierangelo Sapegno**

Il postino è un viaggiatore. Siamo tutti viaggiatori nati, abbiamo polvere di stelle nelle vene e una mappa negli occhi. Solo che il postino fa sempre lo stesso viaggio, lo ripete tutti i giorni e alla fine non basta mai, perché qualsiasi luogo resta un mistero senza soluzione. Puoi conoscerlo, non risolverlo. I luoghi mutano, invecchiano. A volte rinascono. Bè, il postino è il suo scrittore. Tiziana Pistolesi si fa oltre 20 chilometri dal Centro di Distribuzione di Ponsacco, Pisa, per arrivare alla zona di recapito, lungo strade polverose che fumano tra campi e cascine sperdute, quasi irraggiungibili. Per orientarsi ha cominciato a prendere appunti e scrivere quaderni pieni di indicazioni. «L'ho fatto perché quando inizi a lavorare in un'area nuova, non sai dove ti possono portare quelle strade che non conosci. Ci ho messo mesi di lavoro, ma credo di aver realizzato una cosa utile, soprattutto per gli altri, per chi mi deve sostituire quando non ci sono». L'Azienda lavora quotidianamente al fianco delle amministrazioni comunali di tutta Italia per risolvere i problemi della toponomastica e per sensibilizzare i cittadini sull'importanza dei nomi su cassette e citofoni. Ma non sempre le indicazioni a disposizione dei portalettere sono sufficienti. I quaderni di Tiziana, pieni di dettagli, vengono non a caso chiamati La Bibbia dai suoi colleghi. Se lei è in ferie, la prima cosa che fa Tania Mambrini, la responsabile del Centro di Distribuzione, è prendere i suoi quaderni e darli al collega che la deve sostituire. «Qui c'è tutto», gli dice. Eppure, a volte, non basta neanche quello. Tiziana ricorda che un giorno un collega l'ha chiamata al telefono: «L'ho accompagnato fino all'ingresso di un podere dove so che il cane di casa abbaia da dietro una serranda. Lui ha avvicinato il cellulare alle tapparelle e mi ha chiesto se lo riconoscevo».

Un'agenda piena di dettagli

È così che il postino scrive il suo romanzo. Con una mappa, che non è concepita solo in funzione di un itinerario. Ti dice dov'eri, dove sei e dove sarai, in un certo senso rappresenta tre tempi in uno. È un meraviglioso ideogramma di informazione a più voci. Lorenza Franza è portalette in nella zona di Sant'Angelo dei Lombardi, in provincia di Avellino, che si estende per circa 55 km quadrati, tra il centro storico, riportato dopo il terremoto alla struttura medievale originaria, e le viuzze strette e tortuose che si spingono fino ad abbracciare le tante contrade rurali tipiche del posto. Anche lei s'è costruita una guida: un'agenda piena di dettagli, particolari e peculiarità di ogni destinatario e di ogni abitazione, per sapere che la posta va consegnata a quel tale signore presso la casa rossa vicino al pino, a un altro in quella della statua dei due leoni, e «alla signora Teresa nella seconda palazzina a destra della seconda traversa a sinistra, dietro la colonna con l'aquila». Lorenza è stata così brava che ha censito pure delle frazioni vicine. Poi, come abbiamo visto, a tutto questo bisogna aggiungere il resto, perché, come annota Luca Angelini, postino nella frazione Braccagni e nella medievale



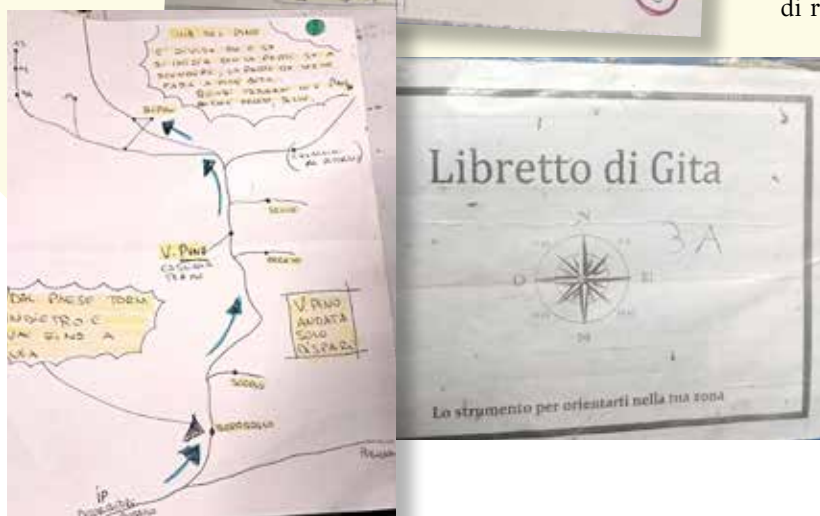
Montepescali, comune di Grosseto, «abbiamo anche ereditato mappe realizzate da portalettere precedenti, ma vanno sempre aggiornate e vissute sulla propria pelle. È su strada che la vivi, devi vedere con i tuoi occhi».

Vademecum indispensabile

Nelle zone rurali, molte volte le mappe hanno sostituito la toponomastica e nelle città ridefiniscono addirittura la composizione abitativa di un quartiere. Alla Garbatella, un paese nella metropoli romana con le sue costruzioni in stile barocchetto e agglomerati di edifici risalenti agli anni '20 e '30, oggi, come spiega bene Agostino Avenale, direttore del Centro Logistico Ostiense, tutto è cambiato: «Dove una volta c'era il portierato, adesso c'è un numero civico unico con all'interno 50 palazzine. Abbiamo gestito il problema creando delle rubriche con cognomi e ubicazione di tutti gli inquilini. Ad ogni nome corrisponde, nella nostra rubrica, il numero civico, l'interno e la scala. È una popolazione spesso anziana, difficilmente raggiungibile in altri modi». Un vademecum indispensabile. Alessia Foglio, per 19 anni portalette alla Garbatella e da due Specialista di Produzione, ci ha aggiunto la capacità di instaurare rapporti solidi e profondi con la gente del posto, tanto che «ancora oggi quando c'è un problema, molti clienti continuano a chiamarmi». È l'altra faccia del postino, che lo rende una figura speciale.

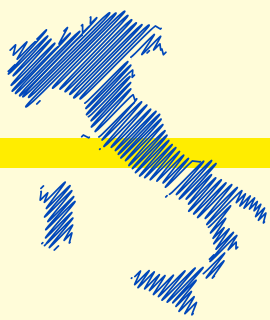
Una promessa narrativa

Il fatto è che per fare tutto questo bisogna proprio essere un postino speciale e «un gruppo unito, che fa squadra», sottolinea ancora Avenale. Una mappa, allo stesso tempo, non è solo una semplice cartina del territorio, con i suoi numeri, le strade e gli incroci, ma anche e soprattutto un insieme di relazioni, e, in quanto tale, una promessa narrativa. La distanza tra i luoghi, l'ubicazione degli edifici, e il dedalo di viuzze nell'intreccio di un villaggio, sono tutti elementi che imprime un moto a una storia e lasciano uno spazio per la scoperta, sono la trama di un racconto che si fonda sull'interazione con chi quei posti già conosce. Una mappa è come se ti parlasse: «Seguimi e non dubitare di me». Dice: «Io sono la terra nel palmo della tua mano. Senza di me, tu sei solo e sperduto». Ed è vero. Ci sono dei posti e delle lune che senza una mappa, un uomo sarebbe cieco e una città straniera. Si vive insieme per conoscersi. Come diceva Gus Grimly nella serie tv Fargo: «Penserai che sia buffo... ma volevo lavorare all'ufficio postale. Fare il postino. Mi piace il fatto di vedere le stesse persone, portare loro quell'assegno che aspettano o i regali di Natale. Far parte della comunità». ●





Segui
il viaggio
di Postenews
sul territorio



L'Italia di Poste

Nell'incontro con Postenews le testimonianze dei colleghi che lavorano nella città dei due mari

A Taranto c'è il giardino della RAM e la forza dei 410mila clienti di MP

«Gestiamo un patrimonio di 5,5 miliardi e ogni giorno 9mila cittadini entrano negli uffici postali», spiega il Direttore di Filiale Giuseppe Erario
L'impegno nel recapito nelle parole del capo RAM Giuseppe Policarpo: «Abbiamo creato uno spazio di confronto continuo con gli utenti»

Il Ponte Girevole è il simbolo indiscusso di Taranto, divide Mar Grande e Mar Piccolo, ma unisce passato e presente, la zona vecchia e il centro brulicante della città. Nella memoria dei tarantini, ogni sua apertura non è solo un gesto meccanico: è un respiro, un rito, una pausa tra due mondi che da secoli si guardano, si sfiorano, si fondono. A poche decine di metri da questa "porta del tempo" e dal luogo dove poco fa ha ormeggiato per settimane un simbolo della Marina Italiana come la nave Amerigo Vespucci, si staglia lo splendido palazzo di Poste Italiane, sede della filiale della città pugliese. Buona parte delle finestre di chi lavora nel palazzo si affaccia sul mare, incorniciando una vista splendida, che ha effetti positivi sull'umore e anche sulla produttività. Non a caso, i numeri significativi e la presenza radicata nel territorio fanno della Filiale di Taranto un punto di riferimento per il territorio. A presentarne l'andamento è **Giuseppe Erario**, Direttore di Filiale, che nell'incontro con Postenews ha illustrato dati e iniziative del presidio sul territorio. «In una provincia che conta circa 566 mila abitanti – di cui 190mila nella sola città di Taranto – ogni giorno sono circa 9mila i cittadini che si recano negli uffici postali. Un dato che riflette una capillarità ed efficacia operativa che hanno permesso a Poste Italiane di raggiungere il 75% di penetrazione sul territorio, con 421 mila clienti per un patrimonio gestito complessivo di 5,5 miliardi di euro». La rete si articola su 58 uffici postali: 10 centrali, 21 di relazione e il resto distribuiti sul territorio. La Filiale si distingue per una struttura fortemente "città-centrica" – il 30% degli UP si trova nel capoluogo – e con una bassa incidenza di uffici di piccole dimensioni. «I 24 uffici a doppio turno rappresentano infatti il 40% del totale e concentrano il



I colleghi della Filiale di Taranto davanti all'ingresso del palazzo che domina il lungomare del capoluogo ionico

70% del potenziale commerciale della provincia» aggiunge il DF.

In crescita continua

Anche sul fronte delle risorse umane, spiega **Vito Zizzi**, Resp RUO MP, la Filiale di Taranto si distingue per equilibrio e valorizzazione delle competenze: «Vi lavorano 563 persone, delle quali il 64% donne, con un'età media di 50 anni. L'investimento sulla formazione è tangibile, con il 21% del personale laureato (118 dipendenti), una delle percentuali più alte nell'ambito della rete commerciale». Dal 2021 sono state effettuate 24 nuove assunzioni, tra cui 15 Specialisti Consulenti in apprendistato e 9 Operatori di Sportello. «Un segnale di crescita concreta, ulteriormente confermato dalla stabilizzazione a tempo indeterminato di 10 consulenti e dallo sviluppo professionale di due operatori di sportello promossi al ruolo di Consulente Finanziario» prosegue Zizzi. Efficienza e attenzione al

cliente sono ulteriormente evidenziate dai dati sul servizio: presso l'ufficio di Taranto Centro, l'87% dei clienti viene servito entro i 15 minuti, grazie anche al ruolo strategico dell'ODA (Operatore di Accoglienza), figura chiave nella gestione dei flussi e nella customer experience. A testimonianza delle parole di Zizzi, quelle di **Valerio Loreforese**, Consulente finanziario a Castellaneta che sottolinea l'importanza della formazione, di **Francesco Di Lauro** che a Manduria Centro è Operatore Front End e definisce il suo lavoro l'evoluzione dello sportellista e di **Claudia Sgobbio**, OSP di Grottaglie 1.

Numeri commerciali e ottimi risultati

«Il patrimonio da 5,5 miliardi di euro – spiega invece il caposervizio commer-

ciale **Carlo De Laurentis** - è diviso tra risparmio (2,1 miliardi), investimenti (1,5 mld) liquidità (1,8 miliardi) e 88 milioni in previdenza. Su un totale di 421mila clienti, 227mila sono segmento Mass, 163mila Lower Mass e 29mila Affluent». Numeri di una Filiale in ottima salute che può contare su un capitale umano dinamico, come **Domenico Passeri**, SCM che segue «una zona di quattro piccoli uffici (per un totale di 150 milioni di patrimonio), dove tutte le filiali bancarie stanno chiudendo», e sulle performance di **Lucia Ungaro** che a Taranto

«Così proteggiamo chi lavora rispettando un palazzo storico»

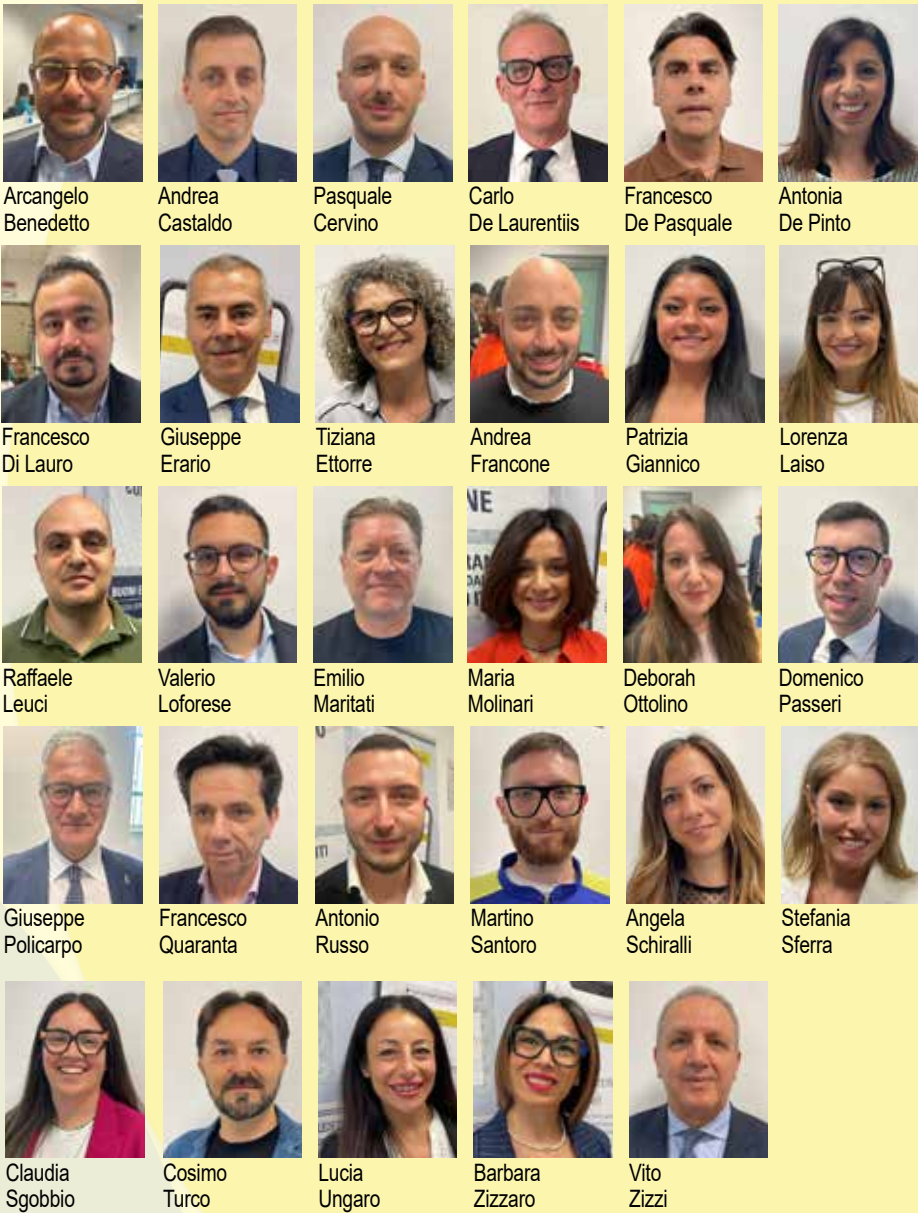
Affrontare il tema della sicurezza sul lavoro in un contesto architettonico di grande valore storico richiede un approccio integrato e consapevole. Ne è un esempio emblematico il palazzo di Taranto, risalente all'anno 1935, che oggi rappresenta una sfida complessa in termini di adeguamento alle moderne normative di sicurezza. «In contesti come questo, è fondamentale trovare un equilibrio tra la salvaguardia dell'integrità del bene e la protezione delle persone che ci lavorano ogni giorno», spiega **Micaela Buonocore** di Tutela Aziendale. Il palazzo, progettato dall'architetto Cesare Bazzani, raggiunge i 23 metri, a cui si aggiungono ulteriori 17 metri della torre centrale. In totale, la struttura si estende su una superficie di circa 6.700 metri quadrati. «Non si tratta solo di mettere in sicurezza un luogo di lavoro, ma di farlo nel rispetto di ciò che rappresenta: una testimonianza storica e architettonica che merita attenzione, studio e rispetto», conclude Buonocore.



Micaela
Buonocore



Le immagini del forum con Postenews



Un momento del Forum con il Direttore di Postenews Giuseppe Caporale

I clienti di Taranto

	€ Stock Patrimonio
TOTALE	5.5 MLD
RISPARMIO	2.1 MLD
INVESTIMENTI	1,5 MLD
LIQUIDITA'	1,8 MLD
PREVIDENZA	88 MLN

	Totale
Portafogli	137
Private	645
Affluent	29 mila
Mass	227 mila
Lower Mass	163 mila
Totale	421 mila

Ogni giorno entrano nei nostri Uffici Postali circa 9 mila clienti
Il 75% degli abitanti della Provincia è cliente Poste

Centro, riferisce, ha brillato nei «contratti energy, realizzandone 152 su un obiettivo di 140». I numeri di Taranto sono positivi anche per la Responsabile Gestione Operativa **Angela Schiralli**, con un focus sull'evoluzione digitale e i kpi in crescita su «prenotazioni digitali e anche un'ottima

performance sulle ricevute digitali e sulle RDS, ovvero le operazioni generate da app con QR code». Brilla anche la performance su PostePass, «ovvero l'identificazione digitale del cliente allo sportello: l'obiettivo nazionale è 0,5 Taranto è già a quota 2,3», spiega Schiralli. Da sottolineare anche il



Il team del Centro di recapito di Taranto

A Pulsano la consulenza è empatia e risultati



Micaela Emma

Pulsano è l'unico ufficio postale all'interno di un comune dove transitano circa 10mila clienti. Qui la consulente finanziaria **Micaela Emma** ha raccolto 3 milioni di euro, mentre il patrimonio dell'ufficio gestito dal direttore è di 68 milioni. «Sono entrata in Poste nel 2007 – racconta Emma – e sono consulente dal 2018. Sfrutto la mia laurea in psicologia entrando in empatia con i clienti: mi piace assisterli nel postvendita, soprattutto quelli più anziani. L'ambito che mi realizza di più è la consulenza assicurativa».

lavoro del DUP di Taranto **Francesco Quaranta**, che ha messo a punto un processo di evoluzione della control room, ideando un sistema di «controllo quotidiano di tutto ciò che avviene in ufficio postale, sia processi operativi che prodotti»: in sostanza la trasposizione digitale dei controlli che prima venivano fatti in modo manuale, un «progetto pilota attivo da febbraio 2022 che lascia anche traccia delle attività del DUP».

Il giardino della RAM

«Il punto di forza della provincia di Taranto nella logistica? La compattezza, un insieme di luoghi ben raggiungibili che non a caso chiamiamo "Il giardino della RAM" e che ci permettono ogni giorno il confronto continuo con gli utenti»: per il capo RAM **Giuseppe Policarpo** è questa la sintesi del recapito nella provincia pugliese. Un territorio nel quale Poste Italiane opera a pieno ritmo: «In questa RAM coordiniamo 5 filiali, 1.500 persone in tutto: 394 persone sono sulla provincia di Taranto, dove abbiamo fatto un grande investimento per il Centro Logistico, un capannone di 2.000 mq che accorpa due centri in unico hub di recapito all'avanguardia. Un fiore all'occhiello che ci ha permesso di gestire anche i recenti arretramenti di lavorazione». **Laura Molinari**, responsabile RUO PCL, chiarisce che «Taranto è la seconda provincia per popolosità delle RAM. Qui l'età media è di 48 anni, e c'è un ampio turnover. Da ottobre 2024, quando è partito l'arretramento e sono cambiati gli orari, alcune risorse sono state trasferite verso i CL». Il responsabile produzione **Andrea Franccone** aggiunge che c'è grande attenzione per la flotta, «con 230 mezzi, il 30 per cento dei quali puramente elettrico» mentre



Giuseppe Bufano



Raffaella Tortorelli



Claudia Dilonardo



Roberta Patrono

per la Specialista Qualità **Stefania Sferra** a fare la differenza «è la grande attenzione per i pacchi». **Arcangelo Benedetto** è responsabile proprio del CL di Taranto e chiarisce: «Il Centro apre all'1.30 e conclude lavorazioni alle 21.27, ci lavorano circa 200 persone su quattro turni».

L'Italia chiama, Taranto risponde

Il Contact Center di Taranto è l'unico del Sud specializzato nella gestione dei prodotti finanziari per il servizio clienti. Una realtà in continua crescita, nata nel maggio 2014 con 53 risorse e oggi spoke dell'hub di Pescara, che complessivamente conta circa 250 operatori. Il responsabile del Contact Center Customer Service, **Giuseppe Bufano**, spiega: «Dobbiamo essere competenti e tempestivi», sottolinea Bufano, consapevole dell'importanza che il centro riveste: con 40 operatori dedicati, il sito gestisce quotidianamente oltre 1.300 chiamate, per un totale che supera le 500.000 interazioni annue. Una mole di lavoro che richiede preparazione e attenzione, soprattutto quando si tratta di gestire le segnalazioni di qualità o i reclami direzionali che arrivano fino ai vertici aziendali. Tra le figure chiave, **Raffaella Tortorelli** coordina l'attività degli operatori; **Claudia Di Lonnardo**, oltre a lavorare in cuffia, gestisce proprio i reclami direzionali, spesso legati a tematiche che giungono fino all'Amministratore Delegato e al Direttore Generale. **Roberta Patrono**, invece, è una delle trenta professioniste selezionate tra Roma e Pescara che, fin dal 2020, lavorano all'addestramento dell'intelligenza artificiale. «Il nostro compito è anche insegnare al bot come rispondere. In questo caso non serve empatia, ma chiarezza, comprensione e facilità di linguaggio».

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Postenews nel capoluogo che fa da trait d'union tra l'Appennino e la Riviera romagnola

Il giovane caposquadra e le chiamate ai clienti: a Forlì il recapito è in anticipo

L'attività del CL comincia alle 4.30 con i pacchi provenienti da Bologna e destinati a tutta la provincia: «Siamo il primo anello della catena, non possiamo sbagliare», spiega il 27enne Giuseppe Capuano. E i portalettere usano il telefono per centrare il "bersaglio" al primo colpo

Da Tredozio, piccolo comune di 1.000 abitanti sull'Appennino tosco-romagnolo, a Cesenatico, sulla riviera adriatica: lungo questo asse immaginario di 85 km corre l'attività delle 285 risorse (di cui 190 portalettere) della provincia di Forlì-Cesena. Una "super-squadra" con un'età media di 45 anni e un equilibrio pressoché perfetto tra donne e uomini. E che può contare anche su un elevato livello di scolarizzazione, con il 73% di diplomati e il 13,5% di laureati. Una vivacità che si esprime anche nelle assunzioni del biennio 2024-25: 21 portalettere e 38 corrieri. «Dal mare al confine con la Toscana e con l'Umbria serviamo quasi 400mila persone in 185mila abitazioni e 28mila attività di vario genere», precisa la Responsabile Ram **Alessandra Laghi**, prima a prendere la parola durante il Forum organizzato a Forlì con il Direttore di Postenews **Giuseppe Caporale**. A smistare la posta nella provincia ci pensano cinque centri di recapito, così organizzati: il Centro logistico di Forlì e i Centri di distribuzione di Cesena, Cesenatico, Meldola e Mercato Saraceno. Tra i volti emergenti della logistica locale c'è **Giuseppe Capuano**, originario della provincia di Caserta e ad appena 27 anni caposquadra Lavorazioni interne presso il Centro Logistico di Forlì diretto da **Carlo Edoardo Calisto**. L'attività inizia alle 4.30 del mattino con i pacchi che arrivano da Bologna per alimentare poi anche gli altri quattro centri di di-

Le immagini del forum con Postenews



Il Forum organizzato da Postenews nella Filiale di Forlì

stribuzione. Nonostante la giovane età, Giuseppe si è dimostrato capace di gestire i flussi della giornata: «Il mio ruolo è quello di coordinare il lavoro, seguendo gli standard e dando sempre la precedenza al cliente. Siamo il primo anello della catena, se sbagliamo noi diventa un problema per tutti».

Le telefonate ai clienti

Altrettanto frenetica è l'attività del Centro di distribuzione di Cesena, dove a ricoprire il ruolo di caposquadra è **Stefania Garito**: «Il mio compito è quello di ricevere il prodotto già lavorato da Forlì fino all'uscita dei 59 portalettere. Mi occupo anche della gestione dei pacchi, concordando il recapito prima della consegna, in modo tale da rendere più veloce il nostro lavoro e agevolare i clienti. Per rendere più efficace il recapito li chiamiamo uno a uno, anche grazie a un programma che ci fornisce il numero di telefono. Inoltre, controllo che i miei colleghi usino correttamente i dispositivi di sicurezza e gestisco i 38 mezzi in dotazione al nostro centro. La sicurezza è una priorità assoluta: faccio parte di un gruppo costituito dalla Ram 2 per promuovere la cultura della sicurezza. Andiamo sul campo per cercare di migliorare le condizioni lavorative». Lo stretto rapporto con i clienti è racchiuso anche nella sigla Rtz, le cosiddette Reti terze per la consegna e il ritiro dei pacchi, come spiega **Valerio Griffoni**, linea mercato del CD di



CL di Forlì



CD di Cesenatico



CD di Mercato Saraceno



CD di Meldola



CD di Cesena

L'orgoglio del Direttore di Filiale: «Metà della popolazione con Poste»

A 41 anni **Matteo Cesetti** gestisce, nella sua veste di DF di Forlì, 86 uffici postali (di cui 21 con sala consulenza) che vanno dal mare alla montagna, 270 risorse (per il 75% donne) e 2,3 miliardi di patrimonio concentrati su circa 150mila clienti, «praticamente metà della popolazione e questo è un importante vantaggio competitivo, anche grazie ai 9 uffici con Punto Poste Casa&Famiglia dove esprimiamo il massimo livello di professionalizzazione nella presentazione dell'offerta ai clienti», sottolinea orgogliosamente il DF originario della provincia di Fermo e con alle spalle un'importante esperienza come Coordinatore Commerciale dell'Emilia. «Nel comune di Forlì – aggiunge ci sono 13 uffici postali per 117mila abitanti, è una delle percentuali pro capite maggiori d'Italia».



Matteo Cesetti

Sono 11 gli uffici Polis completati Record di passaporti a Forlimpopoli

Nella provincia di Forlì Cesena sono stati completati 11 uffici Polis sui 26 previsti dal progetto. I passaporti rilasciati sono stati complessivamente 559, alla data del 26 maggio 2025. Di questi, ben 174 sono stati emessi a Forlimpopoli: «La richiesta dei passaporti allo sportello è attiva da giugno 2024 – spiega la Direttrice dell'ufficio postale **Antonella Maltoni** – siamo stati il primo ufficio della sperimentazione, è un servizio nato perfettamente, con la giusta formazione e la giusta interlocuzione con i funzionari della Questura». I passaporti a Forlimpopoli – e per i residenti nei comuni del circondario – arrivano ai cittadini in dieci giorni grazie a Poste. «Quando si attiva un buon servizio – prosegue la Direttrice dell'ufficio postale di Forlimpopoli – La migliore pubblicità è il passaparola».



Antonella Maltoni

Tra gli agricoltori dei comuni di montagna un tesoro di clienti premium e fidelizzati

Debora Andreola è consulente Premium dal 2022 e segue 225 clienti con un patrimonio da oltre 500.000 euro: «Il mio obiettivo principale è migliorare la collaborazione con l'ufficio postale, con i direttori, gli sportellisti e con i consulenti di sala: essere presentata da un direttore o un consulente e organizzare un primo appuntamento in collaborazione con loro si rivela molto spesso una mossa vincente. I miei clienti – spiega ancora Debora – sono per la maggior parte imprenditori, ma anche pensionati e piccoli risparmiatori, quelli che negli anni hanno saputo accantonare patrimoni importanti. Molti di questi sono contadini che risiedono nei piccoli comuni di montagna attraversati dall'E45. Nella maggior parte dei casi – sottolinea ancora Debora – i risparmiatori sono molto fidelizzati, chi ha avuto in passato i buoni fruttiferi, soprattutto fra gli agricoltori e i contadini, ha Poste Italiane come riferimento». **Giada Gentili**, nel ruolo di consulente mobile, gestisce il portafoglio di circa 8.200 clienti in 13 uffici, con un patrimonio di 215 milioni: «I patrimoni dei territori di montagna sono mediamente più alti. Il vantaggio è che chi abita in questi paesi c'è sempre stato e quindi riconosce nel direttore dell'ufficio postale una sorta di vicesindaco. E il Dup è anche l'anello di congiunzione tra me e il cliente».



Debora Andreola



Giada Gentili

Tredozio, dopo l'alluvione e il terremoto la pedonabilità è aumentata del 7%

Alla fine del 2023 il piccolo comune appenninico di Tredozio si è dovuto confrontare con una violenta alluvione, che lo aveva già colpito nel maggio precedente. In mezzo, nel mese di settembre, anche un terremoto. Dopo quegli eventi, è successo qualcosa di inaspettato: in controtendenza a quello che avveniva nel resto della provincia, ma anche del resto d'Italia, si è registrato un aumento della pedonabilità del 7%. Un trend che può essere attribuito al ritorno alla normalità di situazioni di vicinanza tra il cliente e l'ufficio postale. È come se quell'evento avesse arrestato il trend dell'ufficio postale digitale come viene vissuto oggi per tornare a una modalità più fisica, come era una volta. **Gabriele Giannola**, che fa parte dello staff di Gestione operativa della Filiale, ricorda: «Questa esperienza ci ha portato a confrontarci con le persone e cercare di andare verso i clienti per normalizzare la situazione. Il rapporto con i direttori e con le persone ci ha portato a migliorare i rapporti. Il forte aumento della pedonabilità ci ha messo nella condizione di controllare che funzionasse tutto. Si sono create situazioni di forte intensità operativa: le persone all'interno dell'ufficio postale sono riuscite a normalizzare la situazione». Tra queste c'era **Mara Bruschi**, che all'epoca aveva la responsabilità dell'ufficio postale di Tredozio e che ora ricopre il ruolo di operatore front-end a Forlì.



Gabriele Giannola



Mara Bruschi

Meldola: «Quando consegniamo il pacco al tabaccaio arriva un sms al cliente per avvisarlo che può andare a ritirarlo». I contatti quotidiani con i clienti consentono di ridurre notevolmente il numero delle inesitate e il successo della consegna al primo tentativo dei 6.000 pacchi che mediamente vengono recapitati ogni giorno nella provincia di Forlì Cesena: «Da un lato, stiamo lavorando sul servizio "ero in casa" per garantire una corretta operatività, dall'altro abbiamo la consegna al primo tentativo per avvisare il cliente che il pacco è in consegna», precisa **Anna Rita Mignani**, Responsabile Qualità della Ram.

Dalle montagne al mare

Consegna la posta in cinque comuni dell'Alta Valle del Savio il portalettere **Alessandro Vallicelli**, applicato al Centro di distribuzione di Mercato Saraceno e impegnato nella zona a ridosso delle foreste casentinesi, dove quotidianamente incrocia daini, cervi e altri animali selvatici. In tutt'altro scenario, nel Centro di distribuzione di Cesenatico, lavora la collega **Stela Gjirkodhima**, albanese di Tirana: «Sono orgogliosa di far parte di un'azienda affidabile di importanza nazionale. Do il mio piccolo contributo anche grazie al bilinguismo: mi aiuta molto a gestire le situazioni quando incontro connazionali che non capiscono la lingua italiana, intervengo per spiegare cosa occorre fare». Dell'attività dei portalettere si occupa la Responsabile di Produzione



Il team di Mercato Privati di Forlì a un evento Champions



Il patrimonio gestito dalla Filiale di Forlì è pari a 2,3 miliardi di euro



La Filiale di Forlì può contare su 270 risorse



La Filiale di Forlì è composta per il 75% da donne

della Ram **Marica Marini**: «Il mio compito è quello di coordinare i cinque centri di distribuzione della provincia di Forlì Cesena e presidiare tutti i processi dal punto di vista operativo. I nostri portalettere sono dotati di palmari e di una flotta aziendale composta da 188 veicoli, per il

40% mezzi green». Il rinnovamento è a uno stato avanzato: anche da queste parti, la storia dei portalettere in motorino (o in bicicletta) sta terminando. Il forte legame con il territorio è rappresentato anche dai colleghi di Mipa **Riccardo Gianelli**, **Milco Maccari** e **Alberto Briccolani**. Sono

clienti di Poste Italiane importanti realtà come il Gruppo Hera, Arca commerciale e Unieuro, oltre ai Comuni di Forlì e Cesena. Questi ultimi, complessivamente, valgono quasi 150.000 euro di ricavi, che diventano 273.582 contando anche gli altri 28 Comuni serviti da Poste Italiane.

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

La crescita a due cifre della Filiale e dei pacchi e-commerce nella terra dei frontalieri

A Varese gli uffici postali al confine con la Svizzera fanno grandi numeri

In un contesto colpito dalla desertificazione bancaria, Poste Italiane ha risposto con la capillarità dei servizi e la presenza delle sue persone

A Rancio Valcuvia, il Dup Antonio Di Sena ha ascoltato le esigenze di tutti i 900 abitanti ottenendo un aumento del 41% negli investimenti

Custode di misteri e leggende, Patrimonio dell'Umanità dell'Unesco e meta popolare per pellegrini e turisti, il Sacro Monte veglia sul lavoro dei colleghi di Varese, che ci segnalano la sua presenza rassicurante da una finestra del Centro logistico di Varese Belforte, dove si è svolto il forum con Postenews. Arrivano in tantissimi i colleghi: ci sono i responsabili della Filiale e della RAM, i direttori degli uffici postali e quelli che nei comuni della provincia consegnano pacchi, lettere e anche qualche quotidiano, come la Prealpina, da queste parti ancora un'istituzione. «Sono nato a Varese, sono cresciuto in provincia e sono il postino del Sacro Monte» si presenta con orgoglio **Leonardo Papaiani**, che si muove spesso a piedi per garantire il servizio universale nei piccoli agglomerati di montagna.

Dalla montagna al lago

Ai piedi delle Alpi e affacciata sul suo lago, Varese, con un centro storico ricco di chiese e musei, è anche un importante centro industriale, con una provincia operosa, che comprende l'Aeroporto internazionale di Malpensa e una costellazione di piccoli comuni e che confina con la Svizzera. Calata su Poste Italiane, questa realtà significa portalettere varesini doc come Leonardo, ma anche tanti colleghi, di tutte le generazioni, provenienti dal Sud Italia. Ci sono i 90 uffici postali Polis fissati come obiettivo dal progetto per i piccoli comuni e c'è il rapporto simbiotico con i cosiddetti frontalieri: quelli che lavorano in Svizzera, che a casa a ricevere i pacchi non si trovano mai, ma che, allo stesso tempo hanno nell'ufficio postale un punto di riferimento per tutti i servizi. Perché, come ci spiega il Direttore della Filiale di Varese, **Giuseppe Sacco**, illustrandoci il lavoro di 120 uffici postali e di 380 risorse (il 64% delle quali è donna)



Gioco di squadra: il team della Filiale di Varese in un momento di convivialità



In primo piano il Direttore della Filiale Giuseppe Sacco con i Dup degli uffici Casa&Famiglia

«in un anno gli sportelli bancari sono calati del 6,5% e negli ultimi cinque sono passati da 39 a 29 ogni 100mila abitanti. Poste risponde in modo opposto». Sul territorio, la Filiale di Varese è impegnata anche a sfatare i luoghi comuni che ancora circolano su Poste, come quelli che riguardano le code e le perdite di tempo allo sportello. La Filiale si trova per-

tamente in linea con gli obiettivi fissati per la prenotazione digitale, con punte di eccellenza nell'ufficio postale di Varano Borghi, dove su 6.000 clienti, 500 hanno utilizzato il servizio, come spiega la Dup **Giorgia Sciuto**. Altro stereotipo negativo che Poste si porta dietro riguarda lo spreco di carta, smentito con i fatti dal Dup di Varese 2 **Vincenzo Esposito**.

Nel cuore del business

E poi si arriva al cuore del business della Filiale di Varese con 223mila clienti e un patrimonio di 4,4 miliardi: 1,8 miliardi di risparmio, oltre 1,5 di investimenti, 950 milioni di liquidità e poco meno di 100 nella previdenza. Nel mondo dell'energia, rispetto al 2024, la crescita è stata del 18%. Segnano una crescita in doppia cifra anche la raccolta, i prestiti e la protezione. Tutti risultati che si raggiungono soprattutto attraverso la collaborazione tra sportelleria e consulenza, come spiegano **Gabriella Ghiringhelli**, Direttrice dell'ufficio postale Punto Casa&Famiglia di Varese VR, e **Alessandra Natalino**, consulente finanziaria nello stesso up: «Per noi – raccontano – è importante risolvere i problemi che i clienti ci presentano e da lì cercare di creare con loro un rapporto di consulenza a 360 gradi». Questa logica funziona nei piccoli uffici postali monoperatore, punto di riferimento per la comunità. A Rancio Valcuvia, paesino di 900 abitanti, **Antonio Di Sena** ha ottenuto una crescita del 25% del patrimonio nei primi mesi del 2025 rispetto all'anno precedente, con punte del 41% sulla gestione degli investimenti: «Vicino a noi non esistono filiali bancarie. Quando ho iniziato a lavorare lì, meno di un anno fa, ho capito subito l'importanza di relazionarsi con i clienti per instaurare un rapporto di fiducia. Li ho ascoltati uno per uno cercando di proporre i prodotti e i servizi migliori per le loro esigenze». Funzionano bene (e ottengono risultati) gli uffici postali, soprattutto grazie al gioco di squadra – come confermano i Dup **Arianna De Marchi** (Arcisate), **Natalino Leonardi** (Gavirate), **Simone Baravaglio** (Luino), **El Kachtaoui Zineb** (Varese 1) – e come dimostra lo spirito di **Davide Cesarano**, Osp a Marchirolo e tra i portieri della Nazionale paralimpica di hockey su ghiaccio.

L'entusiasmo di Alisea e Martina le più giovani neoassunte di MP e PCL

Alisea Pia Palumbo è la risorsa più giovane in forze alla Filiale di Varese. Assunta a novembre 2024, dopo essersi laureata in Economia e Management, la 23enne siciliana ha il ruolo di specialista consulente finanziaria all'ufficio postale di Laveno Mombello e il suo lavoro sta portando già risultati soddisfacenti. «Poste dà ai neolaureati l'opportunità di affrontare con responsabilità una prima esperienza lavorativa. L'importante, come dice la mia direttrice, è lavorare con etica, seguendo la giusta direzione». L'esperta Dup **Anastasia Fortunato** di Alisea dice: «È riuscita a portare in ufficio un'ondata di positività, che è di stimolo anche per me. Mi piace l'allegria che comunica ai clienti, mettendoli a proprio agio». In PCL lo stesso entusiasmo è incarnato da **Martina Pulito**, che ad appena 22 anni è già responsabile del monitoraggio qualità del CL di Varese: «Molti mi definiscono "precocista"».



Alisea Pia Palumbo



Martina Pulito

Dal CD di Gallarate a Malpensa la consegna dei pacchi raddoppia

Gallarate si trova in una posizione strategica tra Milano e Varese, vicino all'aeroporto di Malpensa. «Dal 2023 a oggi abbiamo più che raddoppiato la consegna dei pacchi», spiega il responsabile del CD di Gallarate **Agostino Biallo**, che dirige 91 risorse con il difficile compito di servire un bacino di 170mila abitanti, 13 Comuni e lo scalo internazionale. «Consegniamo all'ufficio postale Malpensa 2000 – spiega Agostino – nei terminal, nei centri di sdoganamento a Cargo City dove si trovano DHL, Fedex e gli altri operatori di logistica. All'interno di Malpensa ci sono complessivamente 300 punti di recapito». Agostino ha iniziato nel 1990 a lavorare come portalettere a Gallarate, in un'altra epoca: «Ricordo ancora di aver giurato fedeltà all'azienda davanti al tricolore». Oggi nella Ram 3 della Lombardia ha la fama del talent scout: «Alla soglia dei 55 anni penso che il mio compito sia quello di far crescere i ragazzi. Negli ultimi mesi ricevuto 18 stabilizzati, tanti ragazzi giovani che spero di preparare al meglio».



Agostino Biallo

Le immagini del forum con Postenews



Angela Agresta



Luigi Amato Fasulo



Simone Baravaglio



Nicola Calbi



Davide Cesarano



Davide Ciavarella



Alessio Cilurzo



Massimiliano Collarile



Un momento del forum organizzato a Varese da Postenews



Angela Cosentino



Arianna De Marchi



Francesco De Vita



Antonio Di Sena



Zineb El Kachtaoui



Stefania Emmanuele



Vincenzo Esposito



Giovanni Falco



Anastasia Fortunata



Gabriella Ghiringhelli



Maria La Rosa



Vincenzo La Sala



Katia La Spisa



Natalino Leonardi



Francesco Maci



Samantha Marchesano



Gaspare Miceli



Alessia Montalbano



Carmen Nardella



Alessandra Natalino



Leonardo Papaiani



Mario Polverino



Giuseppe Sacco



Katia Carlo Sasso



Giorgia Sciuto



Ranieri Scotese



Christian Zarriello



Roberto Zocco Ramazzo



Il team del Centro Logistico di Varese Belforte. In basso a destra, i colleghi del CD di Luino

Dalle 2 di notte

Maria La Rosa, Responsabile Ram 3 Lombardia, illustra la realtà del recapito: «Come nel resto d'Italia, anche nella provincia di Varese si sono registrati numeri in crescita nei primi cinque mesi del 2025 con un incremento annuo del 13% per i pacchi e dell'1,7% della posta registrata. La distribuzione può contare sulla rete Punto Poste, con 215 FIT e 6 lockers. Nel 2024 è stato concluso l'accantonamento del CL di Varese: il Centro si occupa anche della lavorazione e distribuzione del prodotto postale su tutto il bacino, servendo ben altri 8 CD, iniziando la propria attività con il turno delle 2 di notte». L'aumento dei pacchi ha generato una crescita del servizio "reti terze", molto utile soprattutto per i clienti frontalieri, come sottolineano i Responsabili **Francesco Maci** (Produzione) e **Mario Polverino** (Qualità) della Ram. E come conferma sul campo **Gaspare Miceli**, Responsabile del CD di Luino, alle prese con un bacino di utenti che in larga parte lavora oltreconfine. A dirigere il CL di Varese è **Angela Cosentino**, che gestisce 193 risorse impegnate a servire 80mila abitanti in 31 comuni ed è apprezzatissima anche per la sua capacità di affrontare i problemi. Ad accendere il turno delle 2 di notte ci pensano i capisquadra delle lavorazioni interne, tra cui **Alessio Cilurzo** e **Christian Zarriello**, mentre monitorano a 360 gradi il lavoro dei colleghi gli specialisti di produzione **Massi-**

miliano Collarile, **Nicola Calbi** e la veterana **Angela Agresta**, che racconta: «Lavoro in Poste da 33 anni. Quando ho cominciato avevamo una montagna di lettere da smistare manualmente, oggi viene fatto dalle macchine. Sono testimone di questa evoluzione e del ricambio generazionale in atto». **Luigi Amato Fasulo** è uno dei quattro portalettere della provincia ad aver partecipato al Blooming Program per i nuovi talenti, come sottolinea **Samantha Marchesano**, Responsabile Ruolo della Ram. Nell'ultimo biennio, sono stati assunti a tempo indeterminato 103 risorse, di cui 85 portalettere e 18 addetti produzione. Fra di loro **Katia Carla Sasso**, che arriva dalla Calabria e che è felice di poter crescere con Poste. Così come è successo alla sua collega del CD di Gallarate **Alessia Montalbano**. Per aumentare la consapevolezza delle risorse e diffondere sempre più la cultura sulla sicurezza nel 2025 sono stati intrapresi più progetti. Ad occuparsene, all'interno della Ram, prima in Italia per la riduzione degli infortuni già nel 2024, sono **Davide Ciavarella** e **Ranieri Scotese**. A contribuire al benessere dei portalettere e degli addetti alla produzione ci penserà anche la piena applicazione della Lean, come spiega **Katia La Spisa**. Il CL di Varese è stato scelto come centro pilota per la riorganizzazione degli spazi, l'eliminazione degli sprechi e il miglioramento continuo della produttività e della qualità del lavoro.

La "chiamata" al consulente premium si trasforma in un nuovo contratto top

Un lavoro di squadra trasformato in un contratto top e nell'acquisizione di altri componenti della famiglia. «Tutto è cominciato da una successione. Una nostra cliente, con un patrimonio di circa 600mila euro, si è presentata insieme al figlio dopo la morte del marito. Abbiamo pensato di indirizzarla verso il nostro consulente premium», raccontano la Dup di Cocquio **Ester d'Onofrio** e il consulente mobile **Christian Iannetta**. A quel punto è entrato in campo **Pantaleone Mansi**, consulente premium: «Abbiamo convinto la cliente facendole capire quanto è importante avere un consulente che può occuparsi di lei lavorando sulla diversificazione. La quota della successione è stata investita dalla cliente e abbiamo lavorato anche con il figlio che ha deciso di aprire dei rapporti con Poste».



Ester d'Onofrio



Christian Iannetta



Pantaleone Mansi

A Lavena Ponte Tresa investimenti record nonostante la chiusura temporanea

C'è stato un momento in cui i 5.700 abitanti di Lavena Ponte Tresa, a poche centinaia di metri dalla dogana svizzera, hanno temuto di aver perso l'ufficio postale. Durante i lavori di adeguamento a Polis il team del Dup **Roberto Iappelli** si è dovuto appoggiare presso un altro UP, distante 6 km: «Abbiamo contattato i clienti e spesso siamo andati a prenderli da fuori per far vedere dove ci eravamo trasferiti. Il grande lavoro di squadra ci ha permesso di trasformare una situazione di potenziale disagio in un'occasione per consolidare la relazione con molti clienti, al punto che abbiamo avuto una raccolta lorda investimenti del 261% rispetto agli obiettivi fissati per i primi cinque mesi del 2025».



Roberto Iappelli



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Il patrimonio è di 8 miliardi di euro e i clienti 385.000, quasi la totalità della popolazione

A Frosinone gli uffici postali hanno doppiato le banche

Ogni giorno la filiale di Poste raccoglie un milione e mezzo di investimenti, affermando il valore della relazione con le persone e la scelta di rimanere capillari nei piccoli centri della provincia. Anche i residenti all'estero tengono qui i loro portafogli

Una filiale top, su cui Poste Italiane punta molto in termini di obiettivi e di risultati: 91 Comuni, 465.000 abitanti, 130 uffici postali, di cui 83 interessati dal progetto Polis, 385.000 clienti. Il Direttore della Filiale di Frosinone, **Emilio Contrasto**, illustra con i numeri la penetrazione di Poste Italiane nella provincia ciociara: «La nostra presenza in tutti i comuni ci permette di mantenere una relazione significativa e duratura nel tempo con i clienti, a maggior ragione se rapportata alle scelte delle banche». I numeri degli istituti di credito, infatti, sono in negativo: sul territorio erano 408 nel 2015 e 254 nel 2024 (-38% in dieci anni) e i comuni serviti dalle banche, nello stesso periodo, si sono ridotti da 61 a 40 (-23%). Poste invece è ovunque: gli sportelli postali sono 56 ogni 100.000 abitanti contro i 27 delle banche, praticamente il doppio. Con 550 risorse, di cui ben 364 donne, la Filiale di Frosinone si distingue anche per l'attenzione ai giovani: negli ultimi cinque anni ci sono stati 85 ingressi (tra cui 52 specialisti consulenti finanziari e 25 operatori di sportello), con un'età media del personale che si è abbassata di due anni. Molto presente è l'attenzione alla filatelia, con la Responsabile **Tiziana Dentice** che spiega le iniziative che periodicamente vengono fatte sul territorio, come a novembre 2024 con gli annulli sul G7 Italia di Anagni-Fiuggi.

La forza commerciale

Il patrimonio della filiale è di quasi 8 miliardi, con la componente risparmio che supera i 3,5 miliardi. «Abbiamo una media di 8.800 clienti al giorno – sottolinea il Direttore di Filiale – con una raccolta



I colleghi della Filiale di Frosinone immortalati durante l'incontro con Postenews



Un momento di convivialità del team di Filiale

che sfiora i 4 milioni al giorno». All'interno di questa voce gli investimenti valgono un milione e mezzo, grazie a una forza commerciale composta da 77 specialisti consulenti finanziari. Nei primi sei mesi del 2025, la raccolta è stata di 564 milioni con ticket medi di 22.000 euro negli investimenti, 14.300 nei prestiti finanziati,

12.700 euro di cessioni del quinto e 532 euro nella protezione. «Lavoriamo molto sulla diversificazione dei patrimoni per garantire il miglior rendimento di investimento valutando profili di rischio/bisogno e archi temporali», sottolinea ancora Contrasto. Non mancano i patrimoni degli italiani residenti all'estero,

quelli che, soprattutto durante l'estate ripopolano la zona della Valle di Comino. I patrimoni gestiti di clienti inseriti in portafogli dinamici afferenti agli uffici del bacino della Valle di Comino ammontano a 127 milioni di euro a maggio 2025, di questi 47 milioni gestiti su investimenti e 59 su buoni fruttiferi postali. A spiegare lo spirito che anima la Filiale è la Responsabile Commerciale **Ornella Gerardi**: «Il principio ispiratore che guida le nostre azioni quotidiane è la costruzione di un rapporto di fiducia con i nostri clienti, che si ottiene mettendo sempre al centro i loro bisogni, quelli espressi e quelli aiutiamo a far emergere. Sentiamo molto forte il ruolo riferimento sicuro che la nostra Azienda riflette nella sua immagine e cerchiamo con il nostro lavoro di testimoniare quotidianamente».

Da consulenti di sala a responsabili commerciali "l'ufficio scuola" di Alatri è una fucina di talenti

Lo chiamano "ufficio scuola" perché negli ultimi anni ha saputo lanciare i nuovi talenti di Poste Italiane nella filiale di Frosinone. È l'ufficio postale di Alatri, guidato da **Luca Ceccarelli**, 30 anni di servizio e tanti ruoli ricoperti: «Dal 2022 a oggi abbiamo fornito 5 consulenti alla filiale, che hanno intrapreso una carriera diversa. Sono figure che crescono, che tipicamente passano dalla nostra sala consulenza al ruolo di consulenti mobili fino ad assumere ruoli di responsabilità all'interno della filiale». Tra questi c'è **Stefano Di Pofi**, diventato responsabile commerciale di zona. «Sono entrato in Poste nel 2020 con un contratto di apprendistato ad Alatri. Dopo due anni e mezzo, sono diventato consulente mobile, prima in una zona sud tradizionalmente attaccata ai buoni fruttiferi postali, poi in una zona nord più industriale e con una clientela più evoluta e più dedita agli investimenti. Dopo queste due esperienze da consulente mobile l'anno scorso sono diventato Rcz, con il compito di coordinare 12 consulenti: la prima cosa che faccio la mattina è chiamarli tutti per organizzare gli appuntamenti». Dalla "scuola" di Alatri è uscito anche **Matteo Giaccio**, oggi consulente premium: «Mi occupo di seguire i clienti con un patrimonio superiore ai 500mila euro, seguo personalmente 181 clienti per un patrimonio complessivo di 124 milioni. Incontro ciascuno di loro 4-5 volte l'anno perché in questo ambito le esigenze cambiano molto più velocemente e l'attività consiste principalmente nella raccolta. Nel servizio premium è fondamentale il gioco di squadra: faccio il caso di una dipendente pubblica che, a seguito di un'eredità, si è trovata un patrimonio da 800mila euro che rischiava di uscire da Poste. Grazie a un grande lavoro di sinergia siamo riusciti ad allocarlo in prodotti di Poste che rispondevano alle sue esigenze e alle sue aspettative».



Matteo Giaccio



Il team dell'ufficio postale di Alatri, al centro il Dup Luca Ceccarelli

A Cassino 600 universitari stranieri «Per consegnare parliamo inglese»

Negli ultimi anni, insieme a tanti lavoratori immigrati, a Cassino sono arrivati molti studenti, come racconta la portalettere **Antonella Maiuri**, sul territorio da vent'anni: «Ho sempre svolto servizio nel centro di Cassino e in questi anni ho visto cambiare totalmente il panorama. Conseguo anche nei quartieri ultrapolari, senza citofoni e con cancelli divelti, ma il portalettere viene sempre accolto con rispetto. L'altro aspetto è che in città sono arrivati 5-600 studenti asiatici, anche dall'Iran, e dall'Africa, molto avanzati dal punto di vista tecnologico: ci fanno lavorare tantissimo con i pacchi. Neanche loro hanno ovviamente il nome sul citofono e quindi li chiamiamo al telefono e dobbiamo rispolverare un po' del nostro inglese scolastico».



Antonella Maiuri

La portalettere Paola e la sfida del fiume: «Le "mie" 900 famiglie mai senza posta»

Paola Frasca è portalettere, capace di superare il fiume Cosa con la sua Panda – quando è possibile farlo – per portare la posta a tre famiglie che abitano oltre il corso d'acqua che in inverno, con le piogge, tende ad aumentare il proprio volume investendo la carreggiata. «Amo fare la portalettere, i clienti mi chiedono consigli fuori dall'orario di lavoro, mi chiamano per qualsiasi cosa riguardi il loro rapporto con Poste Italiane, perché nei posti di montagna le informazioni principali passano per il portalettere». **Mattia Teti**, Responsabile Ram, sottolinea: «Paola conosce perfettamente il territorio e consegna sempre in sicurezza. Se la situazione climatica non permette il recapito apriamo un evento critico, spiegando che gli oggetti non possono essere consegnati».



Paola Frasca

Le persone sul territorio

E i risultati si ottengono soprattutto grazie alle persone: **Elvira Brocchetti**, operatrice front end nel Punto Poste Casa&Famiglia di Alatri, **Laura Mazzocchi**, specialista impresa, e il best performer **Marco Fiacco**, il consulente dinamico che è riuscito a intraprendere un percorso di investimento e di relazione sfociato nella copertura di un'intera famiglia con un patrimonio di 380.000 euro: «Abbiamo realizzato un investimento abbinato alla tutela, che si è rivelato molto importante nel momento in cui, purtroppo, la cliente ha dovuto affrontare delle cure mediche». Le maggiori masse in provincia sono gestite dagli uffici postali di Cassino e di Isola Liri, che sta «beneficiando» della recente chiusura di Intesa Sanpaolo: «Abbiamo aperto in pochi mesi una settantina di conti correnti», spiega il Dup **Giovanni Mastroianni**, affiancato dalla consulente dinamica **Laura Chiappelli**: «Il patrimonio sta crescendo del 5% sugli investimenti e del 2% sul risparmio rispetto all'anno precedente, è un buon segnale». Nonostante la storica presenza forte del credito cooperativo, i risultati arrivano anche nell'ufficio postale di Anagni, che vede in prima linea il direttore **Carmine Zavota** e la consulente dinamica **Daniela Bianco**.

Il recapito

Il rapporto di familiarità con la popolazione ciociara contraddistingue anche il recapito, come sottolinea **Mattia Teti**, Responsabile della Ram 2 della Macro Area Centro, una delle Ram più grandi d'Italia



Il team del Centro Logistico di Frosinone

per estensione, visto che serve tutto il Lazio ad esclusione di Roma. Nella provincia di Frosinone lavorano 153 articolazioni di base, 91 linee business e 18 linee mercato, per un totale di oltre 250 portalettere, a cui si aggiungono addetti alla produzione e risorse di staff: i colleghi di PCL sono complessivamente 332. Anche qui, neanche a dirlo, l'attività riguarda principalmente la consegna dei pacchi, 5.493 giornalieri. «Stiamo viaggiando su numeri che due anni fa erano di picco – spiega Teti – si sente molto l'incidenza positiva delle reti terze, i tabaccai aperti fino alle 7 di sera che sono diventati un punto di ritiro per i clienti anche nei paesi più piccoli». Il mantra di PCL è andare tutti insieme verso gli

obiettivi e valorizzare il problem solving. A questa filosofia aderiscono tutti, a partire dal CL di Frosinone, aperto dalle 4.30 del mattino alle 9 di sera, con il Responsabile **Giuseppe Zuccaro**, lo Specialista Produzione **Marco Evangelista** e la portalettere **Manuela Turriziani**, che consegna a piedi nel centro storico della città. Il CD di Fregene, come racconta il Responsabile **Emanuele Caracci**, serve i piccolissimi centri della provincia, con le relative difficoltà raccontate dalla portalettere **Elena Fattori**. **Liberato Meccariello**, specialista di produzione ad Alatri, si occupa, con il Responsabile del Monitoraggio Qualità **Marco Ambrosetti**, del recapito cercando di applicare anche qui la sua preceden-

te esperienza lean nel CMP di Fiumicino, mentre Particolarmente impegnativo è anche il lavoro dei Responsabili **Gianfranco Onairda** (Responsabile del CL di Pontecorvo) e **Brigida Rossi** (Responsabile del CL di Cassino). L'attività del primo riguarda 25 comuni per 150mila abitanti, la seconda divide il recapito fra i 35mila abitanti di Cassino e i comuni arroccati sulle montagne. **Giuseppina Moretti**, portalettere del CL di Pontecorvo, serve il borgo di Esperia nella bassa Ciociaria e il suo splendido centro storico, totalmente distrutto dalla guerra: «A Esperia tutto il recapito viene fatto a piedi, perché le stradine sono impraticabili in automobile». Per ribadire che Poste qui è presente e arriva ovunque.

Le immagini del forum con Postenews



Un momento del forum con Postenews

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Una realtà transfrontaliera molto particolare, che punta anche sul bilinguismo italo-sloveno

Gorizia, la filiale più piccola d'Italia non è più l'ultima in classifica

Sotto la guida del nuovo DF Claudio Fiorentino la Filiale ha saputo trasformarsi in un ottimo esempio di crescita e innovazione, passando dall'ultimo posto nelle classifiche nazionali a una posizione di rilievo nel ranking di GO. Bene anche il recapito, dal confine alle coste

Quella di Gorizia è la storia di una realtà "minore", ovvero la Filiale più piccola in Italia, che ha saputo trasformarsi in un ottimo esempio di crescita e innovazione, passando dall'ultimo posto nelle classifiche nazionali a una posizione di rilievo nel ranking sintetico nazionale e in quello di macroarea. Un modello di rinascita che parla di squadra, strategia e digitale, dimostrando che anche le dimensioni più contenute non sono un limite, ma un'opportunità da sfruttare. Le sta sfruttando appieno **Claudio Fiorentino**, al primo incarico come direttore di Filiale, a Gorizia da gennaio dopo un lungo trascorso nell'Avellinese, in un contesto molto diverso da quello del Friuli Venezia-Giulia. In un'area di confine che si apre verso l'Europa, il lavoro quotidiano negli uffici postali si intreccia con una comunità ricca di storia, cambiamenti e nuove sfide. «Questa città è un grande esempio di luogo transfrontaliero – spiega durante l'incontro con Postenews, dimostrando di aver studiato con dovizia le vicende del luogo in cui lavora - con una storia che parte dal trattato di Parigi e la divisione della città con la rete di confine con Nova Gorica. E oggi sono insieme Capitali Europee della Cultura per tutto il 2025».

Una Filiale in risalita

La Filiale, come detto, è di dimensioni molto ridotte, la Cenerentola d'Italia: «35 uffici postali e 115 dipendenti. L'età media è di 43 anni, che si abbassa a 28 nelle sale consulenza, e il 43% del personale è laureato» spiega il DF, affiancato da una squadra nuova o con bassa anzianità come dimostrano gli esempi della responsabile GO **Eleonora Braida**, arrivata anch'essa a inizio anno, o al Responsabile Commerciale **Alfredo Braucci**, che a Gorizia ci sta da due anni, dopo aver trasferito tutta la sua vita nel nord-est e da **Lisa Loschi** per le Risorse Umane. Ed è qui che viene il bello: «Dal mio arrivo – prosegue Fiorentino - abbiamo rinnovato la squadra, abbassato l'età media e rafforzato il team dei consulenti; così la filiale è passata dall'ultima posizione nel ranking a una fascia tra il 53° e il 78° posto, relativamente al mese di aprile». La rimonta di Gorizia, appunto, una filiale che anche dal punto di vista commerciale ha molto da dire: «Abbiamo un patrimonio di 1 miliardo di euro, ben distribuito tra i vari segmenti. Ogni giorno gestiamo circa 2.000 clienti in ufficio postale, e poco meno del 50% di loro è nostro cliente nella provincia» spiega con chiarezza Braucci, che aggiunge: «I dati mostrano un'evoluzione positiva dei risultati commerciali, con una crescita a doppia cifra in tutti i comparti core rispetto allo scorso anno. Inoltre, la strategicità dell'offerta "Every Day" è fondamentale, perché sostituirà le revenue tradizionali del risparmio postale: in questo Gorizia sta crescendo».



Foto di gruppo per i partecipanti all'incontro con Postenews a Gorizia

Le immagini del forum con Postenews



Luca Bardi



Gabriella Berbati



Amedeo Borghes



Cinzia Bossi



Eleonora Braida



Micaela Brancolini



Alfredo Braucci



Ivan Callegaro



Adele Cozzolino



Cristin Decolli



Stefania Della Rovere



Nicolò di Tomaso



Rossana Fabris



Arianna Fattoretto



Claudio Fiorentino



Sasa Gergolet



Gianfranco Godeas



Marco Joseph



Sabrina Iavarian



Lisa Loschi



Patrizio Maestri



Vincenzo Pellino



Patrizia Peressin



Gilberto Sguoto



Laura Sorcini



Paola Tomat



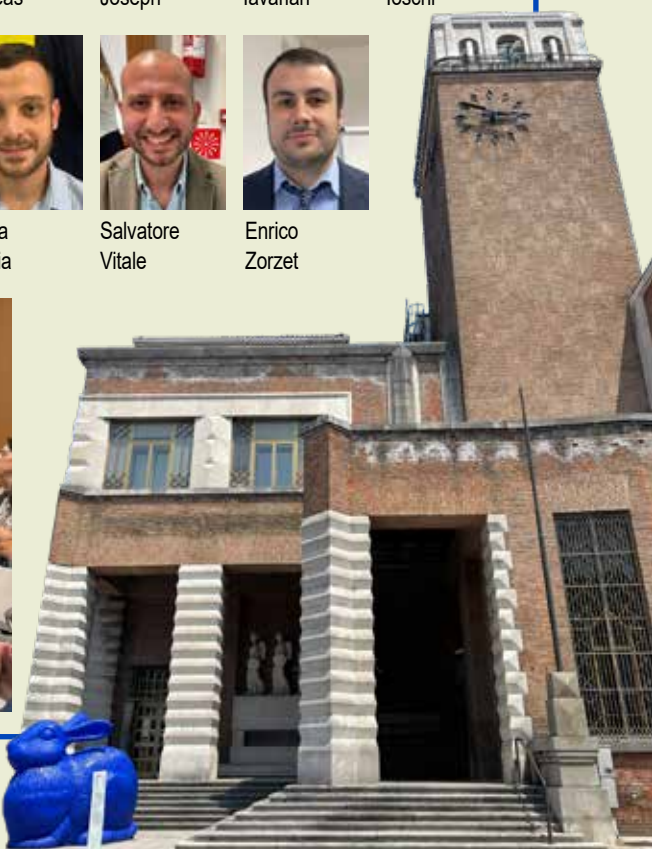
Mattia Tuccia



Salvatore Vitale



Enrico Zorzat



La sportellista di Monfalcone: «Vi spiego perché siamo fortunati a lavorare in Poste»

«Poste per me è rinascita, rifioritura». Sono parole semplici ma potentissime quelle di **Marianna Ruffo**, Operatrice di Sportello a Monfalcone, in provincia di Gorizia. Un entusiasmo che nasce da un'esperienza concreta e personale, iniziata nel 2019, quando Marianna — originaria del Sud — si è trasferita al Nord per intraprendere una nuova vita professionale. «Ero stata assunta a novembre, venivo da una precedente esperienza lavorativa negativa. Quando sono arrivata in Poste ho trovato tutto un altro mondo: sia a livello di ambiente che di persone», racconta. «Qui ho ritrovato fiducia in me stessa, entusiasmo e voglia di fare. Questo lavoro mi ha spronato, mi ha dato nuova forza». Nel suo ruolo di Operatrice Front End, Marianna non si limita a proporre i servizi, ma ci mette qualcosa in più: impegno, studio e anche sperimentazione diretta. «All'inizio ho sfruttato gli appunti di una collega e ho deciso di provare io stessa alcuni dei prodotti che poi avrei dovuto presentare, come quelli per l'energia».



Marianna Ruffo

Le lacrime della consulente: «Quel cliente malato che mi chiama solo per parlare»

Ci sono storie che vanno oltre il lavoro e testimoniano l'umanità delle persone di Poste Italiane. **Giulia De Filpo** ha 28 anni e lavora in Poste Italiane dal 2021. Oggi è SCF a Ronchi dei Legionari, anche se temporaneamente è in appoggio sull'ufficio di Monfalcone, a causa della chiusura della sede di Ronchi per i lavori del progetto Polis. «Seguo tantissimi clienti, ma ogni storia lascia il segno a modo suo». Il suo percorso è fatto di passaggi che l'hanno fatta crescere: assunta a Grado Città Giardino, poi passata a full time a Staranzano, dove ha avuto la fortuna di sostituire il Direttore. Dopo un ritorno nell'ufficio dove era entrata per la prima volta, oggi affronta un ruolo delicato, con grande empatia. «Spesso ricevo la telefonata di un cliente, che disgraziatamente è gravemente malato. Mi chiama solo per parlare. Non per un prodotto, non per un appuntamento. Solo per sentire una voce amica» racconta commossa durante l'incontro.



Giulia De Filpo

A Grado i portalettere parlano inglese

«A Grado d'estate si consegna ovunque, anche in spiaggia. E spesso... in inglese». **Giuseppe Mattia**, siciliano, è in Poste Italiane dal 2018 e da tre mesi è Responsabile del Centro di Distribuzione di Monfalcone. Coordina anche l'attività del punto di distribuzione di Grado, una realtà particolare, soprattutto nei mesi estivi, una località turistica che nei mesi caldi cambia volto: «La popolazione passa da 5mila a oltre 50mila persone. E i nostri portalettere si adattano a tutto: capita di dover parlare inglese con i turisti, e di consegnare posta tra gli ombrelloni».



Giuseppe Mattia

«Ho fatto un lavoro che non esiste più»

Cristina Boscarol è in Poste da quasi quarant'anni. È portalettere ed è una figura storica del Centro di Distribuzione di Monfalcone, e le manca solo una manciata d'anni alla pensione per un lavoro che la accompagna da tutta una vita. «Sono stata assunta nel 1988 - racconta - e oggi mancano quattro anni al traguardo». Cristina ha iniziato a Trieste, facendo la fattorina, un lavoro che oggi non esiste più. «Portavo i telegrammi. A volte erano messaggi d'amore, come "ci vediamo domani" o "mi sposi?". Mi sentivo una messaggera di emozioni. Oggi sembra impossibile, ma allora era tutto più diretto, più umano».



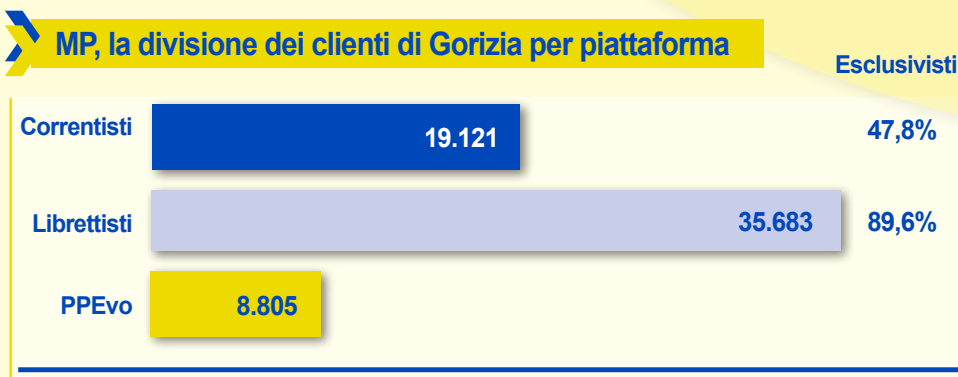
Cristina Boscarol



I colleghi del CL di Gorizia



La squadra del CD di Monfalcone



L'eccellenza di Staranzano

«A livello nazionale siamo 13esimi ad aprile su 132 filiali - prosegue con orgoglio Eleonora Braida - mentre nella macroarea occupiamo il terzo posto». Il digitale rappresenta il motore principale della crescita (ben il 55% delle operazioni a sportello viene oggi gestito con ricevute digitali archiviate), ma anche alcune best practice: citiamo il progetto «GO Audit GO» che prevede - prosegue Braida - «riunioni con i consulenti e il controllo al 100% della conformità delle attività svolte». In questo trend positivo, anche qualche eccellenza: l'ufficio postale di Staranzano, dopo la chiusura per lavori Polis, sta ora crescendo

esponenzialmente nella sala consulenza, con veri e propri numeri da record.

Il valore aggiunto del bilinguismo

Il lavoro di Poste Italiane si interseca, come detto, con la storia della città. La SGOT **Patrizia Peressin** ricorda di quando Gorizia era divisa a metà da una rete: «Con i ragazzi di Nova Gorica giocavamo a pallavolo da una parte all'altra della rete. La divisione è stata solo sulla carta, ci siamo sempre sentiti uniti. E ricordo ancora con commozione in giorno in cui quella barriera è stata rimossa». Qui il bilinguismo italo-sloveno è un valore aggiunto e sono diversi i dipendenti di Poste che vengono

incontro alle esigenze dei clienti in entrambi gli idiomi. Tra loro anche **Sasa Gergolet**, OSP a Gorizia: «A casa parliamo sloveno - racconta - Sono stato assunto qui proprio per questa caratteristica di bilinguismo. I clienti si sentono "coccolati" quando vengono accolti da una persona che lo parla sloveno».

I numeri di PCL

In gran salute anche il business e la squadra di PCL. Qui il fulcro del recapito è il Centro Logistico di Gorizia, struttura fondamentale che gestisce le lavorazioni interne e coordina un'ampia rete: 20 linee mercato, dedicate alle consegne ai cittadini, e 12 linee business, riservate ai clienti aziendali. «A questo si affianca un servizio di accettazione per grandi clienti, che valorizza la vocazione industriale e commerciale della zona» aggiunge **Laura Sorcini**, Responsabile Produzione RAM. La copertura logistica è rafforzata dal Centro di Distribuzione di Monfalcone, che opera con 17 linee mercato e 10 business, in stretta connessione con il PDD di Grado. Quest'ultimo assume un ruolo particolarmente rilevante nei mesi estivi, quando la popolazione della località balneare passa da circa 5.000 a oltre 50.000 persone. «È un territorio dove il confine viene vissuto, non si trova in mezzo ai

boschi come in altre parti d'Italia», sottolinea il Capo RAM **Gilberto Sguoto**. Elemento di forza del PCL goriziano è il capitale umano. La distribuzione anagrafica del personale ha un'età media di 42,5 anni e abbraccia tutte le generazioni, dai Baby Boomers alla Generazione Z. Questo equilibrio generazionale tra i 91 dipendenti - spiega **Salvatore Vitale**, Responsabile RUO RAM 5 - consente una trasmissione efficace di competenze, con una apertura verso il cambiamento e le nuove tecnologie.

Recapito puntuale e sostenibile

L'intero sistema lavora in coerenza con i KPI di qualità e performance a livello nazionale, con un'attenzione particolare all'evoluzione dei volumi e ai trend previsti per il 2025. Le performance vengono monitorate costantemente, a garanzia di un servizio sempre più efficiente e puntuale. Il tutto anche grazie all'instancabile lavoro di **Arianna Fattoretto**: «Mi chiamano la "maestrina dalla penna rossa" o "l'occhio di Sauron" - scherza - Devo dire grazie a Poste, che mi permette anche di essere parte dell'Associazione Nazionale CC e della Protezione Civile: abbiamo gestito diverse emergenze, in alcuni casi anche con l'aiuto e la solidarietà dei portalettere».

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

La provincia siciliana spicca anche nelle classifiche di GO

Consegnare ad Agrigento è molto più complesso che nel resto d'Italia

La logistica nella città isolana:

«Una sfida vinta ogni giorno tra diverse difficoltà». La Filiale spicca nella regione: «Il 72% della popolazione della provincia è nostro cliente» afferma il DF Antonino Foti

Un'identità forte, fatta di cultura, tradizioni, unità e capacità di reagire alle difficoltà: c'è molto in comune tra Poste Italiane ad Agrigento e la comunità della provincia stessa. La Valle dei Templi e la Scala dei Turchi sono simboli universali e il recente riconoscimento ad Agrigento come Capitale Italiana della Cultura 2025 sottolinea la ricchezza e la vitalità del territorio. Poste non è da meno: il ricambio generazionale, soprattutto in alcuni ruoli chiave a partire dai consulenti, sta sostenendo il lavoro dell'Azienda in questo territorio, con risultati felici sia dal punto di vista di Mercato Privati che da quello della logistica. La rete di recapito in provincia di Agrigento e si sviluppa su una superficie di oltre 3.000 km², con una popolazione servita di circa 408.000 abitanti, distribuiti in 43 comuni. «Il servizio postale è garantito da una struttura articolata in centri e presidi locali, da Agrigento a Sciacca, passando per Canicattì, Favara, Licata, Ribera e le aree interne fino a Cattolica Eraclea e Casteltermini», spiega la Responsabile RAM 2 **Caterina Russo**. «La flotta – le fa eco il Responsabile Produzione **Calogero Ferrante** – di 184 mezzi, di cui il 24% “green”, rappresenta un passo avanti nella sostenibilità, in un'area che coniuga zone costiere e rurali, città e piccoli borghi». Il capitale umano è un punto di forza evidente. Il ricambio generazionale e l'integrazione tra staff territoriali e team RAM rappresentano una nuova fase di crescita. Il tutto deve però fare i conti con una elevata complessità nel recapito, data dai ritardi aerei (come nel caso dei voli per Catania rallentati o bloccati dal fumo dell'Etna con disagi che si ripercuotono sulla provincia agrigentina e su tutta l'isola) o dalle pessime condizioni di alcune strade. «Otteniamo grandi risultati contro le avversità – continua Russo – grazie all'ampia disponibilità delle nostre persone: esiste una chat che fin dalle prime luci dell'alba coinvolge i vari responsabili: vengono segnalati i problemi dal CS di Palermo al gruppo della RAM e immediatamente le notizie vengono diffuse a tutti i centri di recapito per una riorganizzazione immediata».



PCL, la squadra di Agrigento-Favara

ta». Il Centro di Lavorazione di Agrigento è guidato da **Gianluca Raia**, responsabile da due anni: «In Sicilia le problematiche di collegamento sono diverse rispetto al resto d'Italia». Il caposquadra **Gerlando Veneziano** e il responsabile Raia insieme sottolineano: «Abbiamo una logistica più complicata ma siamo strutturati e organizzati per intervenire tempestivamente. Riusciamo a garantire i risultati e la qualità del servizio facendo più fatica rispetto alle altre realtà, ma con tanta soddisfazione in più da parte di tutta la squadra».

Il volto di PCL

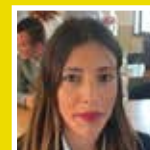
In PCL ad Agrigento, la componente femminile è in crescita, come evidenzia **Teresa Tumminello** di Risorse Umane della RAM: «Il 79% dell'organico è maschile, ma oggi su sette persone in sviluppo, quattro sono donne. L'età media è di 45 anni e il 62% è diplomato». La transizione generazionale e culturale si riflette anche nei ruoli di responsabilità. Come **Federica Panneri**, caposquadra sia al CD di Favara che al PDD di Casteltermini, o **Stefania Catania**, caposquadra ad Agrigento: «Il cambio di ruolo è stato impegnativo, ma ho trovato grande accoglienza e collaborazione». Nei periodi estivi, l'aumento del turismo modifica radicalmente il lavoro dei portalettere. **Andrea Costanza**, postino di Lampedusa spiega: «Nel periodo invernale, con il maltempo, può capitare che la nave non arrivi anche per una settimana. Quando arriva, ci uniamo tra colleghi per smaltire tutto con consegne massive». E aggiunge: «Ho consegnato posta all'Isola dei Conigli, e anche a personaggi noti come Claudio Baglioni e Silvio Berlusconi». A supportare la logistica della provincia, con attenzione particolare alle isole minori, è **Antonella Ruggirello**, dello staff produzione RAM. «Con i monitoraggi giornalieri, assegniamo le priorità del prodotto in consegna nel rispetto dei

tempi previsti. La qualità percepita è fondamentale». A livello operativo, **Salvatore Avarello** racconta l'importanza della figura incaricata alla chiusura nei CD: «Serve formazione specifica. È un ruolo delicato: se non chiudi bene la giornata, il giorno dopo rischi di trovarti tutto sballato».

Grande lavoro anche dopo la vittoria della commessa dell'Agenzia delle Entrate, come spiega **Angela Visconti**, referente ADER: «Agrigento presenta una tipologia di lavorazione ampia e utile per tutta la Sicilia. I portalettere sono abilitati anche come messi». Infine, il Belice e i territori colpiti dal

Lampedusa, obiettivi raggiunti nonostante innumerevoli sfide

A Lampedusa, non è solo il contesto logistico a essere complesso. Ma non per questo, l'operato dell'Azienda è meno efficace: **Silvia Vitello**, SCM, racconta con soddisfazione che «abbiamo chiuso tutti gli obiettivi, e questo mi rende fiera. La mia presenza sull'isola non è fissa, ma grazie a un grande lavoro di squadra con l'ufficio postale locale, riusciamo comunque a raggiungere i risultati». Nella logistica, la particolarità di Lampedusa è legata non solo alla distanza, ma anche alle frequenti difficoltà nei collegamenti marittimi. Dal 2 gennaio al 24 giugno 2025 – spiega Antonella Ruggirello – ci sono stati 36 giorni in cui la nave non è partita. Nel 2024, i giorni totali sono stati 59. Le cause sono molte: maltempo, guasti, giorno di riposo settimanale della nave». Ma Poste, comunque, c'è.



Silvia Vitello

Il risultato della consulente Premium: in due anni 170 clienti per 110 milioni

Risultato da record per **Maria Isa Mantione**, gestore Premium ad Agrigento, che in soli due anni ha costruito un portafoglio di 178 clienti con un patrimonio complessivo di oltre 110 milioni di euro (dato aggiornato al 30 aprile 2025). «Un patrimonio costruito da zero dal 2022», sottolinea la consulente, che lavora con una clientela a elevata età media, intorno ai 60 anni, composta in gran parte da ereditieri. Mantione racconta alcuni casi emblematici: «Con la RCZ abbiamo scoperto che un cliente aveva un patrimonio di due milioni di euro. Era presso un altro istituto, ma grazie a un nostro prodotto a tasso fisso e al rapporto di fiducia costruito con l'ufficio, lo abbiamo convinto a trasferire tutto», spiega. «È stato un grande lavoro di squadra». Un altro esempio riguarda un cliente di 76 anni: «Non era seguito con l'attenzione che merita. Abbiamo instaurato un rapporto forte, e anche se abitava lontano, veniva comunque in ufficio perché si sentiva seguito e ascoltato».



Maria Isa Mantione



terremoto del 1968 dimostrano il valore della presenza di Poste: la corrispondenza continua ad arrivare, ancora oggi, in comparti e isole nati nel doposisma. I portafogli - spiega **Claudio Agrimi**, responsabile del CD di Sciacca - «hanno saputo mappare e rendere accessibile una toponomastica complicata, assicurando un servizio efficiente a tutta la comunità».

MP ad Agrigento

La Filiale di Agrigento è guidata dal direttore **Antonino Foti**, che fa gli onori di casa nell'incontro con Postenews dello scorso 24 giugno e descrive il lavoro di MP: «Il 72% della popolazione della provincia è cliente di Poste e circa 5.300 persone si rivolgono ogni giorno agli uffici. Con oltre il 95% della popolazione residente servita e tutti i 72 uffici attivi, la struttura è solida e capillare. L'età media del personale si è ridotta grazie al ricambio generazionale, sostenuto dalle recenti stabilizzazioni». A Licata, la sinergia tra retail e small business «ha generato 12 conti Business Link e 11 contratti Full Acquiring» spiega il Dup **Angelo Nogara**. L'UP Favara 1 si è distinto per la qualità della relazione al front end, testimoniata dal Dup **Stefano Piscopo** e dai due OFE **Dario Cucchiara** e **Gianluca Patti**, mentre Palma di Montechiaro ha affrontato e superato la sfida con 24.481 clienti serviti entro i 15 minuti su 25.964: «Un 94% ottenuto grazie a lavoro di squadra tra me e collaboratori e gli sportellisti» spiega la dup **Chiara Diliberto**. Comitini rappresenta invece un esempio virtuoso di trasformazione digitale in un piccolo centro, illustra il dup **Vincenzo Mistretta**, con una crescita importante nella digital experience. In termini di efficienza, afferma la responsabile GO **Sandra Bordonaro**, «la filiale di Agrigento è la migliore della Sicilia secondo i kpi e rientra tra le prime 30 a livello nazionale».

4,4 miliardi di patrimonio

Sul versante commerciale, il DF Foti chiarisce che «Poste ad Agrigento si confronta con 105 sportelli bancari nella provincia, quindi il coefficiente più alto di presenza delle banche, insieme a Ragusa. Il patrimonio complessivo è di 4,4 miliardi in crescita in linea con il trend nazionale con 320mila clienti». Grande forza sul risparmio: «L'80 per cento dei nostri clienti è composto da librettisti», prosegue Foti. Anche qui, come nella logistica, vince la disponibilità del capitale umano: «Ci sono 71 sostituti dup in tour abilitati - spiega ancora il direttore di Filiale - ovvero persone che ci aiutano a coprire le esigenze, come seconda risorsa dell'ufficio».



La squadra del CD di Ribera



Le persone del CD di Licata

Lo Specialista Qualità cita il maestro Camilleri

Stefano Cairone è Specialista Qualità al Cd di Favara. Per parlare dell'importanza di Poste Italiane, cita un caposaldo della cultura siciliana: Andrea Camilleri. E lo fa riassumendo proprio quel racconto, «La cassetta e io», che Postenews ha scoperto nella grande opera dello scrittore di Porto Empedocle. In quel racconto l'autore di Montalbano ripercorreva il suo primo «incontro», da bambino, con la buca delle lettere: la busta era indirizzata ad Anna, una coetanea «bionda e bellissima», alla quale confessava il suo amore. Un racconto che è patrimonio della cultura aziendale, come dimostra la scelta di Stefano di usarlo come parallelismo per presentare la sua attività quotidiana, il suo legame con Poste e i valori che trasmette alla sua squadra.



Stefano Cairone

Le immagini del forum con Postenews



Leonardo Agrimi



Salvatore Avarello



Sandra Bordonaro



Walter Buongiorno



Stefania Catania



Andrea Costanza



Dario Cucchiara



Enrico Cuffaro



Massimo Cunetto



Chiara Di Liberto



Calogero Ferrante



Antonino Foti



Alessandra Gallo Afflitto



Rosa Gucciardo



Salvatore La Manna



Manuela Lo Brutto



Vittoria Mangiapane



Vincenzo Mistretta



Angelo Nogara



Federica Panneri



Raoul Passarello



Gianluca Patti



Antonio Piscopo



Stefano Piscopo



Gianluca Raia



Roberto Rizzo



Antonella Ruggirello



Caterina Russo



Giorgia Santino



Massimo Tomasio



Rosario Tulone



Teresa Tumminello



Vincenzo Uttilla



Gerlando Veneziano Broccia



Angela Visconti



Un momento dell'incontro con Postenews ad Agrigento

Nella provincia più povera d'Italia Mercato Privati "segna la tripletta"

La chiama la tripletta il DF Foti: segno più nella Raccolta Netta Risparmio, Raccolta Netta Investimento e Raccolta Lorda Investimento. Un «hat trick» che si è realizzato negli UP di Raffadali e di Naro. Nel primo, piccolo centro agrigentino di 12mila abitanti, **Fabio Bono** è consulente titolare di portafoglio dinamico da tre anni: «È un territorio molto produttivo, dove quasi tutti sono legati al mondo postale. La clientela è composta in gran parte da grandi risparmiatori tra i 45 e i 50 anni in su, con mestieri diversi, spesso legati al settore agricolo». Raffadali è infatti famosa per la coltivazione dei pistacchi. Il risultato? «Abbiamo il maggior numero di clienti Affluent, cioè con patrimoni superiori ai 100mila euro. Qui sono molto attenti a non sprecare denaro: basti pensare che anche una pizza può diventare un'occasione per risparmiare». A pochi chilometri di distanza, a Naro, la consulente **Marina Triglia** ha assunto da due mesi la titolarità del portafoglio dinamico. Originaria di Palma di Montechiaro, arriva da una filiale del nord Italia: «Naro è una realtà piccola, di circa 4mila abitanti, con clienti storicamente legati al risparmio postale e un forte radicamento agricolo», racconta Marina.



Fabio Bono



Marina Triglia

REPORTAGE

Viaggio nel centro di distribuzione della città pugliese A Brindisi 220mila pacchi l'anno «E i nostri Kpi sono in crescita»

Con gli habitu  dell'e-commerce si entra subito in confidenza e il contatto quotidiano aiuta a superare gli imprevisti e i limiti della toponomastica delle zone rurali e marine



La squadra del centro di distribuzione di Brindisi



di **Carla Falconi**

Nel deposito pieno di scatoloni e casellari, brulicante di portalettere, prevale il colore giallo di Poste. Siamo nel Centro di distribuzione di Brindisi, vicino alla stazione ferroviaria, retaggio dei tempi in cui la corrispondenza viaggiava sui binari. Ventinove portalettere, guidati da due capisquadra e dal responsabile **Giuseppe Dell'Atti**, servono 36 zone urbane, pi  una frazione rurale, e distribuiscono ogni anno un volume di posta registrata di 550.000 pezzi (di cui 220.000 pacchi) e 65.000 chili di posta indescritta (dati del 2024). «Con questi numeri, le persone e una flotta aziendale ecosostenibile, elettrica o a metano - afferma Dell'Atti, ex portalettere al Nord - gestiamo un capoluogo di 83.000 abitanti, distribuiti su una superficie di 333.000 chilometri

quadrati che ogni giorno i portalettere attraversano in lungo e in largo per fare le loro consegne, costituite, ormai da dieci anni, per il 40% della posta registrata, da pacchi provenienti dai colossi dell'e-commerce».

C'  posta per me?

Il CD   l'ultimo miglio di una rete logistica che, come una ragnatela, racchiude tutto il Paese, e si plasma a misura dei territori. Nel caso di Brindisi in una citt  a vocazione marittima, agraria e sede di un polo chimico, che si estende dalla costa a una pianura interna caratterizzata da piccole case rurali e qualche masseria ancora non trasformata in albergo. **Vincenzo Di Summa**, da 12 anni portalettere dentro le mura, conoscendo non solo la toponomastica di questi luoghi ma anche i suoi abitanti, ha un quadro chiaro della vita della citt . «Molti

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Esposito Giovanni		Resp. Sicurezza Fisica - TA/ Area Territoriale Tutela Aziendale Sud
Loliva Nadia		Resp. Comm. Privati Filiale Bari - Macro Area Mercato Privati
De Donatis Rafael Amedeo		Resp. Comm. Privati Fil. Brindisi - Macro Area Mercato Privati
Lops Margherita		Resp. Comm. Privati Filiale Foggia - Macro Area Mercato Privati
Giannini Marianna		Resp. Coord. Comm Terr. 1 Bari - Macro Area Mercato Privati

brindisini se ne sono andati, molti extracomunitari sono arrivati, soprattutto cinesi, arabi e pakistani che spesso abitano e lavorano nello stesso posto. Con gli ordinatori seriali di pacchi, da quando   decollato l'e-commerce, si entra facilmente in confidenza grazie al continuo contatto telefonico. Il rapporto per    cordiale con tutti i clienti e alcuni di loro, quando mi incontrano, mi chiedono «c'  posta per me?», senza neppure dirmi chi sono! **Giuseppe Di Bello**, invece, percorre ogni giorno i circa 100 chilometri della zona costiera. «L'80 per cento dei numeri civici - racconta -   giusto, il 20   pura avventura». Specie nelle zone rurali e marine, dove non arriva la mappatura "ufficiale" arrivano i postini, grazie alla loro conoscenza del territorio: «Molti clienti poi possiamo contattarli anche al telefono e tramite Whatsapp ci inviano la loro posizione».

Organizzare con logica e cuore

I due capisquadra, **Filomena Palmisano** e **Nicola Scatigna** concordano che anche la programmazione pi  minuziosa deve fare i conti con imprevisti dovuti al fattore umano, meteorologico e ad altre numerose evenienze. «La vita di un caposquadra - dichiarano -   fatta di organizzazione e programmazione». «Il nostro ruolo richiede anche una capacit  di supervisione del lavoro delle squadre che per  non va fatta dall'alto, ma stando in mezzo a loro. L'esperienza come portalettere ci aiuta a fare quadrato e a motivare le persone». Da cinque anni, il CD di Brindisi raggiunge oltre l'80% dei Kpi, gli indicatori di business che ne dimostrano l'efficienza. **Antonio Urgesi**, in passato portalettere a Bari, ora responsabile del monitoraggio qualit , conferma che «questo   uno degli uffici pi  performanti della Ram2 Sud 1, la macroarea che accorpa la Basilicata e le province di Taranto, Lecce e Brindisi. Il livello dei processi   alto e favorisce la fidelizzazione dei clienti, sia business sia retail. E trattandosi di un centro di provincia, anche se non siamo aperti al pubblico, ci capita di dover gestire la clientela che si rivolge direttamente a noi. Ma anche questo aiuta ad aumentare la percezione della qualit  del servizio».

PROBLEMI E SOLUZIONI

Cosenza prima Provincia con la tesoreria di Poste

L'accordo rappresenta una novit  in Italia e segna un passo significativo nel consolidamento della relazione e della collaborazione con le istituzioni

La Provincia di Cosenza ha affidato a Poste Italiane la gestione del servizio di tesoreria per i prossimi tre anni. L'accordo rappresenta una novit  assoluta in Italia e segna un passo significativo nel consolidamento della relazione e della collaborazione tra l'Azienda e gli enti pubblici e le istituzioni. Per arrivare a questo primo accordo sul territorio nazionale,   stato necessario attendere la recente apertura normativa che ha consentito a Poste di offrire il servizio anche

ai Comuni con popolazione residente fino a 100.000 abitanti e alle Province e Citt  Metropolitane fino a un milione di abitanti. In precedenza, il perimetro era limitato ai soli Comuni al di sotto dei 5.000 abitanti.

Convenzione apripista

  da quel momento che i colleghi di MIPA si sono attivati per gettare le basi di questa convenzione che funger  da apripista per future collaborazioni tra Poste Italiane e le amministrazioni pubbliche. «Il lavoro fatto nei Piccoli Comuni   stato certamente un banco di prova importante e si   rivelato un ottimo biglietto da visita.   grazie alla credibilit  e alla fiducia guadagnata che la Provincia di Cosenza ha deciso di affidare a noi un servizio tanto complesso e delicato», racconta **Giuseppe Burdino** che si occupa dei servizi finanziari per Imprese e Pubblica Amministrazione nella Macro Area Sud con un portafoglio di 630 clienti distribuiti su Cosenza, Crotone e la parte



Il team della Filiale di Cosenza

nord della provincia di Catanzaro. Burdino spiega anche come al buon esito dell'affidamento finale abbiano concorso diversi fattori vincenti: «Il merito pi  grande va sicuramente attribuito alla completezza del servizio che integra tutte le attivit  di anticipazione, di gestione incassi e pagamenti. A questo va per  affiancata la capacit  di ascoltare e adattare l'offerta alle specifiche esigenze della Provincia di Cosenza e del territorio, elemento che ha giocato un ruolo importante ai fini della scelta». Erogato in partnership con Cassa Depositi e Prestiti per la parte di Anticipazione di tesoreria (L.488/1998), in virt 

dell'accordo il servizio garantir  all'Ente affidatario l'accessibilit  all'intera rete dei circa 12.500 uffici postali in circolarit  per le attivit  di incasso e il pagamento e la disponibilit  di un ufficio postale di radicamento per tutte quelle attivit  che necessitano della presenza "fisica". «Non meno importante   la presenza di un'assistenza post firma puntuale e qualificata - conclude Burdino - che offre l'opportunit  di avvalersi di un referente commerciale dedicato, altamente specializzato, pronto a rispondere a qualunque esigenza in modo da ridurre al minimo tempi e costi di gestione».

REPORTAGE

In provincia di Trapani un ufficio postale con ottime performance

La ricchezza di Alcamo:
«Gestiamo un patrimonio
di 151 milioni di euro»

La Direttrice Mariantonia Badalucco guida un team affiatato:

«Dal primo gennaio al 31 maggio abbiamo servito

circa 30 mila clienti con una media giornaliera di 217»



di Mariangela Bruno

L'ufficio postale di Alcamo, uno dei centri rinomati della provincia di Trapani con 44.000 abitanti, è una realtà dinamica con numeri di rilievo, a partire dal patrimonio complessivo, che supera i 151 milioni di euro e fa registrare una crescita dello 0,4% rispetto allo scorso anno. L'ufficio è diretto da **Mariantonia Badalucco** e ha 16 risorse assegnate (1 direttrice, 2 collaboratori, 3 consulenti finanziari, 9 sportellisti e un operatore front end con l'81% di donne). «Dal primo gennaio al 31 maggio l'up ha servito circa 30 mila clienti con una media giornaliera di 217. Devo dire che siamo una bella squadra» spiega fiera la direttrice. Il patrimonio (che come detto supera i 151 milioni) è suddiviso in poco più di 39 milioni per lo Stock di BFP, circa 78 milioni come Stock di Investimenti e Previdenza e poco meno di 34 milioni di stock di liquidità, di cui circa 19 milioni sui Libretti di Risparmio. Ogni mattina la direttrice si confronta con il personale: «Tutti noi dobbiamo conoscere le linee guida della Filiale, tenendo conto dei possibili reindirizzi commerciali durante la giornata e per questo è indispensabile avere sempre un piano

«B» tempestivamente condiviso da tutti; nessuno escluso e ognuno per le proprie competenze». Al fianco di Badalucco ci sono le collaboratrici **Clara Provenzano** e **Ylenia Libero Condotto** che contribuiscono a gestire l'ufficio postale e a renderlo un punto di riferimento per tutta la cittadina.

La maturità commerciale

Gli ottimi risultati raggiunti e lo spirito di squadra ad Alcamo si respirano anche nelle parole della consulente **Clara Cardilicchia**: «Che soddisfazione aver ottenuto i risultati per i quali tanto abbiamo lavorato, nel comparto energia luce e gas. Abbiamo fatto capire giorno dopo giorno alla nostra clientela come le due offerte spassassero una politica attenta all'ambiente». E i clienti di Alcamo Centro ripagano questa cura e attenzione. «La sportelleria è il punto in cui ogni cliente chiede che vengano risolte questioni operative ma anche personali. Noi ogni giorno ascoltiamo e supportiamo – racconta lo sportellista **Francesco Di Trapani** – e se il cliente si sente ascoltato e accolto, ci lascia un sorriso e torna sereno perché si torna sempre dove si è stati bene». «Mi ricordo quando una cliente, dopo aver prelevato, è scappata via per prendere la figlia a scuola,



I colleghi dell'ufficio postale di Alcamo

lasciando i soldi e mi sono alzata dalla postazione per inseguirla. Può sembrare banale, ma il cliente ci restituisce fiducia e attaccamento» racconta la sportellista **Chiara Bosco**. Le fa eco il collega **Giuseppe Pietro Bernabei** pensando a quando l'ufficio ha dovuto curare una successione, sanando attriti duri da sanare. Un altro microcosmo è quello del Punto Poste dove alla collega OFE **Maria Stefania Ruisi** è capitato di «aiutare ragazzi emigrati da alcune zone poco felici dell'Africa». Ma

c'è un altro grande successo che racconta quello che di bello c'è ad Alcamo Centro: il Cavaliato assegnato alla collega **Leone**, un grande riconoscimento a livello nazionale, ambito da chiunque nel mondo del lavoro che si distingua per capacità e impegno profuso. Un'ultima curiosità: attaccato alla struttura dell'ufficio postale di Alcamo si trova il Monastero di Santa Chiara, luogo di pace e grazia con cui i dipendenti di Poste Italiane hanno costruito un rapporto speciale. ●

Noi di Poste



I colleghi del Centro di distribuzione di Siracusa Panagia

PROBLEMI E SOLUZIONI

Palermo 13, la serenità nelle difficoltà

In un contesto complesso della città l'attitudine all'ascolto ha migliorato le relazioni con la clientela

L'ufficio postale di Palermo 13 rappresenta un esempio di come sia possibile superare le barriere delle diffidenze e dell'incomunicabilità grazie alla pazienza e alla tenacia. L'ufficio si trova nel cuore di un'area urbana complessa e stratificata, caratterizzata da profonde diversità sociali, culturali ed etniche. In questo difficile contesto, non di rado i colleghi si sono trovati a fronteggiare situazioni di tensione e aggressività da parte della clientela. «Sono arrivata in questo ufficio nel dicembre scorso – racconta la nuova direttrice **Federica Carta** – e ho trovato persone che ce l'avevano messa tutta per tentare di stabilire una connessione emotiva con quella clientela



Il team dell'ufficio postale Palermo 13

così chiusa scontrandosi sempre con muri invalicabili». Ma è proprio su questa attitudine all'ascolto che Federica ha fatto leva per tentare un cambio di paradigma che consentisse sia di superare quell'istinto di autodifesa che

nel tempo si era sedimentato tra i dipendenti, sia di incardinare una nuova relazione con i residenti. Il primo caso è quello di Gioacchino, alle prese con l'impossibilità di utilizzare la Postepay su cui percepiva la pensione a causa di un pignoramento. «Fuori di sé dalla rabbia, il cliente urlava pretendendo di avere i suoi soldi e sostenendo che il suo avvocato gli aveva riferito che la procedura di sblocco avviata dal nostro ufficio non era stata eseguita correttamente», spiega la direttrice. Per riportare serenità tra i presenti, Federica lo invita nella sua stanza, insieme contattano l'avvocato che nega di aver messo in discussione l'operato dell'ufficio convincendolo a

scusarsi con tutti. Solo allora Gioacchino cede e si lascia andare al pianto: «Mi ha confidato che la pensione era l'unica fonte di reddito per la sua famiglia e la frustrazione aveva comportato un eccesso di rabbia del quale era profondamente pentito». Oggi Gioacchino è tra i clienti più educati, rispettosi e affezionati dell'ufficio postale. Anche la signora Maria è stato un piccolo grande successo: «Si avvicina e mi chiede di effettuare la securizzazione del suo numero di cellulare per operare online sul libretto», racconta Italo, uno degli sportellisti dell'ufficio Palermo 13. «Vedo che sta parlando al telefono con qualcuno che sembra guidarla, provo a capire con chi, ma lei risponde che è suo figlio». La signora è cliente assidua e il collega sa bene che non ha figli. Con tono calmo e rassicurante riesce a vincere le resistenze di Maria e a farsi passare il cellulare per parlare direttamente con l'interlocutore. È un ragazzo che sostiene che «sua mamma» ricorda poco a causa di una recente ischemia e che sta aiutandola a trasferire 25 mila euro da un libretto a un conto corrente sconosciuto. Grazie all'intuito e alla discreta insistenza di Italo la truffa viene sventata e la signora Maria informata del pericolo scampato.

REPORTAGE

L'ufficio postale della cittadina ligure è un crocevia di culture

Albenga, per accogliere i clienti il francese dà una marcia in più

La Direttrice Cristina Giribaldi spiega la "relazione familiare" che si crea con le persone più anziane e con gli stranieri, molti dei quali immigrati nordafricani: «Conoscere le altre lingue ci permette di servirli e fidelizzarli»



Il team dell'ufficio postale di Albenga diretto da Cristina Giribaldi (seconda da destra)

In via dei Mille numero 25, nel centro di Albenga, si trova il principale ufficio postale della laboriosa città ligure. Ventitremila abitanti in tutto e poco meno della metà di loro clienti di Poste Italiane, come correntisti, librettisti o possessori di una carta Postepay. La sede gestisce un patrimonio di 130 milioni di euro e serve centinaia di clienti che si recano ai suoi sportelli, con una media di 150 persone al giorno. A dirigerlo è **Cristina Giribaldi**, insieme a un gruppo di collaboratori, sportellisti e consulenti a maggioranza femminile (c'è un solo sportellista) come si addice alla tradizione di Poste, considerate ormai un modello di emancipazione femminile e di inclusione. Le donne rappresentano, infatti, il 54% della forza lavoro aziendale, il 46% dei quadri dirigenziali e il 60% dei direttori dei 13mila uffici distribuiti sul territorio.

L'inclusività come prassi

La direttrice, da 28 anni in azienda e una laurea in francese che le è tornata utile con i numerosi stranieri di origine magrebina, appena arrivata ad Albenga si è subito resa conto della tipologia della clientela, caratterizzata dalla tradizionale presenza di molti risparmiatori anziani, ma anche di molti stranieri, specchio tangibile di un Paese che cambia e che continua ad aver bisogno di una "relazione familiare" con l'ufficio postale. «I cittadini extracomunitari – spiega Giribaldi – spesso non parlano bene l'italiano e così con il mio francese, e l'inglese dei colleghi più giovani, riusciamo ad offrire un ulteriore servizio e li aiutiamo nelle pratiche. Aprono soprattutto libretti postali o richiedono la carta Postepay e quando sentono che parlo la loro lingua vedo l'espressione del loro volto che si illumina. Questo approccio inclusivo, tipico della cultura di Poste, li stupisce e sanno che non sempre lo troveranno altrove». «I risultati ottenuti – prosegue – dipendono anche da questa capacità di ascoltare i bisogni della gente. La fiducia dei clienti parte da questo rapporto diretto che diventa un fattore decisivo per far conoscere servizi e prodotti finanziari».

La città vista dallo sportello

La vita della comunità passa ogni giorno davanti agli sportellisti di questo ufficio

che hanno visto cambiare la città e il loro lavoro molte volte. **Rossana Ardissoni**, sportellista senior, da 25 anni in Poste, ha vissuto tutto il processo di digitalizzazione notando che una parte della clientela si è adeguata lentamente. Soprattutto gli anziani e gli extracomunitari che lavorano nelle aziende agricole del territorio «rappresentano una grande ricchezza culturale – dice Ardissoni – ma per le operazioni in ufficio, a causa delle difficoltà linguistiche e del basso livello di alfabetizzazione finanziaria, devono essere seguiti in modo particolare». Il suo giovane collega **Giulio Piran**, laureato in digital humanities e comunicazione, da soli tre al front end per proporre contratti energia, PosteMobile Casa e polizze auto, ha trovato «una clientela curiosa e in crescita. Le persone sono interessate e reagiscono bene perché hanno capito che l'azienda è trasparente e che i nostri prodotti sono validi anche se riguardano mercati relativamente nuovi».



Inquadra il QR Code per guardare il video sul lavoro dei colleghi di Albenga

I vecchi e i giovani

Anche **Giuliana Grassi**, collaboratrice, nel corso dei suoi 42 anni di lavoro, ha vissuto tutte le fasi: «Io e i miei colleghi – racconta – abbiamo sempre fatto gruppo e vissuto tante trasformazioni, inclusa la rivoluzione digitale. In questi ultimi anni, ho imparato molto dai giovani e la forza di questo ufficio è stata proprio la capacità di mettere a fattor comune l'esperienza degli anziani e le competenze tecnologiche dei giovani».

La difesa del risparmio

Nel settore risparmio e investimenti lavorano due consulenti, **Joice Sanguineti**, 34 anni, laureata in economia, e **Patrizia Giribaldi**, 63 anni di cui 35 passati in Poste, che sperimentano ogni giorno come la reputazione di Poste Italiane sia un elemento determinante nel rapporto con i clienti. «Anche se spaventati dalla situazione economica mondiale – dichiarano – continuano a investire, seppur con prudenza, soprattutto in depositi super smart e buoni fruttiferi. In questo momento, pochi investono in prodotti più dinamici. La tendenza al risparmio, invece, resta una costante grazie alla fiducia e all'affidabilità dell'azienda».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Eliseo Alessandro.....Resp. Comm. Privati Filiale Aosta - Macro Area Mercato Privati
Negro Andrea.....Resp. Comm. Privati Filiale Biella - Macro Area Mercato Privati
Cona Sonia Esilda...Resp. Gest. Operativa di Filiale Brescia 1 - Macro Area Mercato Privati
Cuzzucoli Carmelo.....Resp. Gest. Operativa di Filiale Como - Macro Area Mercato Privati
Varletta Ugo.....Resp. Gest. Operativa di Filiale Cremona - Macro Area Mercato Privati
Magri Simone.....Resp. Gest. Operativa di Filiale Milano 2N - Macro Area Mercato Privati
Zangrossi Massimo.....Resp. Gest. Oper. di Filiale Milano 4O - Macro Area Mercato Privati
Tursi Giuseppe Damiano...Resp. Gest. Oper. di Filiale Novara - Macro Area Mercato Privati
Nardi Anna.....Resp. Gest. Operativa di Filiale Torino 1C - Macro Area Mercato Privati
Lagonigro Raffaella Giovanna...Resp. Coord. Terr. GO Genova - Macro Area Mercato Privati
Sessa Camillo.....Resp. Centro Assist. Business Milano- DTO/Servizio Assistenza Clienti

I 100 anni di Giuseppe



Presso l'ufficio postale di Carmagnola, Poste Italiane ha voluto rendere omaggio allo storico portaflettere della zona, Giuseppe Giordano, in occasione del suo centesimo compleanno. Una delegazione composta dai rappresentanti territoriali dell'azienda ha voluto festeggiare la ricorrenza di uno tra i portaflettere più longevi d'Italia che per tanti anni è stato un punto di riferimento per la comunità locale. Hanno partecipato ai festeggiamenti anche una delegazione di postini del Centro di distribuzione della zona che hanno testimoniato come il lavoro oggi come allora si basa sulla conoscenza del territorio, sulla dedizione, sullo spirito di servizio e sulla qualità per rispondere alle nuove esigenze dei cittadini e delle aziende.



Inquadra il QR Code per vedere il servizio del TG Poste

La flotta PCL a Torino Reiss Romoli



La squadra degli automezzi del CD e del CS di Reiss Romoli di Torino: in un'unica struttura la convivenza di tutta la filiera tipo della flotta di Poste

REPORTAGE

Il lavoro del Centro di distribuzione si intensifica con il turismo

A Jesolo i pacchi raddoppiano d'estate: «E noi li consegniamo in campeggi grandi come città»



I colleghi del Centro di distribuzione di Jesolo

Sulla striscia di litorale tra la Laguna Veneta e la foce del Piave, immerso nel patrimonio Unesco, il CD di Jesolo ci racconta un lavoro che varia seguendo il ciclo delle stagioni. Con una flotta green, composta da 32 mezzi di cui 7 elettrici, il Centro consegna nei luoghi dove terra e mare formano un tutt'uno con l'uomo, tra canali, natura incontaminata strutture turistiche.

Le consegne estive

«Il CD serve una popolazione di 63mila persone, ha 15 articolazioni di base e 13 di business – racconta il direttore **Carlo Carraro** – tra alta e bassa stagione, per quanto riguarda i pacchi, la differenza è di circa 500

Tra le località servite c'è il borgo di Caorle: la bellezza dei paesaggi accompagna i portalettere nei 40 minuti per raggiungerlo

consegne giornaliere. In estate arriviamo a 1.000. Per la posta registrata, invece, i volumi oscillano intorno ai 1.100 pezzi al giorno». Come la laguna racchiude natura e strutture ricettive così i portalettere di Jesolo si dividono tra i paesaggi lagunari e i mega villaggi turistici di Cavallino Treporti, una delle località balneari prime in

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Scialdone Massimo.....	Resp. Sicurezza Fisica – TA/Area Terr. Tutela Aziendale Nord Est
Brivittello Maria Cristina.....	Resp. Centro Servizi Trieste- DTO/CO/SBO/CST-BA
Bortolutti Carlo.....	Resp. Comm. Privati Filiale Belluno - Macro Area Mercato Privati
Basile Donato.....	Resp. Comm. Privati Filiale Padova - Macro Area Mercato Privati
Basso Giulia.....	Resp. Comm. Privati Filiale Pordenone - Macro Area Mercato Privati
Brandolese Andrea.....	Resp. Comm. Privati Filiale Udine - Macro Area Mercato Privati
Bertolo Antonio.....	Resp. Comm. Privati Filiale Venezia - Macro Area Mercato Privati
Sifanno Filippo.....	Resp. Comm. Privati Filiale Vicenza - Macro Area Mercato Privati
Mosca Alessandro.....	Resp. Coord. Comm Territ. 1 Treviso - Macro Area Mercato Privati
Orlandi Giada.....	Resp. Coord. Comm Territ. 2 Verona - Macro Area Mercato Privati
Scolaro Enrico.....	Resp. Produzione CS Padova - Macro Area Logistica

Italia per numero di presenze. «Da maggio a settembre – racconta la portalettere **Tamara Bodi** – Cavallino Treporti si popola di villeggianti e lavoratori stagionali, che diventano nostri clienti. Qui ci sono circa 30 campeggi, alcuni grandi come città, con oltre 10mila posti e molti stranieri si fanno arrivare il quotidiano dal paese di provenienza. Questo fa lievitare le consegne».

Lontano dai riflettori

Il percorso di Tamara prosegue verso la più incontaminata Lio Piccolo, che con i suoi 22 abitanti sembra uscita da un quadro di Van Gogh: «È un percorso tra isolotti separati da stretti canali e orti, fino ad arrivare alla piazzetta dove c'è la chiesa dedicata a Santa Maria delle Nevi e un campanile. Un tragitto mozzafiato, dove si vedono i fenicotteri rosa. Consegnare la posta qui suscita emozioni, anche se lo faccio da 20 anni». E poi c'è Caorle, la «Piccola Venezia» amata e raccontata dalla penna di Hemingway; un borgo marinaro di 11mila abitanti tra Eraclea e Bibione famosa per i Casoni, le antiche abitazioni dei pescatori. Qui da 10 anni consegna la posta **Sara Savian**: «Il tragitto è lungo – racconta – circa 40 minuti in macchina, ma ripagato da paesaggi come la Brussa, una spiaggia incontaminata. Sono per lo più zone agricole e con gli abitanti si è instaurato un rapporto familiare».

Motivazione e organizzazione

In un territorio complesso l'organizzazione è tutto: «La gestione di tempi e risorse è fondamentale – racconta **Stefania Bet**, Specialista Monitoraggio Qualità – se il clima non è sereno si rischia di andare in una direzione sbagliata, siamo in un posto unico da tanti punti di vista, occorre molta attenzione». E quell'attenzione è l'imprinting che il direttore ha dato alla sua squadra: «Quando sono arrivato, nel 2023 – racconta – c'era stata una riorganizzazione interna, il trasferimento di alcune attività insieme al personale nei centri di smistamento aveva destabilizzato i dipendenti. Ho adottato un approccio soft e ho resettato, poi siamo ripartiti da zero, insieme». A fargli eco i due capisquadra, **Alessandro Cammarosano**, classe 1995, e **Orietta Doné**, memoria storica, nel CD dal 2007: «Il nostro dovere è motivare e coinvolgere – dicono – oggi rispetto a ieri, va tutto più veloce e dobbiamo adeguarci».

La parola alle istituzioni

Polis, i passaporti in ufficio postale anche nel Padovano

Anche a Padova è ora possibile richiedere il passaporto in ufficio postale. Presso la sede di Corso Garibaldi, infatti, si è tenuta l'inaugurazione del nuovo servizio a disposizione di tutta la cittadinanza, alla presenza del Vicesindaco Andrea Micalizzi, del Dirigente della Questura Luca Perrone e dei rappresentanti di Poste Italiane. Con l'attivazione del nuovo servizio, si consolida il rapporto di collaborazione tra l'Azienda e le istituzioni a favore dei cittadini e del territorio.



Premiazioni

La Filiale di Padova festeggia alla Champions Postepay



REPORTAGE

Record di contratti tra gli UP della Filiale di Campobasso

Primi nella categoria Energy
il successo di Termoli Centro

L'ufficio postale della cittadina affacciata sull'Adriatico si è messo in evidenza per i risultati commerciali ottenuti con luce e gas e per la riduzione dei tempi di attesa allo sportello



Il team dell'ufficio postale di Termoli Centro

di **Ernesto Taccone**

Tempi di attesa allo sportello ridotti al minimo, forte spinta commerciale all'utilizzo della carta Postepay e alla prenotazione appuntamento da App Poste, risposta immediata agli avvisi di giacenza corrispondenza. Ma non solo. Nel primo trimestre del 2025 è risultato primo classificato nella Filiale di Campobasso, categoria Energy. Stiamo parlando di Termoli Centro, uno dei tre uffici nella cittadina molisana che si affaccia sul Mar Adriatico, poco distante dal Gargano e dalle Isole Tremiti, all'estremo Sud Est della Macro Area Centro. Il direttore è **Gabriella Lascialanda**, in azienda dal 1988, con

un passato professionale che l'ha vista prima operativa negli uffici locali, poi a Campobasso nello staff commerciale di Filiale.

Forte riduzione dei tempi di attesa

«Per migliorare i tempi di attesa – spiega subito Gabriella, dal 2011 responsabile di Termoli Centro – cerchiamo di dare alla clientela indicazioni sull'operatività della prenotazione da App, come ad esempio in fase di rilascio di una carta Postepay, forniamo assistenza per scaricare l'applicazione e spieghiamo i vantaggi dell'utilizzo del QR Code nella fase di pagamento di un'operazione. Come leggere gli avvisi di giacenza-corrispondenza al Gestore Attese, al fine di evidenziare subito se il pacco o il plico è in giacenza o meno. Poi nelle operazioni di

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Frutti Caterina	Resp. Gest. Operativa di Filiale Roma 1C - Macro Area Mercato Privati
Lorenzi Gianluca	Resp. Gest. Operativa di Filiale Roma 3S - Macro Area Mercato Privati
Blasi Carla	Resp. Risorse Umane Filiale L'Aquila - Macro Area Risorse Umane
Sabelli Giorgia	Resp. Risorse Umane Filiale Roma 4E - Macro Area Risorse Umane
Gallaccio Stefano	Responsabile CS Affile - Macro Area Logistica
Abatecola Lorenzo	Resp. Processi e Qualità CS Roma FCO - Macro Area Logistica
Verdozzi Sergio	Resp. Produzione Ram 1 C - Macro Area Logistica

rimborso di buoni postali, utilizziamo il riconoscimento diretto del cliente tramite Poste Pass». Al fianco del direttore c'è **Rosanna Fedeli**, 48 anni, in Poste dal 2009, in precedenza responsabile dell'ufficio postale alle Isole Tremiti e dal 2024 collaboratrice del direttore: «Mi occupo principalmente degli sportellisti, dando supporto operativo sugli applicativi SDP e nelle fasi di apertura delle carte Postepay. Nei fine settimana torno sulle Isole da mia madre».

I vantaggi di un buon lavoro di squadra

Ridurre i tempi di attesa per la clientela, anche in fase di sottoscrizione di un contratto energia o telefonia, è il frutto di un buon lavoro di squadra che parte dallo sportello e arriva all'Operatore Front End. **Alessandro Santone**, 49 anni, in Azienda dal 2001: «Dopo tre anni da CTD portafoglio a Termoli, mi sono laureato a Pescara in Lingue indirizzo economico e sono entrato in Meridiana – racconta Alessandro – poi nel 2012 sono rientrato in Poste Italiane come portafoglio a tempo pieno: qui a Termoli Centro sono dal 2023, prima sportellista e adesso OFE. L'offerta per la fornitura gas dedicata ai clienti vulnerabili è molto apprezzata, i clienti poi tornano anche con le bollette delle altre utenze». **Antonietta Ramos**, in Poste dal 2003 come portafoglio, poi sportellista è il referente filatelico dell'ufficio di Termoli: «I collezionisti filatelici sono clienti molto precisi e pazienti, a capire meglio le persone e a far crescere la loro fiducia in Poste mi ha aiutato molto il forte legame creato con i colleghi e la mia passata esperienza professionale». Nella sala consulenza sono operativi **Maria Giovanna D'Amato**, **Anastasia Colella**, **Esmeralda Di Renzo** e **Nicola Farinacci**, oltre al consulente impresa **Monica Di Silvio**. «Sono entrata nel 2003 come CTD, poi allo sportello a Montenero di Bisaccia e dopo nella sala consulenza di Guglionesi» spiega Maria Giovanna, «dal 2017 sono tornata a Termoli Centro per seguire il portafoglio dinamico dei clienti Affluent; cerco di creare una relazione stabile e continua, anche dopo la sottoscrizione di polizze di protezione Casa e Famiglia, seguo sempre i clienti nel disbrigo delle pratiche per la denuncia e richiesta di rimborso».

PROBLEMI E SOLUZIONI

Sacrofano, la sinergia con il Comune accelera il recapito

La popolazione è stata invitata ad aggiornare gli indirizzi e i citofoni e il Centro di distribuzione mantiene alti standard di formazione

Cresce il numero degli abitanti di Sacrofano, a pochi chilometri a nord di Roma, e crescono anche i servizi di corrispondenza e recapito di Poste. C'è stato un incontro presso il Comune di Sacrofano, con il sindaco **Patrizia Nicolini**, e al quale hanno partecipato i colleghi **Maria Lea Pettolino**, responsabile presidio territoriale di Relazioni Istituzionali Area Centro, **Lucia Fantasia**, responsabile Qualità di MAL Centro, **Valerio Nobile**, responsabile Qualità della RAM 1. «A gennaio 2025, la segreteria del Sindaco di Sacrofano ha segnalato alcuni disservizi del servizio postale – spiega **Roberto Fiandra**, responsabile del CD di Roma Prima Porta – con ritardi nella consegna di corrispondenza e recapito errato, spesso in cassette postali sbagliate. Da subito, coadiuvati anche da tutto lo staff di RAM 1, abbiamo avviato delle attività di verifica per valutare responsabilità, cause e azioni da intraprendere per ripristinare il regolare servizio e migliorarlo». Da ricordare che il comune di Sacrofano si trova in un territorio prevalente-



I colleghi del centro di distribuzione di Roma Prima Porta

mente agricolo, sulle pendici del Monte Susino (nel Parco regionale di Veio), con una densità abitativa relativamente bassa, circa 8mila abitanti su una superficie totale di circa 30 km². «Colloquiando con i portafoglio ed effettuando più sopralluoghi – continua il responsabile del CD di Prima Porta – sono emerse diverse cause

che compromettevano il regolare svolgimento del servizio. Tra queste, toponomastica obsoleta e di non facile lettura, strade sterrate e poco illuminate, spesso rinominate con vie nuove ma con la corrispondenza che giungeva con il vecchio indirizzo, presenza di civici nuovi e vecchi all'esterno delle proprietà e la mancanza dei

nominativi sulle cassette postali e sui citofoni, assenza di campo per effettuare telefonate e/o utilizzare la rete internet. A seguito di quanto rilevato è stato effettuato un incontro con il Sindaco dove il Comune si impegna a porre rimedio a quanto da noi riscontrato invitando anche la popolazione a comunicare gli indirizzi nuovi e apporre in maniera corretta e leggibile i nominativi sulle cassette postali e sui citofoni per agevolare i portafoglio nel proprio lavoro. Come CD di Roma Prima Porta stiamo mantenendo un'adeguata copertura con il personale, formandone di nuovo attraverso lo scambio di informazioni con quelli più esperti e monitorando costantemente le segnalazioni provenienti dal territorio». Da parte del comune di Sacrofano, nell'incontro con i rappresentanti della nostra Azienda, sono state avanzate richieste anche per ottimizzare il servizio allo sportello dell'ufficio postale anche in seguito all'introduzione di nuovi servizi pubblici, con il progetto Polis che si avvierà nei prossimi mesi.

REPORTAGE

Il Centro Logistico garantisce la consegna della corrispondenza a 280mila cittadini Trastevere, Testaccio e Garbatella: tutte le strade portano al CL Ostiense

Con 146 dipendenti e 115 mezzi serve alcuni dei rioni storici di Roma, consegnando una media di 5.000 pacchi al giorno e affidandosi all'esperienza dei portalettere che hanno un legame consolidato con i residenti e con le attività dei quartieri



di **Alessandra Venzo**

In via Baldelli a Roma, fra il traffico e le persone dirette all'ospedale pediatrico Bambin Gesù, è facile imbattersi nelle divise di Poste. Qui lavora a pieno ritmo il Centro Logistico Ostiense, che garantisce la consegna della corrispondenza a 280.000 cittadini nel quadrante sud ovest della Capitale. La struttura ha accentrato le lavorazioni dei CD Ostiense, Eur e Laurentino e conta su 146 risorse per trattare volumi medi giornalieri pari a 5.000 pacchi, 2.200 kg di posta indescripta e 9.000 raccomandate mentre un Punto Distribuzione Decentrato si occupa esclusivamente di consegnare la corrispondenza nella sede centrale di Poste, dove sono collocati otto dipendenti. Diversi i rioni storici serviti con 115 mezzi, da Trastevere a Testaccio, passando per Garbatella.

Garbatella, un rione speciale

Costellato da costruzioni in stile barocchetto e agglomerati di palazzine risalenti agli anni '20 e '30, Garbatella è considerato un paese nella città, come ci racconta il direttore **Agostino Avenale**, classe 1963, da tre anni al CL Ostiense: «Dove una volta c'era il portierato adesso c'è un numero civico unico con all'interno 50 palazzine. Abbiamo gestito il problema creando delle rubriche con cognomi e ubicazione



Il team del Centro Logistico Ostiense della Capitale

di tutti gli inquilini. È una popolazione spesso anziana, difficilmente raggiungibile in altri modi». E chi nel quartiere ha trascorso la maggior parte della vita lavorativa dà un supporto alla gestione: «Ho consegnato la corrispondenza a Garbatella per 19 anni e aiuto i ragazzi a mettere in giro le raccomandate - racconta **Alessia Foglio**, premiata nel 2002 come portalettere più giovane d'Italia e da due anni Specialista di Produzione - a Garbatella ho costruito rapporti e ancora oggi sono un punto di riferimento, quando c'è un problema molti clienti chiamano me.

È un posto dove il contatto umano conta molto, più che altrove».

Un'organizzazione complessa

Se il lavoro di Alessia si concentra sul CD Ostiense, quello di **Elio Caretta**, altro Specialista di Produzione, è rivolto a tutto il Centro: «Mi occupo dei processi all'interno fino alla partenza per i vari CD di competenza. L'Eur è nello stesso stabile, per il CD Laurentino abbiamo collegamenti ad hoc. Il Centro è operativo da mezzanotte alle 20.57, dal lunedì al venerdì, e dalle 8 alle 14 il sabato, lo presidiamo

con l'ausilio dei 4 capisquadra dislocati sul territorio: «Di solito tre di noi si occupano della sala e uno è addetto al trasporto - racconta **Federico Carbonara**, caposquadra da un anno - chi sta più tempo in sala conosce le sfaccettature umane delle persone, chi si dedica alla logistica ha altre caratteristiche ma siamo tutti interscambiabili».

Il cliente al centro

«Dove non arriva uno arriva l'altro», è questo il motto del direttore **Agostino**. «Ho lavorato sul clima e la creazione di una squadra affiatata ha migliorato la tracciatura nella consegna dei pacchi e la fidelizzazione attraverso i rapporti con il portierato. Oggi è il cliente il nostro valore e per trasmettere il concetto ai portalettere ho organizzato dei colloqui mirati. Così abbiamo raggiunto alti livelli di qualità». A fotografare processi e procedure c'è **Carmela Carlucci**, specialista Monitoraggio Qualità, il passato da psicoterapeuta la facilita nel rapporto con le risorse e nella gestione di ritmi impegnativi: «Con l'accentramento dei CD Eur e Laurentino il controllo è triplicato, per me è uno stimolo, sono sempre sul pezzo ma serve flessibilità e capacità di affrontare situazioni nuove e inaspettate. Il confronto è alla base del clima». I portalettere **Germano Apicella**, **Daniela Sorbi** e **Rossella Paparetti** confermano: qui il lavoro è all'insegna dell'aiuto reciproco. ●

L'ufficio postale di Porta di Roma

Nel cuore del centro commerciale «i clienti non sono solo di passaggio»

Radicamento sul territorio vuol dire anche arrivare in posti meno convenzionali, come può essere un Centro Commerciale. Al piano terra del complesso di Porta di Roma, a nord della città, all'altezza del Grande Raccordo Anulare, tra negozi, bar e ristoranti campeggia la scritta ufficio postale. Una sorpresa per chi non lo sa, una sosta breve per qualcuno e un appuntamento fisso per altri, come chi ogni mese torna per ritirare qui la sua pensione.

Un ufficio che segue le stagioni

Con i suoi tre sportelli a doppio turno e una squadra a 11, l'ufficio postale segue il ritmo del centro commerciale: «La pedonabilità è altissima in estate, quando fa troppo caldo e da novembre a Natale, durante i Black Friday e i saldi di gennaio. In questi periodi si arriva fino a 400 ingressi giornalieri», racconta la direttrice **Barbara Canzona**, alla guida

dal 2021 insieme alla collaboratrice, **Meri Bontempi**: «L'orario dell'ufficio è leggermente diverso, apriamo al pubblico alle 9.00 e chiudiamo alle 19.10 mentre tra i nostri clienti preferiti - racconta sorridendo - ci sono certamente i pensionati, con i quali abbiamo instaurato un rapporto di fiducia. In un ufficio dove le persone entrano per fare operazioni di passaggio, loro sono un punto fermo, quel rapporto umano e costante che ci fa sentire parte di una comunità».

Mettersi dall'altra parte

Se la capacità di cogliere le esigenze dei clienti è una virtù importante per ogni consulente, nell'ufficio postale di Porta di Roma, dove la fidelizzazione è complicata dalla natura stessa del luogo, la capacità di «mettersi dall'altra parte» è un quid trasmesso anche alle nuove risorse: «In sala consulenza



I colleghi dell'ufficio postale del centro commerciale Porta di Roma

è stata dura - racconta **Cristina Alimonti**, da 40 anni in Poste - a breve andrò in pensione e sto trasmettendo le competenze necessarie in questa tipologia di ufficio. Qui è necessario, più che altrove, quel mix di empatia e simpatia in grado di trasformare un rapporto casuale e di passaggio in qualcosa di più. Quando siamo arrivati, nel 2008, è così che ho fidelizzato molti commessi, portando i conti da 750 a 1.500; oggi passo un portafoglio

dinamico e circa 400 clienti a una giovane professionista». Ha 26 anni, è laureata in giurisprudenza ed è arrivata a ottobre scorso **Ilaria Galluccio**: «Sto imparando tante cose - racconta - sono contenta di essere nella squadra». **Marco Martella** e **Chiara Fabbri**, sportellisti, confermano come una comunicazione informale e amichevole sia la carta vincente dell'ufficio immerso tra le luci sfavillanti dei negozi.

REPORTAGE

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Lorusso Ivan Domenico Resp. Sicurezza Fisica - TA/Area Territoriale Tutela Aziendale Centro Nord
De Luca Roberta Resp. Nucleo Antiriciclaggio Bologna - AG/Segnalazioni Operazioni Sospette

I volumi di lavoro del Centro Distribuzione nella zona industriale della cittadina umbra

Dal centro di Foligno alle aree rurali «Consegniamo 700mila pezzi l'anno»

Con i clienti che si incontrano nelle campagne o nei piccoli borghi della provincia il recapito molto spesso avviene prima del tempo

Il Responsabile Giovanni Noli: «Chi lavora qui sa che Poste è un'Azienda che ti dà la possibilità di crescere, valorizzandoti»



di Barbara Perversi

Il Cd di Foligno è incastonato tra campi coltivati e uliveti, nella zona industriale che si dipana lungo il corso della strada consolare Flaminia. Da sempre impegnato nella promozione dello sport, **Giovanni Noli** guida una "squadra" – nel vero senso della parola – anche all'interno del CD di Foligno, di cui è responsabile. La ricetta per raggiungere gli obiettivi è «parlare e collaborare con la sala. Prima di tutto devi convincere te stesso e poi confrontarti». In questo caso, con 49 persone, di cui 3 di staff, un monitoraggio qualità e 45 portalettere che si muovono tra i casellari del Centro. Un CD che nel 2024 ha consegnato oltre 685.000 pezzi di posta indescritta, quasi 203.000 di posta a firma e oltre 178.000 pacchi negli oltre 700 km quadrati del territorio tra Foligno, Trevi, Spello, Montefalco, Bevagna, Valtopina, Bordo Cerreto e il Pdd di Sellano. Figlia di un postale, **Tatiana Desantis** aveva fin da piccola il sogno di fare la postina e oggi qui è applicata all'articolazione della linea mercato. «In un palazzo interamente abitato da anziani, recapito le raccomandate dell'amministratore – racconta – Trovo stimolante la giornata diversificata tra lavorazione e consegna». All'interno del Centro di Foligno, lavorano una di fronte all'altra **Stefania Fantauzzi** e **Valentina Giulivi**. Le giornate spesso sono intense per Stefania, applicata soprattutto a una zona industriale: «Devo rispettare quasi tutte le fermate e devo lavorare molti prodotti diversi». Valentina si occupa di clientela mista: Comune, carabinieri, la scuola, la banca così come famiglie e anziani cui arrivano soprattutto pacchi. «Non guardo molto l'orologio, ma sono contenta e così i miei clienti».

Il boom dei pacchi

Enrico Gennari, applicato in aree rurali – dove ancora si tengono le porte aperte – gli anziani sono molto accoglienti. A Valtopina invece risiedono maggiormente giovani che ricevono molti pacchi. «Portiamo documenti delicati: do per scontato che bisogna lavorarli con attenzione – aggiunge – Spesso li incontro per strada e consegno anche prima del tempo». Il carrello di **Simone Sabatini** è pieno di bollette, pubblicazioni religiose, multe, atti giudiziari. «Nei piccoli borghi sono tradizionali le feste locali: in questi casi per giorni devo consegnare tutto a piedi perché le strade vengono chiuse. I più anziani chiedono di "non portare le bollette ma di pagarle io!"». **Rosalba Ma-**



I colleghi del Centro di distribuzione di Foligno

sci si occupa di Spello da sempre: «Non posso commettere errori, mi conoscono tutti. Anche i molti stranieri che vengono a passare qui diversi mesi l'anno». Fortemente radicata nel valore istituzionale di Poste, Rosalba ricorda come l'azienda sia un punto di riferimento per le persone che con Poste Italiane possono accedere a tutti i servizi di cui hanno bisogno, anche nei piccoli borghi del Centro Italia. **Vanessa Rossi** è dedicata alla linea business. «Tanto lo fanno le persone con cui lavoro, ma mi sento libera di essere me stessa e organizzarmi il lavoro in cui bisogna essere multitasking». **Valentina**

Moretti, linea business di chiusura, che da quando si occupa della lavorazione interna dei prodotti si rende conto «che c'è un iter a garanzia del cliente. Il recapito – aggiunge – è un servizio che è alla base di altri servizi, in primis l'e-commerce». **Luca Leonardi** e **Jacopo Pierotti** sono i due nuovi capisquadra: hanno età diverse ma stessa impostazione mentale nell'affrontare il lavoro. Per Jacopo «è una grande responsabilità, siamo il terzo CD dell'Umbria». «Ogni settimana arriva la corrispondenza dagli enti locali: abbiamo dovuto smaltire fino a 14.000 raccomandate, di cui 2.000 in un solo sabato.

Preferiamo anticipare le eventuali criticità e siamo sempre raggiungibili dai colleghi», racconta Luca.

La storia del Paese

Emanuel di Pietro è il monitoraggio qualità: «In questo ruolo devi fermarti e analizzare il problema. Anche i dettagli servono a far funzionare l'ufficio. E dobbiamo riuscirci perché abbiamo i clienti che pagano e i clienti che ricevono». Gli fa eco Giovanni, che con un approccio da coach, sa che Poste è «un'azienda che dà tanto, in primis la possibilità di crescere valorizzandoti». ●

Problemi & Soluzioni

Piacenza, la direttrice dell'ufficio postale sventa un tentativo di truffa

In prima linea nella guerra contro le truffe: una casistica che purtroppo negli uffici postali si verifica almeno un paio di volte al mese. Nell'ufficio di Piacenza Centro, ha fatto buona guardia la direttrice **Cristina Nicolini**, che ha sventato con successo un raggio ai danni di una cliente anziana ed è stata poi premiata dalla Questura della provincia emiliana. «Un sabato mattina di gennaio – racconta la direttrice – sono stata chiamata dalla collega sportellista **Maria Teresa Ortiz** che mi ha chiesto aiuto per spiegare a una cliente che non riusciva a fare un'operazione di ricarica Postepay, a causa dell'importo elevato. La cliente non accettava la nostra motivazione e insisteva dicendo che il marito aveva assoluta necessità di quella somma. Quando ho visto la cliente, che era in chiaro stato di agitazione, ed era al cellulare

con qualcuno, ho avvertito subito che c'era qualcosa di sospetto nel suo atteggiamento. Mi sono seduta alla postazione e ho visto il biglietto che ci aveva portato con i dati di suo marito e della Postepay che doveva ricaricare, ho iniziato a fare semplici domande e quando le ho chiesto la data di nascita del

marito non mi ha saputo rispondere e si è agitata ulteriormente, affermando anche che era vedova». «Per me questo è stato un forte campanello di allarme – spiega Cristina, in Poste da 23 anni – capendo che davanti avevo una cliente anziana che stava subendo una sospetta frode, pertanto ho messo in atto il protocollo antifrode, come ci insegnano nei corsi di formazione periodici e ho allertato le strutture competenti di Poste, ho chiamato la Polizia Postale, ho contattato telefonicamente la nostra responsabile di Filiale-Gestione Operativa, **Teresa Balletti**, per chiedere un ulteriore supporto. Dopo l'intervento in ufficio delle forze dell'ordine finalmente la signora si è convinta a non eseguire la transazione. Qualche tempo dopo ho saputo che era stata una truffa abilmente orchestrata e che il responsabile è stato individuato».



Il sondaggio

Orgoglio e soddisfazione: i risultati della survey di comunicazione interna

L'indagine "InEvidenza" conferma il forte legame con la nostra Azienda: quasi 8 intervistati su 10 sono orgogliosi di lavorare in Poste Italiane e oltre il 75% è soddisfatto dell'app NoidiPoste

"La tua opinione conta" è l'iniziativa di ascolto delle nostre persone attraverso survey continuative diffuse sui nostri canali di comunicazione interna. In questo filone si inserisce l'indagine "InEvidenza", finalizzata ad analizzare il livello di soddisfazione rispetto a canali e strumenti di comunicazione interna e alle iniziative veicolate attraverso di essi.

La percezione della comunicazione

L'ultima survey, erogata nei mesi di aprile e maggio e arrivata alla quarta edizione, ha evidenziato un buon livello generale di soddisfazione rispetto alle comunicazioni ricevute

L'85%
consiglierebbe
a un amico
di lavorare
in Poste

il 77%
è orgoglioso o molto
orgoglioso
di lavorare in Poste

attraverso i canali di comunicazione interna: il 70% dei partecipanti ha dichiarato infatti di essere molto o abbastanza soddisfatto. Entrando nel dettaglio, l'intranet e l'app NoidiPoste e lo spazio "Cedolino e comunicazioni" sono i canali di comunicazione che hanno registrato il maggior gradimento, con oltre il 75% dei partecipanti che si è dichiarato molto o abbastanza soddisfatto. Per quasi la metà dei partecipanti

la garanzia di un'informazione trasparente e tempestiva e la condivisione di indicazioni e strumenti necessari allo svolgimento del lavoro quotidiano rientrano tra le priorità di una comunicazione interna efficace.

Il senso d'appartenenza

L'indagine conferma anche il forte legame con la nostra Azienda: il 77% degli intervistati si è dichiarato orgoglioso o molto orgoglioso di lavorare in Poste Italiane, in linea con il dato delle edizioni precedenti, a conferma del diffuso senso d'appartenenza. L'85% dei partecipanti consiglierebbe, inoltre, a un amico di lavorare in Poste Italiane. I risultati della survey e di tutte le indagini di ascolto rivolte ai dipendenti sono funzionali al miglioramento continuo dei contenuti e delle iniziative interne e alla progettazione di nuovi progetti per tutti.

INIZIATIVE

"Poste dalla Z alla A", un nuovo modo per comunicare

"MQ, bollette, dispaccio, gita... le conosci tutte, sai cosa sono?" Inizia con queste domande, ormai diventate un tormentone, la serie intranet "Poste dalla Z alla A" dedicata al vocabolario delle "parole postali", quelle di ieri e di oggi, quelle usate dai colleghi senior e dai nuovi colleghi in Azienda, quelle che provengono dai tanti e diversi mestieri e territori che nel tempo hanno preso forma e dato carattere distintivo alla variegata realtà di Poste Italiane. Eh sì, perché il linguaggio non è solo un modo per dare un nome alle cose e alle persone ma un'attività creativa che permette di creare e interpretare il mondo che ci circonda. E allora che sia il "sigillo", la "gita", l'"OFE" o il "guller", ogni parola è l'occasione per fare un viaggio alla scoperta del patrimonio linguistico e sociale di Poste Italiane che muta nel tempo proprio come continuano a cambiare il lavoro e la società. Nata a inizio 2025, l'iniziativa è ancora giovane e aperta al contributo di tutti per crescere e raggiungere la maturità: l'obiettivo è dare vita a un abbecedario al contrario – da qui anche il nome della rubrica – che indichi per ogni lettera dell'alfabeto una e più parole postali. Per partecipare è sufficiente andare sull'intranet, nella sezione PosteNews>Per sapere di noi e scrivere, sia nei commenti alle notizie di "Poste dalla Z alla A" sia compilando l'apposito form, la parola che si propone o di cui si chiede il significato: la redazione le raccoglie tutte e seleziona per approfondire il lemma e preparare brevi video divulgativi. Ogni uscita intranet, infatti, prevede una notizia e un "reel", realizzato internamente col supporto dei colleghi di Palermo della redazione diffusa, Roberto Villino alla telecamera e Giovanni Libeccio in video, in cui si spiegano, in modo giocoso ma preciso, significato e contesto d'uso delle più tipiche parole postali. "Poste dalla Z alla A" offre un comodo strumento comunicativo per chi desidera riconoscere e condividere il vocabolario di tutti NoidiPoste, comprendere meglio, ridurre le distanze, insomma fare rete attraverso le parole. Postaparola anche tu!

Il Moige premia Poste per lo spot "Caro amico, ti scrivo"

Poste Italiane ha ricevuto il premio "Un anno di zapping e streaming", assegnato dal Moige per lo spot "Caro Amico Ti Scrivo" ed aver lanciato – si legge nelle motivazioni – in un'epoca dominata dalla comunicazione digitale, un invito a riscoprire il valore delle relazioni autentiche, fatte di gesti concreti. Nello spot l'azienda ha voluto così raccontare lo sviluppo del proprio sistema di logistica e la sua capacità di unire le persone in barba alle distanze geografiche – e non solo – che le separano. A tal proposito, il TG Poste ha ospitato una riflessione di Paolo Iammatteo, Responsabile della Comunicazione di Poste Italiane: «Questo premio per la comunicazione conferitoci dal Moige – ha affermato Iammatteo – rappresenta un riconoscimento significativo, perché stimola una riflessione su quanto abbiamo sintetizzato nella nostra campagna pubblicitaria e, più in generale, sulle nostre attività di comunicazione, caratterizzate dalla filosofia di conciliare un lavoro sul digitale con una consegna fisica, che è aspetto peculiare del nostro operato. Emerge, dunque, il profondo legame che in Poste Italiane c'è tra il servizio erogato ed il cliente, inteso come persona».



Inquadra il QR Code
per vedere il servizio
del TG Poste

Solidarietà, una piattaforma per aiutare chi ne ha bisogno

La potenza del digitale al servizio della solidarietà. Poste Italiane rinnova la sezione "Dona ora" del sito www.poste.it e amplia le opportunità per dare sostegno economico ai programmi di assistenza e solidarietà degli Enti del Terzo settore attivi sul territorio che aderiscono all'iniziativa. Accedendo al sito poste.it o all'App Poste Italiane, i cittadini potranno devolvere da 1 a 30 euro a favore del progetto prescelto utilizzando in modo semplice e sicuro una carta Postepay prepagata o una carta di debito associata a un conto BancoPosta. La piattaforma tecnologica di Poste Italiane batterà quindi come un "Cuore digitale", un ponte che metterà in collegamento le comunità con il mondo delle organizzazioni no profit, assicurando il necessario supporto allo sviluppo di iniziative di inclusione sociale,



la partecipazione dei cittadini alle iniziative di solidarietà. In questo modo, Poste Italiane punta a sensibilizzare i cittadini sui temi della solidarietà favorendo la creazione di valore condiviso per la società e l'ambiente. L'iniziativa è dunque un esempio virtuoso di come un'azienda, integrando la responsabilità sociale d'impresa con le attività di business, possa contribuire a migliorare il benessere delle persone.



UN GESTO SOLIDALE, UN GESTO DI CUORE.

Puoi sostenere le cause a cui tieni di più
direttamente dal nostro sito o dall'App.
Semplice per te, importante per chi ne ha bisogno.



Posteitaliane

Il Servizio "Dona ora" è messo a disposizione da PostePay S.p.A. - Patrimonio destinato IMEL, soggetta a direzione e coordinamento di Poste Italiane S.p.A. e consente al Cliente di effettuare una donazione verso Enti benefici tempo per tempo inseriti nella lista resa disponibile tramite App e/o tramite Sito. PostePay non opera in qualità di Fundraiser a sostegno di alcuna campagna e non è responsabile delle modalità e delle finalità di utilizzo delle donazioni da parte dell'Ente benefico scelto dal Cliente. Per maggiori informazioni si rimanda ai relativi documenti disponibili sul sito www.poste.it