

POSTE COME AZIENDA "PHYGITAL": LE PAROLE DELL'AD MATTEO DEL FANTE

«La presenza fisica sul territorio ci permette di **essere decisivi** per innovare l'Italia»



Istituzioni e Territorio LA NOSTRA STRATEGIA

SOCIALE

Un italiano su tre si è vaccinato tramite la piattaforma di Poste e il corriere espresso SDA ha consegnato oltre 20 milioni di dosi dall'inizio della campagna vaccinale. L'Azienda porta avanti ogni giorno iniziative nazionali e locali di inclusione e sostenibilità. Ecco come Poste Italiane supporta la ripartenza socio-economica del Paese

Per i lettori di Postenews
3 MESI di abbonamento
gratis alle riviste
sale&pepe
e **Starbene**



IL DIRETTORE DEL SOLE 24 ORE

Tamburini: «Lombardi vaccinati grazie all'intervento di Poste»

POSTE AIR CARGO

La compagnia taglia il traguardo dei 40 anni volando nell'e-commerce



il nostro lavoro

Ogni giorno 11 milioni di italiani hanno almeno un contatto con i canali del Gruppo

Unire digitale e fisico: Poste connette l'Italia nel nuovo mondo ibrido

La consegna dei pacchi, le operazioni sul risparmio e il boom delle identità SPID: la presenza capillare sul territorio, consolidata attraverso importanti partnership con le reti terze, ha permesso di sviluppare servizi sempre più innovativi e vicini alle persone

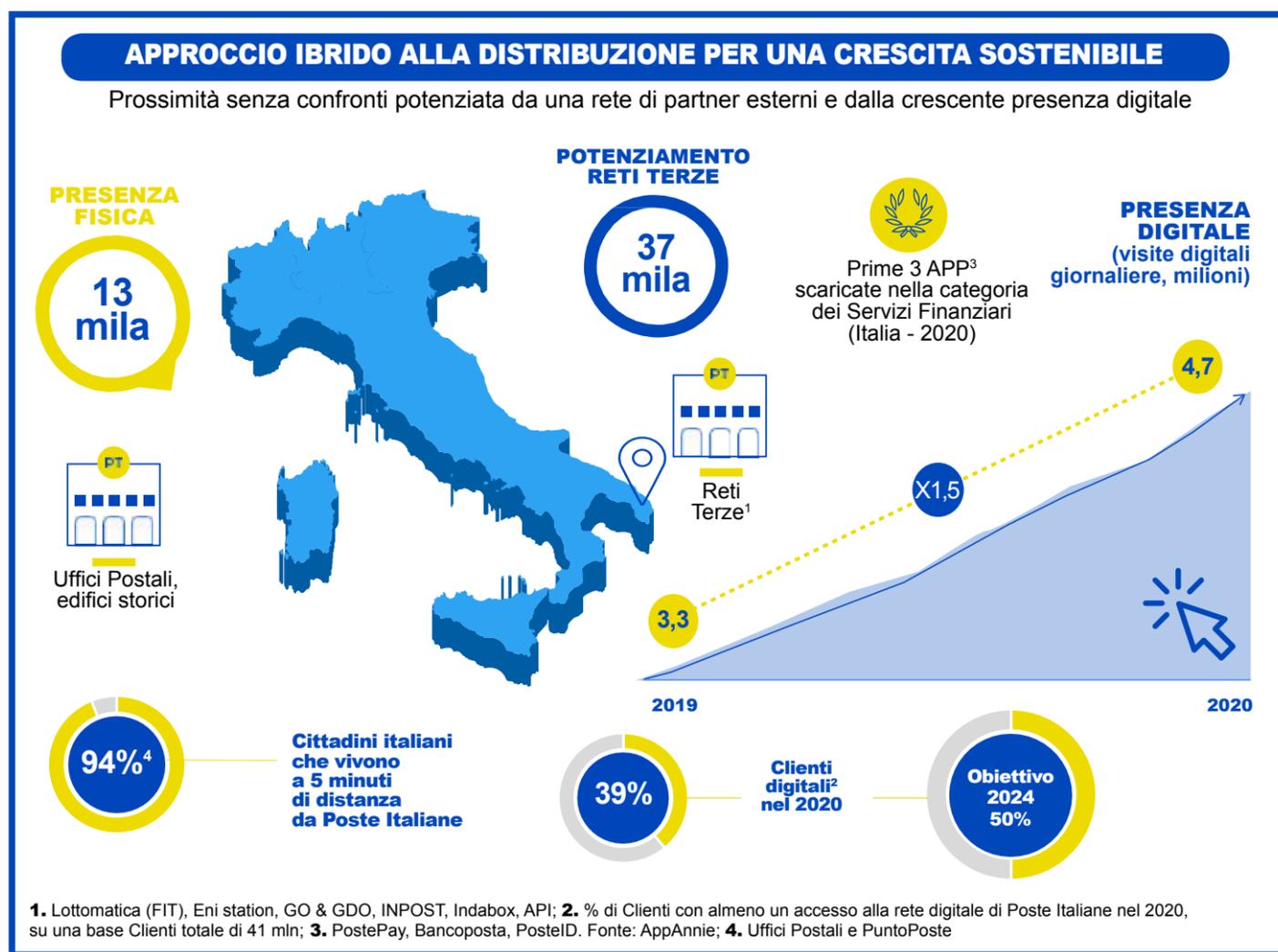
La crescente presenza digitale e gli accordi con diversi partner hanno consolidato la capillarità e la rete di prossimità di Poste Italiane. Questo approccio ibrido alla distribuzione per una crescita sostenibile consta da un lato di 13mila tra Uffici Postali ed edifici storici e 37mila punti di reti terze (tra cui Lottomatica, Eni Station, GO&GDO, Inpost, Indabox, Api), dall'altro di 4,7 milioni di visite digitali giornaliere nel 2020. La presenza fisica sul territorio come punto di forza, il ruolo chiave nella transizione digitale con 20 milioni di identità SPID, lo sviluppo dell'e-commerce e l'ingresso nel mercato dell'energia sono stati al centro dell'intervento dell'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, nell'audizione del 15 settembre scorso alla commissione Trasporti della Camera sul piano industriale "Sustain&Innovate 2024".

I numeri di Poste

Del Fante ha ricordato che sono 35 milioni gli italiani che utilizzano i servizi di Poste Italiane e 11 milioni di questi interagiscono quotidianamente con l'Azienda: «Se escludiamo i minorenni - ha sottolineato l'Ad - noi tocchiamo ogni giorno un italiano su tre»; questo avviene attraverso i prodotti, la consegna di circa un milione di pacchi al giorno e le operazioni sul risparmio postale che coinvolgono 27 milioni di italiani, «una clientela - ha aggiunto Del Fante - molto fidelizzata rispetto ai nostri concorrenti».

L'impegno per il Paese

Del Fante ha ricordato il lavoro svolto da Poste nel periodo pandemico, con l'apertura di tutti gli uffici anche in pieno lockdown e nelle zone rosse. «Siamo l'operatore che ha fornito durante la pandemia il servizio SPID e questo ci ha portato a dare gratis agli italiani oltre 20 milioni di iden-



tità digitali su un totale di 24 milioni». Tra gli altri impegni citati dall'AD la riduzione del 30% delle emissioni di CO2 del Gruppo, riferibili principalmente alla logistica, entro il 2025, e il raggiungimento della neutralità entro il 2030.

Risparmio e presenza fisica

Per quanto riguarda i prodotti finanziari, Poste continua con una politica di espansione che ha «una grandissima attenzione al profilo di rischio». Ripagare la fiducia dei clienti significa per Poste Italiane so-

prattutto esserci: «Abbiamo fatto della nostra presenza fisica, come grande rete di distribuzione del Paese rimasta sul territorio anche negli ultimi anni, il nostro fattore di forza andando addirittura a potenziare la nostra presenza». Contando anche le co-

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

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

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

ANSA
iSTOCK
HANNO COLLABORATO
A QUESTO NUMERO
FILIPPO CAVALLARO
MASSIMO CUOMO
ANGELO FERRACUTI
CONCETTA GELARDI

MARCELLO LARDO
ISABELLA LIBERATORI
PAOLO PAGLIARO
ALESSIA RAPONE
PIERANGELO SAPEGNO
LUCA TELESE
POSTE NEWS
REGISTRAZIONE TRIBUNALE

DI ROMA N.63/2018
DEL 22 MARZO 2018

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

Crescere sostenibili.
Per un 2030 a zero emissioni

MIX
From responsible
sources
FSC
www.fsc.org
FSC® C101805

CHIUSO IN REDAZIONE
IL 29 OTTOBRE 2021



siddette reti terze, come tabaccai e stazioni di servizio dell'Eni, la presenza dell'Azienda può contare oggi su 37.000 Punti Poste. «Questo – spiega Del Fante – ci permette di dire che il 94% degli italiani ha al massimo a cinque minuti di distanza un ufficio di Poste Italiane e questo è chiaramente un grande valore per Poste; ma crediamo che sia anche un grande valore di sistema».

PA, Italia modello per il digitale

La presenza fisica di Poste è, secondo l'Amministratore Delegato di Poste Italiane, «la base ideale per accompagnare l'evoluzione digitale delle abitudini dei nostri clienti. È quasi un paradosso – prosegue l'AD – ma crediamo che col supporto del fisico possiamo accompagnare più velocemente la transizione digitale. L'Italia – ha aggiunto – con 24 milioni di SPID è considerata un'eccellenza a livello europeo per la digitalizzazione del rapporto dei cittadini con la pubblica amministrazione».

La scelta di esserci

«Abbiamo 12.800 uffici e per legge ne dovremmo tenere aperti circa 8mila», ha poi precisato Del Fante, rispondendo a una domanda dei parlamentari in merito ai piccoli comuni. «Quindi teoricamente dovremmo chiuderne diverse migliaia. Seguiremmo così i soggetti privati nella ritirata dalle aree interne. Addirittura,

di queste 4mila teoriche che dovremmo chiudere, 1.400 erano state approvate per la chiusura non più di cinque anni fa. Era formalizzata la chiusura attraverso l'approvazione dell'Agcom e del ministero competente», ha continuato l'Amministratore Delegato. «Noi abbiamo deciso, già sentendo il grido di dolore che nasceva sia dal territorio che da voi rappresentanti del territorio a Roma, di non chiudere. Decisione che abbiamo preso nel 2018, prendendo l'impegno con i sindaci dei comuni minori di rimanere lì».

Il mercato dell'energia

Del Fante ha poi confermato l'ingresso di Poste nel mercato dell'energia nel primo trimestre 2022, che aiuterà la «fisiologia del mercato». L'Amministratore Delegato di Poste ha ricordato che in Italia sono state «autorizzate 690 aziende a vendere energia elettrica e 473 aziende a vendere gas». E ha aggiunto: «Crediamo che ci sia posto anche per noi». L'Amministratore Delegato ha spiegato che l'Azienda si è confrontata «con tutti i principali operatori, che poi sono spesso aziende anche di Stato, con controllo partecipazioni» e che «il nostro arrivo è guardato favorevolmente, perché purtroppo tante di quelle autorizzate non danno garanzie di affidabilità». Un altro tassello del ruolo e della strategia sociale di Poste per l'Italia.

PRIMO POSTO TRA QUASI 5000 IMPRESE

Sostenibilità, Poste leader mondiale nell'indice di Euronext Vigeo-Eiris

Poste Italiane è leader mondiale nella graduatoria ESG Overall Score sulle politiche di sviluppo sostenibile con il punteggio più alto al livello globale, confermando la sua presenza nella sezione "Advanced" e migliorando di 10 punti rispetto al rating del precedente biennio. Per la prima volta in assoluto il Gruppo si colloca al primo posto sia nella classifica complessiva "Universo", su un totale di 4.964 aziende esaminate, sia nella sezione "Transport&Logistics" tra le 1.628 aziende dell'Area Emea (Europe,

Africa, Middle East). Poste Italiane ha conseguito risultati altamente al di sopra delle medie di settore nelle tre dimensioni ESG valutate da Vigeo-Eiris, facendo emergere in modo chiaro l'attenzione per i temi della responsabilità sociale e la crescente integrazione tra il business e le strategie ESG, in linea con quanto previsto dal nuovo Piano Industriale "2024 Sustain & Innovate". «Questa leadership mondiale certifica il successo e il ruolo di primo piano della nostra strategia di sviluppo sostenibile», ha dichiarato Del Fante.

L'AD protagonista all'EY Digital Summit

Un'Azienda phygital per aiutare il Paese a colmare i divari

di MATTEO DEL FANTE

Un estratto dell'intervento dell'Amministratore Delegato, Matteo Del Fante, all'EY Digital Summit del 4 ottobre scorso.

Il frangente dell'emergenza pandemica che stiamo vivendo a livello mondiale ha generalizzato e globalizzato necessità e paure, ma anche speranze e aspettative, tendenze sociali e trend economici in una percezione diffusa di grande instabilità. È diventato essenziale saper leggere il cambiamento per passare da una logica reattiva di emergenza a una dimensione attiva e proattiva di cambiamento. Le certezze che ci hanno accompagnato negli ultimi decenni sono state minate dalle loro fondamenta, le competenze che ci erano richieste a livello individuale sono mutate (...). Quando sono arrivato quattro anni fa, avevamo un settore di logistica che aveva un destino segnato perché non c'erano e non ci sono più i volumi di una volta. Ci siamo interrogati e abbiamo guardato alle opportunità che il futuro ci dava: abbiamo identificato un'opportunità nell'e-commerce. Lo abbiamo fatto puntando tantissimo sulla tecnologia più avanzata per raggiungere quei primati che poi sono stati enfatizzati dalla pandemia con la gestione di picchi di consegna che non avevamo mai vissuto e con la consegna dei vaccini. I nostri uomini della logistica hanno ritrovato così il contenuto e una prospettiva per il loro lavoro. Non solo: nel percepito comune degli italiani sono diventati anche custodi della comunità in un ruolo di affiancamento fisico, vero, reale, concreto alla Protezione Civile. Un ruolo che Poste ha sempre ricoperto per il Sistema: questo ci porta a un'altra leva che l'impresa ha usato per attrarre talenti: i valori aziendali. Ciò che determina il successo di un'azienda è una cultura che esprime valori condivisi, tanto più efficaci quanto più profondi e vicini all'animo umano, sentiti profondamente da tutti (...). Ritengo che Poste possa testimoniare in concreto come si debbano leggere, interpretare e vivere le esigenze dei tempi ripensandosi e "imparando ad imparare". Poste ha fatto una grande scommessa, puntando sulla tecnologia. La compagnia più fisica del Paese naviga in un mondo che ha imboccato la strada del

digitale. Il dilemma quindi per noi è duplice: come riuscire nella trasformazione tecnologica e rendere flessibile, propositivo e reattivo un'azienda di tali dimensioni? E come farlo conciliando la nuova dimensione digitale con la tradizione fisica e con la presenza fisica? Quello che abbiamo fatto è stato puntare direttamente alla frontiera tecnologica con una svolta decisa e radicale attuata migrando sul cloud buona parte dell'informatica aziendale. Abbiamo poi investito tantissimo in capitale umano perché nell'era digitale sono le aziende knowledge intensive ad avere una marcia in più. In una fase storica in cui tutti hanno semplicemente virtualizzato i servizi noi abbiamo garantito una presenza costante e qualificata sul territorio. A nostro avviso, soltanto le aziende che mantengono la propria presenza fisica sul territorio possono avere un ruolo attivo nella digitalizzazione vera del Paese perché il digital divide, geografico o generazionale, o geografico e generazionale, continuerà per molti anni e dunque non si potrà fare a meno dell'infrastruttura fisica. Poste è diventata sempre più phygital con le sue 125.000 persone, i suoi 13.000 uffici postali da una parte e il cloud dall'altra (...). L'agilità tecnologica conseguita ha permesso di aumentare l'offerta di servizi digitali fruibili da casa durante le limitazioni agli spostamenti e ha permesso di preparare in poche settimane la piattaforma vaccini che ha risolto un grave stallo in diverse regioni, per il successo della quale sono stati molto importanti gli uomini di Poste nei centri vaccinali, come sono stati importanti i postini che consentivano di prenotare la vaccinazione con il loro palmare. Insieme al progetto Polis, finanziato con risorse del piano complementare al PNRR per portare servizi pubblici digitalizzati nelle aree interne attraverso un format innovativo di ufficio postale, SPID e piattaforma vaccini mostrano come Poste sia un facilitatore della trasformazione tecnologica del Paese. Stiamo correndo lungo la strada che noi chiamiamo della Platform Company, l'azienda piattaforma che ridisegna professioni più in linea con nuove esigenze e abitudini che richiedono anche supporto qualificato di prossimità, facendo leva sulla formazione per azionare la grande forza derivante proprio dalla presenza sul territorio, vicino alle persone.

L'anno che verrà secondo i nostri figli

I nostri figli di nuovo protagonisti su Postenews. Il ritorno alla "normalità" ha riacceso di speranze la loro vita: il grande successo della campagna vaccinale e il senso di responsabilità della comunità hanno reso possibile tornare a guardare con fiducia nei domani dei bambini e dei giovani. Per il numero 40 del nostro magazine, vi chiediamo di inviarci una foto

e un testo scritto dai vostri figli (con la relativa autorizzazione alla pubblicazione), che descriva le loro aspettative per il prossimo anno: gli studi, il divertimento, la vita sociale e le ambizioni. Le storie che ci perverranno saranno pubblicate sul magazine, che sarà dedicato all'anno che verrà. Vi aspettiamo numerosi: redazionepostenews@posteitaliane.it

storia di copertina

L'opinione di Fabio Tamburini, direttore del Sole 24 Ore, Radio 24 e Radiocor

«Così Poste ha cambiato la campagna vaccinale in un grande risultato»

Secondo il giornalista milanese l'Azienda ha svolto «un ottimo lavoro: basta guardare cosa è successo in Lombardia, dove l'intervento di Poste è stato risolutivo». Sulla sostenibilità: «Un'opportunità straordinaria: la transizione ecologica è cruciale»

Fabio Tamburini, direttore del Sole 24 Ore, come sta cambiando il Paese e come stanno cambiando le sue dinamiche sociali tra emergenza sanitaria, vaccini e PNRR?

«Un anno fa l'Italia era un Paese privo di un piano vaccinale, in ritardo clamoroso rispetto alle altre nazioni europee, arrancava e stentava a garantire ciò che era necessario per la vita di ciascuno di noi e per l'economia. Un anno dopo tutto è cambiato, i risultati sono stati eclatanti e oggi l'Italia è in testa alle classifiche mondiali per quanto riguarda la percentuale di vaccinati. Questo ha avuto due effetti importanti, sulla vita di ciascuno di noi e sull'andamento dell'economia, con il Pil in crescita del 6% e prospettive di un ulteriore incremento, almeno così spero».

Come ha affrontato la ripartenza il vostro giornale? Che tipo di investimenti sono stati fatti o sono in programma per potenziare il digitale e proporre un'esperienza giornalistica di qualità e sempre più interattiva?

«La pandemia è stata ed è una tragedia planetaria, ma per quanto riguarda il Gruppo Sole 24 Ore, l'andamento editoriale ci ha dato la conferma che chi vuole un'informazione attendibile, anche dal punto di vista scientifico, deve rivolgersi a media che «ci mettono la faccia». A cominciare dalla testata, che ci mette la sua autorevolezza, e dal giornalista, che ci mette la sua credibilità. Il comun denominatore si chiama responsabilità, ed è un po' il contrario di ciò che caratterizza il variegato mondo dei social. È dunque particolarmente significativo – e positivo – il fatto che durante la pandemia la domanda di informazione si sia indirizzata verso i marchi giornalistici più credibili. Un fenomeno che ha consentito al Gruppo Sole 24 Ore di raggiungere risultati interessanti. Per quanto riguarda il futuro, tre anni fa – quando oltre a me si insediò anche il nuovo amministratore Giuseppe Cerbone – annunciammo che la priorità sarebbe stato il digitale. Così è stato. Con questo orizzonte abbiamo riorganizzato tutta la presenza editoriale del Gruppo, senza ovviamente dimenticare il prodotto cartaceo che è e rimarrà la nostra bandiera e il cardine attorno a cui ruotano tutte le iniziative. È coerente con questo disegno il varo, nel marzo scorso, del nostro nuovo formato, che ha avuto un grande successo».

Quale spazio si è ritagliato Il Sole nel panorama editoriale?

«Il Sole 24 Ore ha come missione quella di raccontare l'economia e la finanza, la parte normativa e anche la politica quando serve a capire i fatti dell'economia. Questo è ciò che ci distingue dagli altri giornali. E credo che i risultati stiano premiando questa diversità».

Da un punto di vista economico e sociale, come giudica l'apporto dato delle grandi aziende e dei grandi gruppi industriali allo sviluppo del Paese?

«Purtroppo, negli ultimi vent'anni, i grandi gruppi industriali in Italia sono stati decimati, sia nella sfera pubblica che in quella privata. È stato un duro colpo per il sistema Paese, perché – pur avendo la sua spina dorsale nella piccola e media impresa – l'industria italiana riceve dai grandi gruppi e dalla loro massa critica la spinta decisiva in termini di ricerca e innovazione».

Dopo l'inizio della pandemia, Poste Italiane è stata al fianco del Governo soprattutto nella campagna vaccinale. Come giudica la strategia sociale che il Gruppo ha attuato, mettendo il proprio know how e la propria capillarità al servizio dei cittadini?

«Credo che le persone di

Poste abbiano svolto un ottimo lavoro. Hanno fatto bene a scegliere una politica di basso profilo, il che non ha impedito di vedere quanto sia stato importante il loro contributo al successo della campagna vaccinale. Faccio solo l'esempio del sito internet che in

Lombardia avrebbe dovuto far incontrare la domanda e l'offerta di vaccini. All'inizio è stato un autentico disastro e solo il successivo intervento di Poste Italiane ha consentito di trasformarlo in uno snodo efficiente».

È il momento per attuare una seria transizione energetica per le grandi aziende italiane. Come giudica il loro atteggiamento, è davvero cambiato qualcosa nella percezione del problema e nelle politiche di sostenibilità dei grandi gruppi?

«Penso di sì, penso che siano stati fatti molti passi avanti. Quando il mio gruppo editoriale e in particolare l'agenzia Radiocor nel 2019 lanciarono un notiziario specializzato sulla sostenibilità, eravamo una voce isolata. Adesso la sostenibilità è diventata una parola d'ordine molto diffusa. Va benissimo, speriamo solo che non si trasformi in una moda e che se ne discuta con realismo. La transizione ecologica richiede importanti investimenti, questi hanno un costo e bisogna capire chi alla fine lo pagherà. Spero che non paghi Pantalone».

La decarbonizzazione, l'ampio utilizzo di energie rinnovabili e l'efficientamento di immobili e flotta: per Poste la sostenibilità è l'obiettivo primario, come dimostrato dal nuovo piano strategico "2024 Sustain & Innovate". Il Gruppo Poste può dimostrarsi un valido alleato del Paese anche nel raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile?

«Anche per Poste c'è un'opportunità straordinaria. Fino a non molto tempo fa spedizioni e pacchi erano un business fortemente deficitario, adesso anche in questo settore è cambiato il mondo. È chiaro che Poste può giocare un ruolo di primo piano nello sviluppo sostenibile del nostro sistema». (I.L.)



Fabio Tamburini, direttore del Sole 24 Ore, Radio 24 e Radiocor

A TRENTO

Economia reale e industriale in un Festival in evoluzione

«Dalla prossima edizione, il Gruppo Sole 24 Ore sarà organizzatore del Festival dell'Economia di Trento, un appuntamento importante, che organizzeremo per tre anni: la prossima edizione sarà inaugurata il 2 giugno e continuerà fino alla domenica successiva. È un grande appuntamento e avrà sotto la nostra gestione tre pilastri: l'attenzione tradizionale al mondo dell'accademia dell'economia, a cui affiancheremo altrettanta attenzione verso l'economia industriale, che troppo spesso viene considerata a torto una accademia di serie B; il terzo filone riguarderà il coinvolgimento dell'economia reale e dell'economia del territorio». È quanto spiega Fabio Tamburini, direttore del Sole 24 Ore, Radio 24 e Radiocor,



spiegando che «a Trento ci sono straordinarie eccellenze nell'economia e noi siamo pronti a valorizzarle e a coinvolgerle in questo Festival, che darà ai partecipanti anche l'occasione straordinaria del dopo festival per divertirsi e stare insieme».

La strategia sociale di Poste Italiane e i risultati raggiunti durante e dopo l'emergenza

Un italiano su tre si è vaccinato tramite la piattaforma di Poste

Ventiquattro milioni di prenotazioni sono arrivate con il sistema messo a punto dall'Azienda. E la responsabilità sociale del Gruppo si è concretizzata anche sul fronte dei sostegni alle imprese e alle famiglie in difficoltà e la collaborazione con istituzioni ed enti

di PAOLO PAGLIARO



La lunga stagione della pandemia è stata una sorta di test drive per misurare la qualità delle imprese anche sotto il profilo della loro utilità sociale. La somma di tanti grandi

e piccoli gesti di responsabilità alla fine ha fatto la differenza. Nel caso di Poste Italiane l'elenco delle iniziative, descritte nel giornale che state sfogliando, è straordinariamente ricco e corrisponde a una politica di attenzione verso le categorie più a rischio di esclusione. A loro sono rivolti prodotti e servizi dedicati, iniziative nel campo della cultura e dell'istruzione, della sostenibilità economica e della connessione sociale. Il tutto secondo un disegno coerente - una "politica" - che prevede la collaborazione con le amministrazioni centrali e locali, il Terzo Settore e le comunità territoriali. Come sappiamo, di particolare rilievo è stato il ruolo di Poste nel successo della campagna sanitaria, prima grazie all'impegno nella consegna dei vaccini e poi grazie alla piattaforma digitale che ne ha consentito la tracciatura e la somministrazione. A metà ottobre, i dati parlano chiaro: un italiano su tre, come si vede dalle cifre nell'infografica di questa pagina, ha avuto accesso al vaccino tramite la piattaforma di prenotazione di Poste Italiane o tramite gli altri mezzi messi a disposizione dall'Azienda.

Azioni concrete

C'è da dire che nei mesi del lockdown Poste Italiane ha messo a disposizione la propria rete logistica anche per la consegna a domicilio dei farmaci alle persone che non avevano la possibilità di uscire di casa. Un servizio ora diventato permanente in alcune delle principali città. Ma la responsabilità sociale si è concretizzata anche sul fronte dei sostegni alle imprese e alle famiglie in difficoltà. È stata lanciata una campagna per garantire un accesso al credito più vantaggioso e, per sostenere la comunità sul piano finanziario, sono state accolte migliaia di richieste di sospensione dei mutui BancoPosta e delle rate dei finanziamenti per piccole-medie imprese e lavoratori autonomi con partita Iva. Disco verde anche per 15 mila richieste di cessione del credito d'imposta in linea con quanto previsto dal "Decreto Rilancio". Nei piccoli Comuni, dove nel 2020 molte attività sono purtroppo cessate, Poste non solo non ha chiuso alcun ufficio, ma ha installato quasi 10 mila nuove cassette e ha raggiunto l'obiettivo di una copertura Wi-Fi del 100%. Sul fronte dell'innovazione e dell'inclusione digitale il Gruppo si è qualificato come uno dei 10 operatori impe-

I NUMERI DELLA CAMPAGNA VACCINALE

(aggiornato al 12 ottobre 2021)



Le prenotazioni tramite la piattaforma

Oltre **24 milioni** prenotazioni (con picchi di **200.000** prenotazioni in 4 ore)



Il contact center

Oltre **3 milioni** di chiamate (con picco di **700.000** chiamate al mese), Portalettere **40.000** prenotazioni ATM **60.000** prenotazioni



Il magazzino

Oltre **28 milioni** di dosi di vaccino (per le case farmaceutiche J&J, AZ e Moderna) **15 mila** spedizioni (operate dalla Difesa e da SDA) verso **160** destinazioni in tutta Italia



nità e speranza a 100 mila bambini e adolescenti che vivono in quartieri difficili o che provengono dalle zone maggiormente colpite dalla pandemia durante l'emergenza sanitaria.

Scommessa sul futuro

C'è stato poi un gesto che equivale a una scommessa sul futuro. Sono le 180 assunzioni, nel primo semestre del 2020; mentre il Paese si fermava, di altrettanti giovani neolaureati inseriti nel ruolo di consulenti finanziari e consulenti mobili. Ma c'è stato anche il progetto di riqualificazione di un'area del fiume Tevere, in collaborazione con la Regione Lazio. O il ciclo di incontri "Atlante dei Territori", in collaborazione con la Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, per discutere delle aspirazioni e delle possibilità di cambiamento a partire dai grandi temi della salute, della solidarietà, dell'abitare e delle fragilità territoriali delle aree interne. Da un accordo con la Fondazione Politecnico di Milano è nata una challenge che ha visto come protagonisti 150 studenti. In provincia di Frosinone il Gruppo ha "adottato" una casa di prima accoglienza per mamme e bambini in situazioni di emergenza e pericolo. E a Roma con la Caritas ha messo a punto un sistema per il riutilizzo delle merci non reclamate. Sono alcuni dei tasselli di una strategia sociale che fa di Poste il grande alleato dello Stato nella crescita del Paese.

gnati in Italia nel fornire l'identità digitale ai cittadini, il cosiddetto Spid, indispensabile per accedere on line a tutti i servizi della Pubblica Amministrazione. A fine dicembre 2020 risultavano attive circa 11,9 milioni di identità Spid, con una crescita del 190% rispetto allo stesso periodo del 2019, e Poste deteneva oltre l'80% delle identità rilasciate nel Sistema Pubblico di Identità Digitale. Grazie a Spid, con

un'unica password si possono ottenere prenotazioni sanitarie, iscrizioni scolastiche, accesso alla rete Wi-Fi pubblica, o si possono sbrigare pratiche d'impresa con procedure più agevoli e veloci. Tra gli altri grandi e piccoli gesti di responsabilità sociale, la prima azienda del Paese vanta l'adesione al progetto "Riscriviamo il futuro", la campagna ideata da Save the Children per offrire educazione, opportu-

VISITA WWW.TGPOSTE.POSTE.IT

Il nostro sito si trasforma in un hub di informazione nell'ecosistema di Poste

Dopo un anno di crescita esponenziale nei dati di traffico, con una crescita continua in doppia cifra mese per mese sia di utenti unici che di pagine viste, il sito nato dalle colonne di questo magazine (postenews.it) si evolve e diventa un hub di tutte le informazioni aziendali, con al centro l'innovazione di videonews e comunicazione: il TG Poste. Il nuovo sito www.tgposte.poste.it è già consultabile per tutti, sia internamente che esternamente, e punta a raggiungere clienti nuovi e affezionati, stakeholder, istituzioni, enti e associazioni. Oltre dieci news quotidiane, un'edizione del TG in diretta alle ore 12 e sempre disponibile on demand, gli articoli di questo magazine, analisi di scenario che riguardano l'attualità e le diverse realtà del Gruppo Poste, ovvero logistica, risparmio,

LUGLIO 2020

114.000

NUMERO DI PAGINE VISTE

OTTOBRE 2021

1.800.000



economia, istituzioni, sicurezza, previdenza, sostenibilità digitale e molto altro. Al servizio dell'ecosistema dell'informazione di Poste, il sito si candida così ad interagire con il vasto pubblico dei media e a raccontare l'Italia che cambia attraverso i servizi, l'innovazione, la tradizione, la strategia sociale ed economica di Poste Italiane. La punta di diamante del servizio sarà l'app TG Poste, già presente sugli store per Android e iOS dove è possibile scaricarla gratuitamente, che consente anche di sfogliare in maniera facile e moderna questo magazine, oltre a molte altre funzionalità.

storia di copertina

Non c'è iniziativa importante che coinvolga il Paese dove Poste Italiane non giochi un ruolo di primo piano

Territorio e Istituzioni sono il punto di svolta del cambiamento di Poste

Il Condirettore Generale Giuseppe Lasco, in un incontro a Milano con i Responsabili di Macroarea: «La capacità di fare scelte apparentemente contro corrente ha rafforzato la leadership commerciale e la reputazione dell'Azienda, bisogna essere fieri di far parte di questo Gruppo»

Ci sono delle tappe fondamentali che hanno segnato la storia di Poste Italiane negli ultimi quattro anni. Sono decisioni prese in momenti precisi, che hanno modificato in positivo il rapporto del Gruppo con le Istituzioni nazionali e locali e con il Territorio. Svolte strategiche, capacità di fare scelte anche apparentemente contro corrente, che hanno migliorato il posizionamento dell'Azienda, rafforzandone la leadership commerciale e finanziaria ma – ancor di più – il proprio ruolo di Azienda del Sistema Paese. L'occasione per tratteggiare questo “filo rosso” con il Condirettore Generale di Poste Italiane, Giuseppe Lasco, è stato l'incontro di inizio ottobre a Milano con i responsabili di Macro Area, in quello che lo stesso Lasco ha definito «il primo di un lungo giro che faremo sul territorio». Tutto per evidenziare il confronto «sempre aperto» tra Poste Italiane e il territorio, che riparte su un doppio binario: rispondere alle esigenze locali e permettere ai dipendenti di Poste Italiane «di lavorare in serenità ottimizzando al meglio le forze».

Solidi e proiettati al futuro

«È fondamentale che ognuno di noi abbia la consapevolezza di ciò che oggi è Poste Italiane» ha spiegato chiaramente Lasco. L'Azienda ha infatti avuto la capacità e l'intelligenza di migliorarsi, investendo su nuovi segmenti di mercato e riuscendo così a superare anche l'emergenza sanitaria. «Siamo un'Azienda di Sistema Paese con 125mila persone – aggiunge – che fonda la propria forza sui servizi, dove il margine su alcuni prodotti è irrisorio. Sfido chiunque in Europa, e forse nel mondo, tra le aziende che sopportano costi così rilevanti ad avere il nostro posizionamento». Un'Azienda solida, dunque, proiettata al futuro, sostenibile e in sicurezza sotto tutti i punti di vista. Non c'è un progetto di Sistema Paese dove Poste Italiane non sia coinvolta. «Sulle iniziative importanti – ricorda Lasco – che abbracciano le novità che riguardano il Paese, noi ci siamo: è un dato significativo, che dobbiamo metabolizzare e spiegare a tutti noi, internamente: dobbiamo essere orgogliosi di appartenere a Poste Italiane».

Zero uffici chiusi nei Piccoli Comuni

Per tratteggiare il rapporto di Poste



Un momento dell'incontro di Milano del Condirettore Generale di Poste Italiane Giuseppe Lasco con i Responsabili di Macroarea

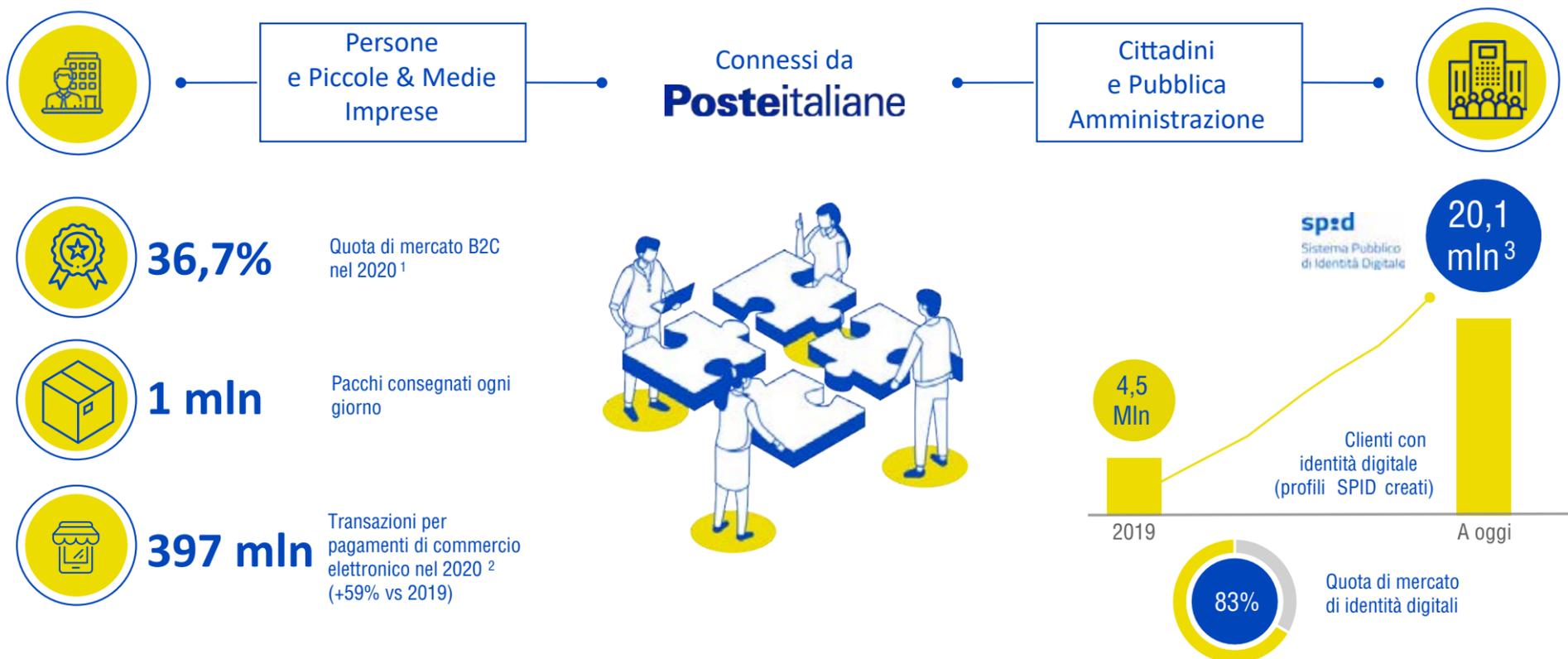
Italiane con il territorio e con le istituzioni, il Condirettore Generale di Poste Italiane ripercorre le tappe che hanno modificato le relazioni del Gruppo e sono risultate determinanti per il suo impatto sociale e per i risultati finanziari. A partire dal 2017, ricorda Lasco, «quando trovammo al nostro arrivo un piano di chiusura di 1.486 Uffici Postali. Decidemmo di non chiuderne nessuno, anche se da un punto di vista finanziario poteva sembrare una scelta obbligata. Quella fu la prima scelta che determinò

il cambiamento: avevamo al tempo una grande conflittualità territoriale con gli enti e i media locali. Il settore di Relazioni Istituzionali, in sostanza, lavorava solo per rispondere alle interrogazioni parlamentari che venivano fatte verso di noi. Se avessimo chiuso quegli Uffici, oggi saremmo un'azienda molto diversa e con più difficoltà, sia come posizionamento sia come sviluppi di business». Da lì partì infatti il grande progetto dei Piccoli Comuni, per il quale le aperture nei confronti delle comunità che li abi-

tano sono state condivise non solo a livello locale ma anche a livello nazionale.

Investire nelle infrastrutture

«Nel 2018 abbiamo aperto la partnership con Amazon – ricorda ancora Lasco – valorizzando la forza e la capillarità della nostra rete. È stato anche l'anno della nascita di Postepay, ma se parliamo di relazioni con territorio e istituzioni dobbiamo ricordare soprattutto il grande evento di Roma con i sindaci dei Piccoli Comuni, altro tassello fondamentale».



1. Corrispondenza e Pacchi; 2. PostePay; 3. Identità rilasciate all'8 settembre 2021



Da quell'apertura verso i Piccoli Comuni con l'evento della Nuvola all'Eur, «il confronto è cambiato totalmente: un momento che per il futuro del nostro Gruppo è stato fondamentale, perché da quella data in poi l'approccio istituzionale è stato completamente diverso». Nell'anno successivo, il 2019, arriva la leadership del segmento pacchi B2C e le scelte di investimenti sulla logistica premiano la strategia di Poste Italiane, rafforzandone il posizionamento. Su tutte, l'hub di Bologna, inaugurato alla presenza del Capo dello

Stato Sergio Mattarella («una presenza inusuale la sua all'apertura di un nuovo stabilimento di un'azienda: volle incentivare la nostra strategia di investire nelle infrastrutture – ricorda Lasco – aiutando lo Stato e il Paese»).

La resilienza e il coraggio

Nel 2020, l'anno del Covid, la strategia di Poste Italiane fa i conti con la più drammatica situazione dal Dopoguerra. In questo caso l'Azienda fa una scelta di resilienza, decidendo di non rimanere a guardare, al

contrario della maggior parte delle grandi imprese, e assicurare il servizio puntando sul coraggio e sulla dedizione delle sue persone. È l'ideale terzo momento clou del racconto di come il Gruppo abbia modificato radicalmente le proprie relazioni con territorio e istituzioni. C'è un passaggio fondamentale, il 4 aprile 2020 – ricorda Lasco - in piena pandemia. «Avevamo costituito il Comitato Strategico di Crisi e quel pomeriggio si doveva decidere cosa fare, perché tutte le aziende avevano chiuso. Le indicazioni del Ministero della Salute erano di stare nelle retrovie. Abbiamo scelto di chiedere alle persone di Poste di “stare sul pezzo”, di restare in prima linea». Quella decisione si rivela una grande passaggio di consolidamento istituzionale del Gruppo Poste. «Quella sera – prosegue Lasco - il Comitato doveva decidere se comunicare ai grandi player di bloccare l'invio della posta. Decidemmo di confrontarci con le organizzazioni sindacali e chiedergli di incentivare le persone a tornare al lavoro. C'era paura, certo, ma abbiamo subito deciso di approvvigionarci di tutti i dispositivi di protezione individuale esistenti per difendere i colleghi in tutti i modi, ben oltre gli adempimenti di legge. Era una scelta morale». Il Condirettore Generale ricorda anche un dialogo con l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante: «Ci dicemmo: quando finirà quest'emergenza, le istituzioni si ricorderanno di Poste Italiane e delle sue persone, che nella pandemia erano al lavoro mentre gli altri sono rimasti nelle retrovie». Dopo la prima ondata, l'Italia torna a rivedere la luce e la previsione del vertice di Poste Italiane si rivela corretta: «L'elemento di riscontro e di considerazione lo abbiamo percepito immediatamente. Il nostro impegno è stato riconosciuto da tutte le istituzioni: si è unito alle scelte fatte per i Piccoli Comuni, che oggi ci hanno rafforzato e portato in una forma eccellente. La reputazione è stata poi rinsaldata dalla consegna dei vaccini e dalla messa a disposizione della piattaforma vaccinale».

Capillari e digitali per diventare imbattibili

E si arriva a oggi, al 2021, con un'Italia che vede la fine del tunnel anche grazie all'apporto logistico di Poste nella consegna dei vaccini e tecnologico con la piattaforma di prenotazione, che ha dato una spinta decisiva alla campagna vaccinale e alla

ripartenza del Paese. «Siamo in continua evoluzione – conferma il Condirettore Generale - Lo dimostrano le numerose acquisizioni di questi anni e quelle che ancora andremo a fare: siamo interessati a tutte le opportunità che il mercato ci presenta che possono essere compatibili con la nostra forza e le nostre potenzialità professionali. Vogliamo stimolare ogni persona dell'Azienda a lavorare in una forma coinvolgente, con orgoglio: perché bisogna essere fieri di far parte di questo Gruppo». Per consolidare i risultati, il Condirettore Generale sottolinea l'importanza della massima condivisione con il territorio: «Il cambiamento di interrelazione con gli enti locali e la reputazione con i media dimostra che il territorio è sempre al centro del progetto di Poste Italiane. Se riusciamo a mantenere il nostro alto livello della rete fisica, investendo parallelamente in modo massiccio sul digitale possiamo diventare imbattibili».

I progetti del futuro

L'attenzione per il territorio viene dimostrata anche dal piano presentato da Poste Italiane all'interno del PNRR, dove «ci è stato assegnato un finanziamento di 800 milioni di euro in un arco temporale dal 2022 al 2026 per due macrointerventi». Al centro c'è la creazione di uno Sportello Unico per i cittadini dei piccoli centri, dove «è previsto – spiega Lasco - che il Ministero dell'Interno, quello di Giustizia e la Pubblica Amministrazione diano il via all'erogazione di una serie di servizi, dal passaporto al casellario giudiziario, ad esempio, che ci potranno consentire di creare nuovi prodotti all'interno degli Uffici Postali». Un altro grande messaggio per il Paese, per il quale Poste metterà a disposizione 6.000 Uffici Postali, e per i quali è previsto anche un restyling: «Rinnovare anche la faccia dei nostri uffici è un altro segno di cambiamento che il Gruppo può dare all'Italia». Anche il secondo intervento è al servizio del Paese: il grande patrimonio immobiliare di Poste, con oltre 400 edifici da sfruttare, potrà trasformarsi in una rete di coworking «creando spazi e dando la possibilità a professionisti e studenti di utilizzarli, offrendo nuove opportunità nelle aree dove i grandi player di coworking non operano». «Possiamo farlo nei piccoli centri, dando una grande mano di ripresa del Paese». Non si tratta di un'ipotesi, ma di una certezza del Condirettore Generale di Poste Italiane.

storia di copertina

Nei paesini della provincia, dove le nostre Persone sono un punto di riferimento e volti amici

L'Ufficio Postale al centro del villaggio: in viaggio nella "Piccola Italia" che funziona

Fra il mensile "rito" delle pensioni e i clienti da aiutare con le schede telefoniche e i postamat, emerge un sentimento comune: «In questi luoghi meravigliosi abbiamo la percezione di essere indispensabili, il legame con la popolazione è solido e duraturo»

di **LUCA TELESE**



È come stare in un avamposto. Come sorvegliare un confine, spesso soli, e sempre in una fortezza sperduta. Ti vengono in mente le grandi suggestioni narrative de "Il deserto dei Tartari" di Dino

Buzzati, e invece stiamo raccontando la storia piccola, ma epica, degli Uffici Postali nei centri minori. Paesi che spesso vanno da duecento a quattrocento anime, dove lavorare per Poste diventa quasi una missione civile.

L'abbraccio di una comunità

Il mio viaggio parte da un piccolo paesino del basso Lazio, da Terelle, in provincia di Frosinone. La direttrice dell'ufficio, Debora Arcaro, è la principale (di se stessa) da tre anni. Si tratta infatti, come in tutti i casi che racconterò, di un ufficio monoperatore. Uno dei più piccoli d'Italia: 40 metri quadri, tutti distribuiti dietro la scrivania in un appartamento, tanto che dentro non c'è nemmeno spazio per una sedia. Debora ti racconta con entusiasmo la sua realtà: «Il paese ha 360 abitanti, ma i residenti veri sono poco più di 200. D'inverno si spopola, d'estate si ripopola. L'ufficio è sotto la Chiesa, lontano dal centro, un po' isolato, il cellulare lì non prende, l'insegna è stata sradicata via dal vento, in una notte di tempesta, e non si è trovata più». Già, perché d'inverno Terelle - mille metri di altezza - viene sommerso dalla neve e colpita dai temporali: «Alla prima ti abitui, ai secondi mai. Sapessi quante volte - sorride la direttrice - devono venire i tecnici a ripristinarmi le linee perché salta tutto!». Eppure, a Debora questo lavoro piace, e lo fa con grande passione: «Ero andata a Pontecorvo, in un centro più grande, ma sono tornata. Abito a Villa Santa Lucia. Se passo per la provinciale ci metto 15 minuti. Con la strada corta, in mezzo alle nostre montagne, ci metto dieci minuti, anche se devo stare attenta agli animali selvatici». E poi... «E poi ogni mattina, la mia unica vicina, la signora Liliana, viene con il termos pieno di caffè. E inizia la mia giornata». Ed ecco cosa piace a Debora: «È vero, in un ufficio così lavori molto più che altrove. Però hai la percezione della tua indispensabilità. E questo per me è la massima gratificazione». Racconta Debora degli anziani che si mettono disciplinati in fila all'aperto, come se nulla fosse, anche d'inverno. Degli ottantenni a cui ha spiegato lei come si fanno le firme digitali: «Ci stanno dei vecchi qui, che sono delle bombe, che ti seguono nella dematerializzazione come se nulla fosse». Lei ha 44 anni, una famiglia, ma ha trovato l'abbraccio di una comunità, il senso di protezione: «Mi coccolano. Mi avvisano se vedono persone non del posto, o se c'è qualcuno

sospetto» se arriva un corriere quando lei non c'è. Così Debora non vorrebbe saltare mai un giorno di lavoro, e - Covid a parte - va in ufficio anche se è malata o dolorante: «Sai la cosa più bella del mondo qual è per me? La fiducia. Firmano sul pad e ti sorridono. E tu capisci che c'è un legame vero».

Passa tutto per le tue mani

Se dal Lazio passi alla Sicilia, e arrivi fino a Stromboli, trovi una storia diversa ma simile. È quella di Eliana Bonanno, una donna che sarebbe di sicuro piaciuta ad Andrea Camilleri. Eliana lavora a Stromboli da sei anni, e ha scelto lei di lasciare la capitale, Palermo, per l'isola. Il marito era d'accordo, ma i figli - grandi - erano increduli: «Mamma, non sarai mica impazzita?». No, non era impazzita. Quando è arrivata ha trovato uno degli ultimi uffici d'Italia che aveva la sua sede in un appartamento privato, e le veniva da ridere per il meraviglioso mobilio d'epoca primi Novecento, con gli archivi e le serrandine in mogano: «Bello ma poco pratico. Per fortuna mi hanno fatto un ufficio tutto nuovo, moderno, molto più pratico, funzionale, e anche dotato di Atm». Spiega: «Gli abitanti stanziali sono quasi 400, si vive bene, ci si conosce tutti: ormai sono quasi vicina alla pensione, è vero che ti mancano i comfort della grande città, è vero che lavori molto di più, ma ci sono giorni meravigliosi in cui quando finisco di lavorare io prendo un telo e me ne vado al mare. Chi altri ti può dare un posto di lavoro come questo?». Aneddoto buffo: «Alla fine tutto passa per le tue mani. E io cercavo di capire perché ogni anno mi arrivassero sempre lettere affrancate per persone inesistenti». E poi? «Poi ho capito: le spedisce un appassionato di filatelia che vuole il francobollo con la mia vidimazione». Cult. Anche Eliana prova quella sensazione di soddisfazione enorme: «Conoscere tutti, sentirsi utile a tutti: la mia, sia detto senza troppa enfasi, è una scelta di vita».

Ufficio vista mare

A Cervo, in Liguria, un meraviglioso e incantato paesino incastonato sulla costa. Sembra un presepe, ripido e scosceso, tutto in pietra. Paolo Elena, il direttore dell'ufficio, uomo gioviale e spiritoso, qui ci è nato. Ci sono 1.300 abitanti sulla carta, meno di mille residenti. E lui racconta: «Mio padre era di Cervo, mio nonno di Cervo. Io sono entrato in Poste nel 1988. E quando sono arrivato in questo ufficio, nel maggio del 2015, si è chiuso un cerchio della mia vita». È partito come portalelettere da Ventimiglia, e poi, piano piano, si è avvicinato a casa. Lavorava a Imperia, un quarto d'ora di strada, ma non aveva mai abbandonato la sua casa. Quando il suo superiore gli ha chiesto: «Vuoi andare a fare il direttore a Cervo?» non ci ha pensato due volte. Aggiunge: «Posso dire davvero di conoscere tutti, da sempre. E



questo mi aiuta molto». Già, perché tra appuntamenti di consulenza, conti correnti, attivazione di schede telefoniche, non si smette di lavorare mai. «Le persone - racconta - le devi aiutare a capire: un giorno arriva una signora disperata dicendomi che il Postamat era guasto. Ma in realtà stava provando a prelevare con la tes-

sera del supermercato!». Ride: «Un altro giorno stavo cambiando la SIM a un'altra signora. Mi fa: "Potrebbe anche copiarci i numeri della rubrica?". Certo, faccio io, che ormai a duplicare gli indirizzi digitali sono diventato una scheggia...». E invece? «E invece lei tira fuori l'agenda cartacea e mi fa: "Ecco!" (ride, ndr)».



A sinistra Greta Budo, DUP di Boccasette (Rovigo), sopra Debora Arcaro, DUP di Terelle (Frosinone)



Da sinistra verso destra, i colleghi Paolo Elena e Annarita Porta, rispettivamente DUP e portalettere di Cervo (Imperia), Silvia Ungari, DUP di Ticengo (Cremona). Sotto Micheal Premoli, portalettere di Ticengo



Anche Paolo ha la sensazione di erogare dei servizi indispensabili: «Quando consegno una pensione io so chi la incassa e lo guardo negli occhi. Sono molto soddisfatto. È un paese di anziani: non c'è più la banca, non ci sono altri servizi, ci siamo solo noi». Ed ecco perché il lavoro comprende molti extra: «Ai turisti recito a memoria gli orari dei pullman. Agli anziani con la vista bassa leggo le lettere. Sto sulla via Aurelia, al numero 70, dove viaggiavano gli antichi romani». E aggiunge: «Non c'è mai stato un solo giorno che non ho avuto gente in ufficio. E tengo un conto speciale, quello di chi ogni anno, il 31 dicembre, entra 5 minuti prima che si chiuda. E allora faccio: "Guarda che una volta o l'altra pubblico i nomi". È uno scherzo, ovviamente. Però il senso è questo: dalla mia finestra dell'ufficio vedo l'Aurelia, da quella di casa vedo il mare. Sono un uomo fortunato».

Il gelato a fine corsa

A Cervo parlo anche con la portalettere, Annarita Porta, ed è come avere l'altra faccia di una stessa moneta. «Lavoro a giorni alterni - spiega Annarita - uno a Cervo, uno in un altro paese. D'estate è pieno di gente, di turisti, di persone che tornano:

si fa appena in tempo a dire buongiorno e buonasera, correndo da una capo all'altro. D'inverno me lo godo». Annarita abita a Diano Marina, ogni mattina va ad Imperia, e poi torna in paese: «Una signora a cui avevo portato una lettera mi fa: "Sono i miei esami del sangue: puoi dare un'occhiata a questi valori?". Ci sono volte che vorresti poter dare risposte di ogni tipo, perché ogni buon postino è anche un tuttologo». Quando le chiedo se le piacerebbe cambiare, Annarita sorride: «Oggi era una stupenda giornata di ottobre. Consegnavo la posta, e sentivo in strada la musica che arrivava dalle finestre degli oratori. Cosa vuoi di più dalla vita? Non c'è paragone tra una città e un paese. Da quando sono qui, ogni giorno, a fine giro, c'è una signora che mi aspetta con un gelato per me. Io me lo godo sempre, anche se non ho fame».

Emergenza cordless

Silvia Ungari è direttrice dell'ufficio di Ticengo (provincia di Cremona) da maggio. Prima faceva la portalettere. E ti dice: «Senti, la prima cosa che conta, per me, è che ti ritrovi in una dimensione familiare. La gente è sempre molto gentile con me». Ha deciso lei il paese



dove essere assegnata: «Mi avevano fatto scegliere fra tre quattro uffici. Sono venuta a vedere, e mi piaceva questo paese. Non c'è nulla. Sono appena 490 abitanti. Ci sono solo io». L'ufficio però è nuovo: «Lo hanno ristrutturato, ed è anche predisposto per l'Atm. Ci lavoro tre giorni a settimana. Gli altri due vado dove mi mandano, in provincia: quindi non mi annoio mai, ed è bello tornare». Aneddoto: «A gennaio, una mattina c'era su una signora disperata: "Mi aiuti, per carità mi aiuti! Il telefonino non funziona più. Non posso più comunicare con mio figlio"». E come è andata a finire? Annarita ride: «Era venuta da casa con il cordless in mano, ovvio che non le funzionasse fuori. Abbiamo risolto in cinque minuti, ma era come se le avessi salvato la vita». È bella la conoscenza, ti spiega lei. Bello anche il rapporto esclusivo, la solitudine quasi non si avverte.

Anche il navigatore si perde

Il portalettere del paese è Michael Premoli, il più giovane dei dipendenti che incontro nel mio viaggio. Ha un contratto a termine, perché sta sostituendo il titolare, che ha avuto un infortunio. «Sono qui da febbraio scorso, lavoro da appena nove mesi, ma mi pare di essere a Ticengo da sempre. È una sensazione strana, entrare in una comunità come questa, come un abbraccio che ti avvolge». Ha 30 anni, e dopo altri lavori, si sente nella dimensione giusta: «Lavoro con la mia auto di servizio. È un comune geograficamente molto dispersivo. Devi andare a consegnare nelle casine. Scopri così che con il navigatore non arrivi da nessuna parte, ti devi far spiegare dalle persone».

Meglio lavorare che divertirsi

A Boccassette, in provincia di Rovigo, trovo l'ultimo personaggio di questo piccolo viaggio da un capo all'altro dell'Italia: è Greta Budo, la Direttrice dell'Ufficio Po-

stale. Parla un italiano molto forbito, con un evidente e melodico accento veneto. Ma mi dice subito: «Guardi che io sono albanese. Dopo essermi laureata in Italiano ho dovuto imparare il veneto, altrimenti non potrei fare questo lavoro». Regge l'ufficio da quattro anni. Ride: «Bisognerebbe dire meglio. Sono l'unica che ha resistito quattro anni». Ha iniziato come sportellista nel 2006. Poi si è formata in un ufficio più grande, a Taglio di Po. Freddo, nebbia, inverni lunghi. Ma nemmeno a lei dispiace lavorare da sola: «Essere monounità ha i suoi pro e i suoi contro». Dice dell'ufficio: «Era un po' abbandonato, adesso è un gioiellino». Greta abita a Porto Tolle, è giunta in Italia per seguire il marito, dopo un colpo di fulmine molto romantico: «Era venuto a lavorare in Albania, io gli dovevo fare da interprete, mi sono innamorata traducendo le sue parole». E dice ancora, sulla lingua: «Il dialetto non lo parlo, ma lo capisco benissimo. Tutti mi parlano esclusivamente in dialetto. È parte del lavoro». Greta ha fatto la mediatrice culturale. Poi l'assicuratrice - e guadagnava più di ora - ma le piaceva questo: la dimensione dell'ufficio, l'idea di essere un riferimento. «Mi sto già formando in azienda come consulente finanziaria, forse dovrò lasciare questo ufficio, e confesso che un po' mi spiace». Ogni giorno, da casa sua, ci mette 15 minuti ad andare, e 15 a tornare: «La nostra partita più importante sono le pensioni. L'ufficio ti si riempie, ed è una cosa a metà strada fra una funzione vitale e un rito». Esempio: «Io per fortuna ho una memoria fotografico-concettuale per i numeri. C'era una signora molto angosciata perché non riusciva a capire come mai non le tornasse un prelievo di 300 euro. Io ho guardato l'estratto e le ho detto: "Ma come, non ti ricordi? Li hai prelevati da me, perché li hai usati per pagare l'imbianchino!"». Fantastica. Ma il motivo per cui Greta ama il suo lavoro è perché si sente amata e protetta dalla sua comunità. È tosta, solare, determinata, i figli quando torna a casa le dicono: «Mamma, tu anche quando stai a casa pensi all'ufficio». E un po' è vero: devi organizzarti il lavoro prima, sennò sbagli. Devi pensarci sempre, sennò qualcosina ti sfugge. Le chiedo la cosa più poetica che le sia capitata in questi anni, e le strappo l'ultimo sorriso: «L'immondizia». Resto per un attimo interdetto e Greta mi fa: «Ho dei bidoni davanti alla finestra dell'ufficio, e un giorno mi era scappata una battuta in cui avevo detto: "Sono in disordine"». E cosa è successo? «Da allora, ogni giorno, passano degli anziani che mi mettono a posto i bidoni dell'immondizia. Ecco perché quando arrivo e guardo fuori dalla finestra sono subito di buonumore». Mentre la ascolto mi viene in mente una massima di Baudelaire, che vale per lei, ma in fondo anche per tutti gli altri protagonisti di questa storia: «Lavorare è meno noioso che divertirsi».

storia di copertina

Dialogo con la direttrice e le colleghe Andreina e Nicoletta in uno scenario da favola

L'Ufficio Postale di Carloforte e il sogno di Isabella che si avvera

Trasferirsi sull'isola all'estremità sud-ovest della Sardegna è stata una scelta di vita per la direttrice: «Un'azienda che riesce a comprendere i tuoi desideri, che cerca di soddisfarli per rendere migliore la tua professione e il tuo privato, è un privilegio»

di MASSIMO CUOMO



Come una vacanza, ma per la vita. Isabella Ferrigato guarda il mare e sorride, mentre il vento del Sulcis le scompiglia i capelli. Non è stato facile partire da Schio, in provincia di Vicenza, dove è nata e cresciuta, dove ha lasciato genitori e fratelli. Ma era qui che voleva stare. E sono già passati tre anni. Sul traghetto che la consegnava alla Sardegna e poi a San Pietro, un'isola nell'isola, portava una valigia pieni di sogni e un cane di nome Petra. In mezzo al mare un Ufficio Postale, quello di Carloforte. E nell'ufficio una sedia vuota, da direttrice, che la stava aspettando. Quando ci si è seduta le è sembrato di essere arrivata. Guarda l'orizzonte. Sedute accanto a lei, sul terrazzo di quella che ormai è casa, Andreina Aste e Nicoletta Murrau, due colleghe che sono diventate amiche, che l'hanno accolta con l'affetto che da queste parti si riserva ai forestieri. Intorno al tavolo, dove nei piatti restano gli avanzi della cappunadda, scodinzola Emi, un volpino tabarchino che da qualche mese fa compagnia a Petra. Questa è la sua nuova famiglia improvvisata, sotto il segno di Poste Italiane. «Un'azienda che riesce a comprendere i tuoi desideri, che cerca di soddisfarli per rendere migliore la tua vita professionale e personale, è un privilegio», dice Isabella alle due compagne di lavoro e di chiacchiere, sorseggiando il caffè.

Il richiamo dell'autenticità

Ci è venuta per anni, in vacanza da queste parti. E poi ha deciso che non poteva più farne a meno. Ha chiesto il trasferimento nel Sulcis, una terra costiera a sud ovest della Sardegna che l'ha conquistata per i colori della vegetazione e per l'autenticità che sentiva parlando con gli abitanti del posto. Come adesso, anche se il dialogo con Nicoletta e Andreina ha lasciato per un momento spazio al suo accento veneto, sperduta in un pensiero ad alta voce che le due donne accolgono con naturalezza, facendo quello che per i carlofortini è una specialità: ascoltare. «A vent'anni lavoravo già come portalettere», racconta Isabella, «con contratti trimestrali e semestrali che mi hanno permesso di mantenermi all'università, e di laurearmi al Dams, indirizzo Arte, col massimo dei voti. Il lavoro di portalettere è stato un mezzo per soddisfare tanti progetti e sogni: era duro, con tempi serrati e grosse responsabilità, ma mi piaceva, mi ha fatto stringere fortissimi legami di amicizia con tanti colleghi, mi ha spinto a crescere, a migliorarmi». Per qualche tempo le capitava di consegnare la posta, ogni mattina, nello stesso istituto in



L'Ufficio Postale di Carloforte, sull'Isola di San Pietro



Al centro Isabella Ferrigato, Dup di Carloforte, tra le colleghe Nicoletta Murrau e Andreina Aste

cui il pomeriggio indossava il camice per occuparsi di arteterapia. Poi ha scelto Poste, ha cominciato il lavoro agli sportelli, girandone quaranta in tutto, ha fatto carriera fino ai ruoli dirigenziali e alla fine ha deciso di andare.

Essere se stessi

«Ero convinta di essere pronta, di essere abituata alla lingua sarda. E invece mi sono subito resa conto che l'Isola di San Pietro, per storia e cultura, è diversa dal resto della Sardegna. E non solo perché

parlate una lingua che sembra genovese più che sardo! Questa terra è solare, affascinosa, magica, ma sa anche portarti via ogni certezza, ogni conoscenza acquisita». «Come te la sei cavata appena arrivata?» le chiede Nicoletta, che è la figlia del capitano dei traghetti che portano sull'isola e sa cosa vuol dire sbarcare qui. «Ho deciso semplicemente di essere me stessa e più umile possibile. Al resto ha pensato questo paesaggio che fa perdere il fiato. E poi voi due naturalmente...».

Le risposte della gente

Nicoletta e Andreina sorridono come quando stanno dietro lo sportello, spesso traducendo il tabarchino a Isabella davanti a clienti perplessi perché la direttrice non comprende la loro lingua. A lei verrebbe voglia di abbracciarle. «Col tempo ho capito quanto un lavoro come il nostro, in un posto come questo, sia ancora più importante che altrove: quanto un ufficio postale rappresenti per la comunità un punto di riferimento. Vivere in questa piccola isola, senza mezzi di soccorso, senza ospedale, con tanti servizi che mancano, mi ha riportata col pensiero alla mia terra veneta, dove abbiamo tutto. Ma la risposta me l'ha data ogni volta la gente del posto, u pàize, me l'avete data voi, come nei momenti peggiori della pandemia: la forza nell'affrontare il disagio, la presa in carico del problema, le soluzioni costruite a mani nude, come le ambulanze attrezzate e i centri di analisi. D'improvviso mi sono sentita protetta più che mai: dall'ufficio postale, dalle case intorno, da quest'isola e dalle persone che la abitano».

Il coraggio di una scelta

Isabella prende fiato. Posa lo sguardo sulla tavola, le tazzine di caffè vuote, sul volto delle sue ospiti, sui due cani che si rotolano sul pavimento, sulle piante di mirto e ginepro che accompagnano la vista fino all'acqua blu che le sussurra la voce lontana del "continente" - qui lo chiamano così - che si è lasciata indietro. «Oggi posso dire di essere grata a me stessa per avere avuto il coraggio di una scelta tanto importante. Ogni mattina i colori dell'alba e ogni sera il tramonto mi confermano la promessa fatta a me stessa: di vivere la vita che vogliamo, perché ne abbiamo solo una, di rispettare i nostri desideri e di amare noi stessi, facendo le cose che ci piace fare. E di essere grata a Poste per avermi aiutato a realizzare tutto questo. E di essere grata a voi per averlo reso più facile». Isabella ha gli occhi umidi e all'improvviso sente un filo di imbarazzo, forse per aver parlato così tanto, per non aver misurato le parole come sanno fare qui. «Posso abbracciarvi?» aggiunge soltanto. ●

Intervista a Giorgio Zanchini, conduttore televisivo e voce storica di Rai Radio 1

«Senso di comunità e innovazione per lasciarsi la crisi alle spalle»

La situazione sociale post-pandemia vista dall'osservatorio quotidiano di "Radio Anch'io": «Serietà e responsabilità sono le chiavi per migliorare il futuro del nostro Paese e del pianeta, dalla digitalizzazione è una grande occasione per le aziende»

di FILIPPO CAVALLARO



La crisi come occasione: per ricostruire il senso di comunità nella popolazione e per esaltare l'innovazione nel sistema economico. Giorgio Zanchini, giornalista di lungo corso e conduttore di "Radio Anch'io", storica trasmissione in onda tutte le mattine su Rai Radio 1 scorge nella nuova normalità una società rinnovata nel suo spirito e capace di risollevarsi in fretta dallo shock.

Nei mesi scorsi si è sentito dire, forse anche con un certo trasporto retorico, che saremmo usciti "migliori" dalla pandemia. Ammesso che l'Italia ne sia uscita, come ne usciremo?

«È un nodo sul quale ho letto le cose più disparate. Io stesso ho partecipato all'iniziativa editoriale "Il mondo dopo la fine del mondo" e sono arrivato alla conclusione che esiste una divisione netta tra chi crede, la maggioranza, che ne usciremo identici e una minoranza che crede che ne usciremo senz'altro cambiati. All'interno di questa minoranza bisogna distinguere tra chi dice che ne usciremo peggiori e chi è convinto che il periodo della pandemia ci abbia migliorati. E poi c'è una posizione mediana, che io condivido e che corrisponde anche alle parole di Papa Francesco: sarebbe un dramma ancora peggiore del Covid uscire uguali o peggiori di prima. La crisi deve rappresentare un'occasione per risistemare l'assetto del mondo, partendo da tre assunti: il primo è la consapevolezza da parte di tutti di essere sulla stessa barca, abbiamo imparato che i nostri comportamenti influenzano quelli degli altri perché l'umanità è una sola; il secondo, conseguente, riguarda il senso di solidarietà e il senso di comunità più forte causato dalla pandemia; infine la serietà. La drammaticità della situazione ha imposto un bagno di realtà in un Paese che troppo spesso tende alla farsa e al melodramma».

Ci sono altri aspetti positivi che individuati nella nuova normalità che ereditiamo da questo lungo periodo?

«Sicuramente, l'accelerazione della digitalizzazione ha avuto e avrà ricadute positive sulle nostre esistenze private e professionali. Abbiamo compreso che molte cose che facevamo prima in presenza sono realizzabili anche a distanza: questo libera tempo per noi e, limitando gli spostamenti, ha un impatto positivo anche sul pianeta. È un processo che era già in corso ma che la pandemia ha accelerato».

Radio Anch'io, su Rai Radio 1, è la trasmissione che apre la giornata di moltissimi

italiani. La pandemia ha cambiato la vostra sensibilità rispetto ai contenuti e al modo di comunicare con gli ascoltatori?

«Non mi era mai capitato, nel corso della mia carriera professionale, una monotonizzazione del genere. Non era capitato né con l'11 settembre né con i terremoti: la pandemia ha dominato il palinsesto per un periodo lunghissimo. La nostra trasmissione è divisa in tre parti e le abbiamo dedicate al Covid, dando voce naturalmente anche allo sconcerto degli ascoltatori. Dal punto di vista dei contenuti, abbiamo cercato di dare parola alla scienza, con voci autorevoli e competenti ma ci siamo resi conto che anche in questo caso della varietà e della divaricazione dell'opinione pubblica. Persino la voce della scienza, di fronte a una malattia nuova, non era univoca. Non è stato semplice affidarsi ad alcune voci scientifiche e ci siamo posti una questione deontologica: quanta voce dare ai cosiddetti no vax e no green pass. Rispettando i doveri del servizio pubblico, abbiamo cercato di rappresentare anche quel punto di vista dando voce agli ascoltatori paurosi, ai dubbiosi e a chi era preoccupato».

Sanità, scuola, lavoro sono temi centrali per chi vi ascolta e sui quali imperversano fake news capaci di ribaltare le aspettative e il sentiment della gente. Quali sono i compiti del giornalismo in questa fase così delicata di ripartenza del Paese?

«Recenti ricerche confermano che la maggioranza degli italiani hanno fiducia sia nei confronti della scienza sia dei media mainstream come radio e televisione e come questa sia addirittura aumentata durante la pandemia, come barriera nei confronti delle fake news. Alla Rai abbiamo costituito una task force per valutare in tempi rapidi le notizie di natura scientifica. Abbiamo in un certo senso costruito anche noi degli anticorpi, come tante agenzie di informazione del mondo».

Il sistema economico, parallelamente ai consumi, si sta gradualmente riattivando. Anche le grandi aziende come Poste Italiane fanno i conti con uno scenario cambiato nelle abitudini e negli stili di vita. Quali sono le opportunità da cogliere in questo momento per fare business con una rinnovata attenzione verso la società?

«Ho l'impressione che l'economia e il commercio trarranno beneficio dalla nuova normalità e dalla digitalizzazione dei processi. Le aziende hanno capito come usare meglio il proprio personale e come lavorare più sul risultato che sul processo: questo aiuterà le imprese innovative e l'efficiamento di tutto il sistema».

“Il mondo dopo la fine del mondo”

Giorgio Zanchini è tra gli autori dell'opera collettiva "Il mondo dopo la fine del mondo", uscita un anno fa con Laterza. Il libro raccoglie idee e proposte di fronte al compito della ricostruzione. Secondo gli autori, siamo chiamati a immaginare un mondo in cui si abbia cura della qualità della vita delle persone all'interno di una organizzazione più equa, più consapevole, più competente, più politicamente organizzata e che abbia a cuore la salvaguardia dell'ambiente. Editore Laterza.



storia di copertina

L'intervista di Simone Cristicchi a Postenews alla vigilia del suo lungo tour teatrale

«Cura e attenzione per il prossimo sono le basi del cambiamento»

L'artista romano ha sempre affrontato i temi sociali, dalle disabilità mentali alla ricerca della felicità: «La coscienza individuale si riflette su quella collettiva. Dobbiamo prendere consapevolezza che sono le nostre azioni e le parole a creare il mondo»

di MARCELLO LARDO



L'attenzione per il sociale è un filo rosso nella produzione artistica di Simone Cristicchi. Musica, teatro, letteratura, l'artista romano affronta un viaggio continuo nella convinzione che interprete e ascoltatore possano spesso vibrare sulla stessa frequenza. E in quella frequenza si costruisce un percorso comune, fatto di introspezione, di ricerca di se stessi e dei cardini della felicità.

Simone, partiamo dal tuo libro "Happy Next. Alla ricerca della felicità". Nel percorso per parole che delinei ci sono anche i termini "attenzione, cambiamento, noi". Sono una sorta di mappa sociale dei nostri giorni?

«Sono tre di sette parole che ho scelto come una sorta di impalcatura, che tiene in piedi la parola felicità, così fragile e così delicata. Sono tre parole molto pesanti e sono in grado di sostenerla. In particolare l'attenzione, che è alla base di qualsiasi minimo cambiamento».

Qual è il significato che attribuisce a questa parola?

«Ne ha tantissimi, anche semplicemente sul dizionario. Uno di questi è "volgere l'animo verso qualcosa". Quindi non è lo stare attenti che sentivamo a scuola, quando porgevamo l'udito e la vista a ciò che ci veniva detto. Qui si intende porgere l'animo, uscire da se stessi e proiettarsi fuori dal proprio ego. È la mia anima che va verso qualcosa di esterno a me».

In questa attenzione c'è il fondamento di una comunità?

«L'attenzione è qualcosa di vitale in questo momento, dove tutto è invece giocato sulla nostra distrazione e disattenzione.

L'attenzione è sinonimo di cura: ho scritto una canzone che si intitola "Abbi cura di me", perché avere cura anche solo di una persona nella nostra vita la rende degna di essere vissuta. Anche la cura del pianeta, dell'ambiente dove viviamo, del nostro piccolo raggio di azione: sono cose che ci rendono sicuramente consapevoli della nostra responsabilità».

La parola Noi, invece, cosa riflette?

«Il fatto che siamo tutti strettamente collegati. La parola Noi è fatta di tante attenzioni, la felicità individuale si riflette su quella collettiva. Dobbiamo prendere consapevolezza che ogni piccola azione crea il mondo e anche ogni singola parola lo fa. "In principio era il Logos", il Vangelo secondo Giovanni comincia così. La parola riesce a modificare la realtà e la società».

Nel tuo lavoro "Lettere dal Manicomio" parli di missive mai spedite di pazienti psichiatrici. Quale tratto comune emerge dalle loro parole?

«La loro assoluta lucidità e la padronanza di chi scriveva della grammatica e della sintassi nella scrittura di questi pensieri. Una cosa inquietante: si è portati a pensare che la lettera di un ricoverato in manicomio possa riflettere uno stato di confusione mentale; invece la maggior parte delle lettere avevano una precisione nel linguaggio che mi ha fatto pen-



sare. Ovviamente sono cambiati i tempi ma lo stigma rimane sempre: anche una persona sana di mente e dotata di cultura poteva finire in manicomio per svariati motivi, per problemi di eredità o di sicurezza, ad esempio».

Hai mai affidato un sogno o una confessione a una lettera in vita tua?

«Penso che la scrittura con carta e penna sia ancora piena di fascino, ancora viva. Siamo perdendo purtroppo questa forma di scrittura, che è anche una forma di meditazione, se vogliamo dirla all'orientale. Scrivo lettere e canzoni con carta e penna. Mi riporta a un gesto antico, che mi mette davanti a uno specchio, davanti a chi sono diventato. Sarò anacronistico, ma mi piacerebbe che si tornasse a scrivere lettere e spedire cartoline. Questa estate mi ha colpito averne ricevuta una dal Cilento. È come mandare un pensiero fisico».

L'ultima lettera che hai ricevuto, invece?

«Ogni Natale ne ricevo una scritta a mano da parte di un gruppo di suore di clausura. E quando arriva penso che quel momento di scrittura è stato dedicato completamente a me. La sorella ha scritto, si vede la sua grafia, si leggono le sue parole. Sembra quasi un regalo, un dono da parte di una persona che ha trovato la felicità proiettandosi sulla sua evoluzione personale».

Parte il tuo tour teatrale, molto lungo e composto (tra le varie date: al Teatro Comunale di Pesaro con "Esodo", a Castelfiorentino dal 18 novembre, ad Udine dal 28 novembre con "Paradiso - Dalle tenebre alla luce", per poi riprendere le repliche dal 22 marzo al 3 aprile

alla Sala Umberto di Roma e a Vicenza, Brescia e Rimini con "Alla ricerca della felicità"). Ha più voglia l'artista di salire sul palco o lo spettatore di ritrovare lo spettacolo?

«Penso entrambe le cose, c'è voglia di vivere un momento artistico come una grande liberazione dopo un lungo stop. Nella prima data a teatro, che considero un luogo sacro, a Forlì dopo lo stop ho sentito un applauso all'apertura del sipario che mi ha travolto, interminabile. Non era solo un applauso all'artista, ma al ritorno in un luogo dove si crea una magia che è possibile solo in quello stesso momento».

In "Paradiso - Dalle tenebre alla luce" dai il tuo contributo nell'anno dedicato a Dante Alighieri. Partendo da ciò che porti in scena, si può fare un parallelismo tra quello che la società ha vissuto e come ne sta uscendo?

«Sicuramente il periodo della pandemia, questo momento drammatico che tutti abbiamo vissuto può essere sovrapponibile al viaggio dantesco. A volte si ha la sensazione che l'umanità si sia divisa in due parti, la prima non vedeva l'ora di uscire dalla clausura forzata, l'altro 50 per cento ha cercato il proprio Paradiso. L'economista Leonardo Becchetti studia il rapporto tra l'economia e la felicità: secondo i suoi dati, durante la quarantena, tre quarti della popolazione mondiale ha avuto un miglioramento della propria vita, con la riscoperta dei valori e delle priorità. Molte persone hanno ri-catalogato tutto, è un dato illuminante. Perché nel momento in cui ci mancano i contatti umani andiamo a scavare nella nostra interiorità. È servito anche ciò che è successo».



Il progetto di Poste per accrescere le competenze della collettività

Cittadini, clienti, imprese: educazione digitale per tutti

I webinar e le piattaforme a disposizione del Paese confermano la vocazione di un'Azienda socialmente responsabile, con un occhio di riguardo nei confronti della sicurezza informatica



di **MARIANGELA BRUNO**



La digitalizzazione si sta facendo strada nella nostra quotidianità, complice la pandemia gli italiani hanno fatto di necessità virtù e stanno acquisendo dimestichezza con portali web, App e strumenti digitali. Ma siamo solo all'inizio: i dati OCSE del 2020 collocano l'Italia al 25° posto fra i 28 Stati membri dell'UE per livello di alfabetizzazione digitale. In questo percorso di trasformazione diviene pertanto fondamentale il supporto che può essere offerto da istituzioni e aziende private, che mettono a disposizione della collettività le loro competenze tecniche ed esperienza professionale. Ed è in questo contesto che è stato sviluppato il progetto di Educazione Digitale di Poste Italiane, in coerenza con la storica vocazione di azienda socialmente responsabile che aderisce ai principi internazionali ESG promossi dall'ONU.

Incontri in presenza e online

Avviato già nel 2019 con incontri in presenza nei principali Uffici Postali distribuiti su tutto il territorio nazionale, il progetto è stato necessariamente trasposto in modalità virtuale nel 2020 strutturando diversi cicli di webinar che vengono incontro sia alle esigenze di chi sta iniziando ad utilizzare le nuove tecnologie sia di chi già ne ha pratica e vuole approfondire aspetti specifici. Attraverso il modulo base viene proposta una panoramica generale sulle opportunità offerte dal digita-



le: pagamenti elettronici, social network, SPID, PEC e su quanto la tecnologia possa venire incontro alle nostre necessità attraverso le funzioni di accessibilità. Negli incontri tematici si approfondiscono invece i singoli argomenti, analizzando ad esempio il funzionamento e le logiche sottostanti ai sistemi di intelligenza artificiale, IOT, media e disinformazione, fintech e identità digitale, prestando sempre un occhio di riguardo alla sicurezza come elemento base abilitante per poter vivere ed abitare con serenità il mondo digitale.

Tecnologie innovative

Anche i Piccoli Operatori Economici (POE), liberi professionisti e commercianti stanno scoprendo le tante occasioni di business messe a disposizione da piattaforme e strumenti digitali, che offrono un portafoglio clienti potenzialmente esteso a tutto il territorio italiano e non solo. A loro supporto è stato quindi creato un percorso ad hoc per fornire gli strumenti utili allo sviluppo dell'attività di impresa, illustrando tra gli altri i processi di dematerializzazione, digital marketing, acquiring,

cloud e firma digitale. Le tecnologie stanno fortemente innovando anche tutto il mondo delle spedizioni e per approfondirne gli aspetti sono disponibili da maggio di quest'anno anche i webinar di Educazione sui Servizi del Recapito, nel corso dei quali vengono illustrati i sistemi di realtà aumentata, new retail, logistica urbana e tutto quanto ruota attorno alle smart cities che si stanno sviluppando.

Sul portale

La partecipazione ai webinar è aperta a tutti i cittadini, clienti e utenti, che vogliono acquisire o affinare le nuove competenze digitali. Il primo semestre del 2021 ha visto l'adesione di oltre 41.000 utenti, che attraverso la chat hanno proposto numerosi quesiti ai quali i colleghi hanno risposto in diretta, fugando dubbi e perplessità sull'utilizzo di strumenti e applicativi. Spunti e approfondimenti proseguono anche attraverso il portale web <https://www.posteitaliane.it/it/educazione-digitale.html>, in cui sono disponibili supporti grafici, audio e video modulati in base agli argomenti ed alle diverse esigenze. Per chi preferisce apprendere attraverso immagini e disegni sono a disposizione video pillole e infografiche, se invece si vuole ascoltare le spiegazioni direttamente dalla viva voce dell'esperto si possono scegliere i podcast ed infine ci si può mettere simpaticamente alla prova attraverso i giochi ed il CyberSecQuiz del CERT. Le evoluzioni tecnologiche stanno creando una customer experience sempre più ibrida, sta a noi scoprire e cogliere le tante opportunità che ci vengono offerte dal digitale. ●

PREMIO WEBRANKING BY COMPREND 2020-2021

I canali digitali di Poste primeggiano per trasparenza ed efficacia

Poste Italiane, con i suoi canali digitali, è un punto di riferimento in ambito di sostenibilità e di comunicazione digital durante l'emergenza Covid-19. Con questa motivazione il Gruppo guidato dall'Amministratore Delegato Matteo Del Fante ha ottenuto un premio nell'ambito della ricerca Webranking by Comprend 2020-2021; la ricerca, condotta in collaborazione con Lundquist, valuta la qualità della comunicazione e la trasparenza sui canali digitali delle principali aziende italiane.

Il lancio di nuovi canali

In particolare, Poste Italiane si è classificata come Best Performing Company



in Digital Corporate Communications, la migliore nella comunicazione dei canali digitali aziendali ottenendo cinque stelle. Poste Italiane, con i suoi canali digitali,

ha ricevuto anche il premio speciale innovazione 2020 nell'ambito della ricerca ".trust" incentrata sulla comunicazione durante la pandemia. La ricerca analizza la "sostanza" e la "distintività" della comunicazione corporate digitale: nel primo caso si intende la capacità di fornire una visione unitaria dell'azienda e del suo ruolo attraverso la comunicazione; il secondo concetto fa riferimento invece all'abilità di un'impresa nel creare attraverso i propri canali una narrazione efficace verso i propri stakeholder. Il riconoscimento è stato ottenuto anche grazie all'informazione fornita, ai dipendenti e all'esterno, attraverso il lancio di nuovi canali come il TG Poste.



Luigi Midolo, responsabile Digital Media, e Mara Bucciarelli, Head of Risk Assessment di Poste Italiane

storia di copertina

Concretezza e trasparenza: i rapporti con la pubblica amministrazione sono di reciproco rispetto

Così Poste Italiane dialoga con enti locali e istituzioni

Nelle Persone di Poste è aumentata la consapevolezza di far parte di un'azienda del sistema Paese, sempre al servizio dell'Italia: il Gruppo si conferma la spina dorsale del Paese per l'erogazione dei servizi a tutti i cittadini, anche nelle aree più interne della nazione

di **LUIGI MADEO**

Dialogo e trasparenza con le istituzioni, le misure in favore della comunità durante l'emergenza sanitaria, il grande impegno nella campagna vaccinale, gli impegni presi e rispettati verso i Piccoli Comuni, le attività di sensibilizzazione e il ruolo di Azienda-Paese a servizio dell'Italia. Le relazioni di Poste Italiane con le istituzioni centrali e territoriali sono sempre state caratterizzate dalla massima trasparenza e ancor di più lo sono state con l'emergenza sanitaria. La prima fase dell'emergenza sanitaria ha rappresentato infatti un momento difficile per tutto il Paese. L'Azienda, in linea con le prescrizioni legislative nazionali, ha provveduto a razionalizzare gli orari di apertura degli Uffici Postali su tutto il territorio nazionale, comunicando tempestivamente tali provvedimenti a tutti i Sindaci interessati. Partendo da questa prima fase conflittuale generata dagli effetti che queste comunicazioni hanno prodotto su un tessuto istituzionale già scosso dall'onda improvvisa dell'insorgere della pandemia, la strategia aziendale improntata sulla trasparenza e sul dialogo ha modificato in meglio i rapporti istituzionali. L'anticipo del pagamento delle pensioni, rispetto alla tradizionale data del primo giorno di ogni mese, e lo scaglionamento dei pagamenti su base giornaliera e per ordine alfabetico ha contribuito e sta contribuendo a ridurre gli assembramenti dinanzi agli Uffici Postali e il relativo calendario, ormai da oltre un anno e mezzo, viene comunicato ogni mese, con apposita nota, a tutti i Sindaci d'Italia. Inoltre, è ancora in vigore la convenzione stipulata tra Poste Italiane e l'Arma dei Carabinieri, grazie alla quale i pensionati di età pari o superiore a 75 anni – che percepiscono prestazioni previdenziali presso gli Uffici Postali e che riscuotono normalmente la pensione in contanti – possono richiedere, delegando al ritiro i Carabinieri, la consegna della pensione a domicilio, evitando così di doversi recare negli Uffici Postali. Più in generale, l'Azienda monitora costantemente i livelli di servizio offerti alla clientela e, in totale trasparenza, dall'inizio dell'emergenza sono state predisposte circa 138.000 note verso le Istituzioni Locali sul tema gestione Covid-19 e impatti sull'attività aziendale (13.000 note per interventi di razionalizzazione, 117.000 note per programma pensioni, 7.123 note per riaperture Uffici Postali).

Un contatto diretto e costante
Si sono così rafforzati i rapporti istituzio-

nali di Poste Italiane, sia a livello centrale che territoriale. Anche il supporto fornito tramite SDA e la piattaforma vaccini alla campagna vaccinale ha reso il nostro Gruppo un punto di riferimento nella gestione dell'emergenza. Tale rafforzamento delle relazioni ha consentito di incrementare un forte rispetto reciproco tra istituzioni e Azienda. I nostri interlocutori istituzionali sono sia amministratori centrali sia, in gran numero, amministratori di piccoli e anche piccolissimi comuni: con le persone, pertanto, si instaura un rapporto autentico e trasparente, un rapporto "umano", garantito specialmente dalla sensibilità e dall'empatia dei colleghi del territorio, che si trovano quotidianamente a interfacciarsi con le realtà

locali. Proprio grazie ai nostri colleghi, Poste ha potuto spiegare le motivazioni delle azioni – inizialmente anche non favorevoli – messe in campo durante la fase emergenziale, stabilendo un contatto diretto, trasparente e costante con le istituzioni locali. Tale rapporto non si è mai interrotto e continua a essere parte viva del ruolo di Poste nella nostra società.

Il contributo nella lotta contro il virus

Un altro momento chiave del rapporto con le Istituzioni arriva sicuramente dal contributo essenziale che il Gruppo ha fornito alla campagna vaccinale. Nell'ambito del Programma Nazionale di implementazione della strategia vaccinale Anti

Covid 19, Poste ha infatti fornito alle istituzioni nazionali e locali la disponibilità a contribuire fattivamente all'attuazione del programma, mettendo a disposizione del Commissario Straordinario la Piattaforma Informatica per supportare le attività connesse alla vaccinazione. Ad oggi le Regioni che utilizzano la Piattaforma sono otto: Sicilia, Lombardia, Calabria, Basilicata, Abruzzo, Marche, Sardegna e da poco la Valle d'Aosta. La piattaforma ha registrato oltre 26 milioni di inoculazioni e oltre 24 milioni di prenotazioni ed è stata capace di gestire dei picchi di 200mila prenotazioni in 4 ore senza alcun problema per il cittadino, con un'interfaccia di facile utilizzo sia per il cittadino che per i centri vaccinali. La piattaforma



INTERVENTI PER I PICCOLI COMUNI

(AGGIORNATO AL 12 OTTOBRE 2021)



1.497

NUOVI ATM
INSTALLATI
IN 1.475
COMUNI



5.692

SPOT WI-FI
IMPEGNO
COMPLETATO
AL 100%



7.096

IMPIANTI
DI VIDEOSORVEGLIANZA
INSTALLATI
IN 2.584 COMUNI



9.857

NUOVE CASSETTE
POSTALI PRESENTI
IN 4.778 COMUNI





A Bassano del Grappa, il portalelettere Massimo ha raccontato ai bambini il viaggio della posta in ogni sua fase, dalla spedizione alla consegna

tori hanno ricevuto pubblicamente apprezzamenti da parte di diversi membri delle Commissioni per il contributo offerto alla campagna vaccinale, in un momento così difficile per il Paese.

Nuovi servizi per le comunità

Il dialogo con i Piccoli Comuni, avviato a partire dal novembre del 2018, consente di continuare ad incrementare l'introduzione di nuovi servizi dedicati alle realtà locali con meno di 5.000 abitanti e rinnovare il dialogo diretto e permanente sulle esigenze specifiche del territorio. La prima fase dell'emergenza sanitaria nonché il rispetto delle normative anti-contagio hanno indubbiamente rallentato le attività che sono riprese con maggior forza per assolvere agli impegni assunti dall'Amministratore Delegato nel corso dei due eventi Sindaci d'Italia. Ad oggi sono stati effettuati i seguenti interventi: 1.497 nuovi Atm Installati in 1.475 Comuni, 5.692 spot wi-fi (impegno completato al 100%), 9.857 nuove cassette postali presenti in 4.778 Comuni, 1.104 barriere architettoniche eliminate in 1.041 Comuni, 7.096 impianti di videosorveglianza installati in 2.584 Comuni, 1.308 Comuni serviti da nuova flotta green, 303 cassette postali smart installate in 232 Comuni, 3.270 scuole abilitate al programma "Ri-

sparmio che fa scuola" in 2.684 Comuni.

Consapevoli di essere importanti

Tutti questi risultati hanno aumentato la consapevolezza nelle Persone di Poste Italiane di far parte di un'azienda del sistema Paese, a servizio del Paese. Parliamo di un'azienda, certamente, il cui obiettivo primario è quello di fare utili; ma al tempo stesso un'azienda che non dimentica di essere un'infrastruttura strategica del Paese, che con la sua capillarità sul territorio - ineguagliabile da altre realtà - ha saputo essere una "spina dorsale" per l'erogazione dei servizi a tutti i cittadini, anche nelle aree più interne della nazione. Le colleghe e i colleghi in prima linea, portalelettere e sportellisti tra tutti, hanno continuato a lavorare costantemente durante tutto il periodo della pandemia, con un impegno e una dedizione davvero encomiabili. Chi non ricorda l'apertura dell'Ufficio Postale a Codogno in piena emergenza, per assicurare il pagamento delle pensioni? La costanza dei nostri portalelettere che hanno continuato a consegnare corrispondenza e pacchi in pieno lockdown, quando l'incertezza e la preoccupazione la facevano da padrone? Poste Italiane è sempre stata in "zona bianca", come hanno ribadito più volte il nostro Amministratore Delegato e il nostro Condirettore Generale, Giuseppe Lasco: tale dedizione al lavoro da parte dell'Azienda ha certamente aumentato il rispetto da parte di tutti i cittadini, che hanno potuto apprezzare l'impegno dei nostri lavoratori fin dalle primissime fasi emergenziali.

nazionale Poste è inoltre collegata con la piattaforma nazionale di vaccinazione (AVN) ed invia i dati anche alle rispettive piattaforme regionali (AVR) per alimentare il certificato regionale del cittadino. La piattaforma Poste gestisce il magazzino della struttura commissariale di Pratica di Mare dove sono stati gestiti oltre 28 milioni di dosi di vaccino (per le case farmaceutiche J&J, AZ e Moderna) e 15 mila spedizioni (operate dalla Difesa e da SDA) verso 160 destinazioni sul territorio nazionale. Poste Italiane ha messo a disposizione un contact center per informazioni e prenotazioni che al momento ha gestito oltre 3 milioni di chiamate con picco di 700mila chiamate al mese (maggio 2021), i postini (40mila prenotazioni) e gli ATM (60mila prenotazioni).

Inoltre, Poste ha messo a disposizione un numero per Help Desk per supportare gli utenti nella gestione delle problematiche hardware e della piattaforma. Il contributo di Poste Italiane alla campagna vaccinale è stato anche oggetto di apprezzamento da parte delle istituzioni nel corso di due recenti Audizioni parlamentari: quella del 15 giugno scorso, presso la Commissione Finanze e tesoro del Senato dell'Amministratore Delegato di Poste Italiane Matteo Del Fante, sulla materia di competenza relativa all'attività finanziaria della Società Poste Italiane e quella dello scorso 15 settembre presso la IX Commissione Trasporti della Camera sul Piano Industriale della società, sempre con l'Ad di Poste. Nel corso delle audizioni Poste Italiane e i suoi lavora-



1.104



BARRIERE ARCHITETTONICHE ELIMINATE IN 1.041 COMUNI



1.308



COMUNI SERVITI DA NUOVA FLOTTA GREEN

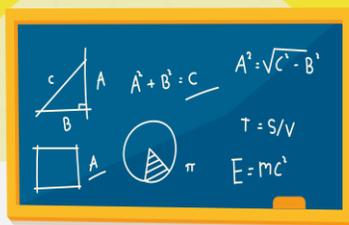


303

CASSETTE POSTALI SMART INSTALLATE IN 232 COMUNI

3.270

SCUOLE ABILITATE AL PROGRAMMA "RISPARMIO CHE FA SCUOLA" IN 2.684 COMUNI



storia di copertina

L'emergenza sanitaria ha confermato il ruolo cruciale di Poste al fianco delle istituzioni

Spirito di servizio e creatività: le misure concrete per l'Italia

Durante la pandemia, l'Azienda ha risposto alle esigenze dei cittadini mettendo in campo uomini, mezzi e tecnologie all'avanguardia e soluzioni intelligenti. Un impegno che viene da lontano e che si distingue per l'attenzione alle fasce più deboli della popolazione

Misure concrete per sostenere il Paese in una fase particolarmente delicata, per aiutare la popolazione e favorire la tenuta, e ora la ripresa, del sistema produttivo. La presenza capillare di Poste sul territorio è un conforto per gli italiani, che trovano nella nostra Azienda un punto di riferimento e una forma di sicurezza. La recente campagna vaccinale, che ha visto in prima linea anche i portalettere con i loro palmari per le prenotazioni, ha reso tangibile l'impegno di Poste per il Paese come già era avvenuto durante la pandemia quando, in pieno lockdown, gli Uffici Postali hanno continuato ad accogliere i clienti nella massima sicurezza, così come corrispondenza e pacchi non sono mai mancati sulla porta degli italiani. In un anno e mezzo di pandemia, l'Italia è stata per Poste sempre zona bianca: non ci sono stati stop o rallentamenti. Ci sono stati spirito di sacrificio, senso di appartenenza, dedizione alla collettività e all'operato di un'Azienda che ha risposto all'emergenza con serietà, responsabilità e servizi innovativi.

La campagna vaccinale

L'azione di Poste Italiane è stata cruciale per vaccinare gli italiani e lasciarsi alle spalle l'emergenza. Poste ha messo in campo uomini, mezzi e tecnologie per far fronte alla pandemia. Il supporto alle Regioni per la prenotazione dei vaccini è stato fondamentale. Tramite il sito, il call center, inserendo la tessera sanitaria negli Atm o chiedendo aiuto ai portalettere che servono il territorio una buona parte di italiani ha potuto prenotare i vaccini. L'algoritmo messo a punto da Poste è in grado di minimizzare la distanza tra il centro vaccinale e il comune della persona che deve essere vaccinata in modo da indirizzare i cittadini nel posto più vicino. Circa 20 milioni invece le dosi di vaccino fin qui consegnate in tutta Italia dal Corriere Espresso SDA, in sinergia con il commissario straordinario all'emergenza sanitaria.



L'anticipo delle pensioni

Dall'inizio dell'emergenza, Poste ha deciso di pagare in anticipo le pensioni ai titolari di Libretto di Risparmio, Conto BancoPosta o Postepay Evolution. I titolari di carta Postamat, Carta Libretto o Postepay Evolution possono prelevare i contanti da oltre 7.000 ATM Postamat, senza bisogno di recarsi allo sportello. Chi invece non può evitare di ritirare la pensione in contanti nell'ufficio postale può presentarsi agli sportelli rispettando la turnazione alfabetica prevista ogni mese dal calendario comunicato dall'Azienda.



L'accordo con i Carabinieri

Dall'inizio dell'emergenza, Poste consente a chi ha più di 75 anni e vive da solo di ricevere a casa la pensione dopo aver delegato i Carabinieri a ritirarla e consegnarla. Un servizio per le persone più fragili e un modo per ridurre le code e il rischio contagio negli uffici postali. La sinergia tra Poste Italiane e l'Arma mette a frutto la comune prossimità verso le categorie meno protette oltre che il radicamento territoriale: quasi 13.000 Uffici Postali e 4.500 stazioni dei Carabinieri.



La cessione del credito d'imposta

Il Gruppo, in linea con quanto previsto dal decreto Rilancio, a settembre 2020 ha lanciato un servizio che consente a privati, imprese e liberi professionisti di cedere i propri crediti di imposta a Poste Italiane, permettendo di ottenere la relativa liquidità in un'unica soluzione, direttamente sul conto corrente BancoPosta. In particolare, Poste Italiane prevede la cessione del Superbonus 110%, degli altri Bonus edilizi, del Bonus Vacanze delle strutture ricettive e, da febbraio 2021, di canoni di locazione, spese di adeguamento degli ambienti di lavoro, sanificazione e acquisto DPI. Un modo per spingere l'economia immettendo liquidità nel sistema.

L'erogazione del reddito di cittadinanza

Tra le misure sociali che vedono Poste in prima linea c'è l'erogazione del Reddito di Cittadinanza. La Carta Rdc è una Carta di pagamento elettronica prepagata, emessa da PostePay su cui viene erogato, alle condizioni, nei limiti e con le modalità previste dalla legge, il beneficio economico riconosciuto a titolo di reddito di cittadinanza o pensione di cittadinanza.



La consegna dei farmaci a domicilio

Grazie all'accordo con 4K S.r.l., la società leader nella consegna del farmaco a domicilio, Poste Italiane mette a disposizione la propria capillarità e la propria rete logistica per offrire un servizio fondamentale alle categorie di persone che non hanno la possibilità di uscire di casa: i cittadini, grazie all'iniziativa, possono ordinare, presso la propria farmacia di fiducia, farmaci a domicilio, che vengono recapitati in modalità instant, entro 90 minuti.



Identità Spid



Sono oltre 20 milioni gli italiani in possesso di un'identità digitale SPID rilasciata da Poste Italiane su 24 milioni totali. L'identità digitale è diventata fondamentale per interagire con la pubblica amministrazione e, dallo scorso 1 ottobre, è una delle tre chiavi d'accesso esclusive (insieme a Carta di identità elettronica e Carta nazionale dei servizi) per l'utilizzo dei servizi online dell'Agenzia delle Entrate e di Agenzia entrate-Riscossione. La diffusione di SPID, oltre ad avere effetti pratici sul peso della burocrazia, è un altro passo importante sulla strada della digitalizzazione del Paese.



Banda ultralarga

Con l'obiettivo di migliorare e consolidare i servizi mobile, nel corso del 2020 Poste Italiane, attraverso la controllata PostePay, ha siglato accordi con Open Fiber e TIM per permettere di portare ai privati e alle aziende soluzioni avanzate di connettività internet. Grazie a questi accordi il Gruppo fornisce al Paese servizi in fibra ottica mediante tecnologie a banda ultralarga, con l'obiettivo di ridurre sempre di più il digital divide tra le diverse aree del Paese. Alle intese con Open Fiber e TIM si aggiungono una serie di ulteriori novità, che hanno consentito a Poste Italiane di confermarsi come operatore di spicco anche all'interno del settore delle telecomunicazioni.



Educazione digitale

Da due anni Poste Italiane porta avanti un progetto di educazione digitale con l'obiettivo di mettere a disposizione della collettività le proprie competenze e professionalità, fornendo un contributo alla digitalizzazione del Paese. Sono molteplici gli strumenti offerti, tra i quali webinar gratuiti che approfondiscono i tanti aspetti legati a tecnologia e digitale: intelligenza artificiale, fake news e nuovi media, cybersecurity, fintech, pagamenti e IOT sono solo alcuni dei temi trattati nel corso delle sessioni che ad oggi hanno visto l'adesione di oltre 48.000 utenti.

Diversity & Inclusion

Uno degli otto "pilastri" del Piano Strategico di Poste è proprio "Diversità e inclusione". Attenzione alta, quindi, per una corretta valorizzazione delle diverse necessità espresse dalle persone: la promozione della diversità in chiave inclusiva è un fattore abilitante per il coinvolgimento e l'ingaggio individuale negli obiettivi aziendali, la cui gestione consapevole crea un vantaggio competitivo per l'Azienda e un valore sociale condiviso. I programmi di questo pilastro si inseriscono all'interno di un contesto ampio, per agire contemporaneamente su cultura e valorizzazione delle differenze dei singoli e per ridurre situazioni di fragilità individuale a sostegno di modelli organizzativi equilibrati, che valorizzino il dialogo e l'emersione delle diversità.

La parità di genere da sempre nel DNA dell'Azienda

Poste Italiane è un'azienda in cui il 55% della forza lavoro è composta da donne. Un dato che rappresenta un valore se confrontato allo scenario italiano in cui il divario occupazionale tra donne (31 milioni totali) e uomini (29,5 milioni) è tra i più alti in Europa (dati Eurostat). Sono tante le misure dedicate alle dipendenti di Poste con l'obiettivo di mettere al centro la persona prima ancora della lavoratrice. Per l'Azienda la maternità è un diritto da tutelare, attraverso un trattamento economico di miglior favore rispetto a quello previsto dalla legge: durante il congedo di maternità Poste Italiane eroga il 100% della retribuzione per tutti i cinque mesi di astensione dal lavoro, contro l'80% previsto dalla legge; nei primi sei anni di vita del bambino Poste Italiane garantisce l'80% della retribuzione per i primi due mesi, invece del 30% previsto dalla legge. Ci sono poi i "parcheggi rosa" per le lavoratrici in stato di gravidanza, gli asili nido aziendali di Roma e Bologna, o l'adesione come azienda al progetto MAM per l'inclusione delle neo mamme capitalizzando le soft skills maturate nel ruolo di genitore; e ancora iniziative e progetti per agire sul piano culturale e dell'innovazione sociale a favore delle giovani generazioni per promuovere modelli di riferimento liberi da stereotipi di genere.

Investimenti responsabili

Poste Vita e BancoPosta Fondi SGR, società del Gruppo, aderiscono a principi e standard condivisi a livello internazionale che fungono da linee guida per la definizione del proprio approccio di investitori responsabili. Tali adesioni permettono a entrambe le società di partecipare a iniziative di rilievo sul tema dell'integrazione di criteri ESG nei processi d'investimento, offrendo un'importante opportunità per il dialogo e la condivisione delle migliori pratiche diffuse tra i principali attori dei settori di operatività. Tra le varie, è bene menzionare l'adesione ad Access to Nutrition Index, una importante iniziativa per sensibilizzare il settore ad affrontare la doppia sfida nutrizionale globale di ipernutrizione e denutrizione, in linea con gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU.



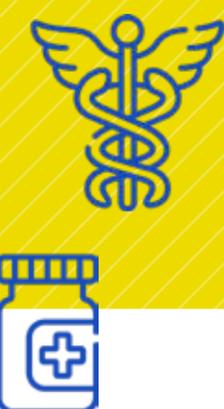
Premiato l'impegno a favore delle donne vittime di violenza

Poste Italiane ha ricevuto il premio "2020 CSR Coup de Coeur", categoria Dipendenti, da PostEurop, l'associazione degli operatori postali pubblici europei, per il programma "Inclusione lavorativa delle donne vittime di violenza". Il progetto, ritenuto di elevato interesse dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e del CNEL, contribuisce allo sviluppo di percorsi finalizzati all'indipendenza economica tramite inserimento lavorativo delle donne in uscita dai centri antiviolenza. La best practice di Poste si basa sul rapporto e sul coinvolgimento attivo delle aziende fornitrici del Gruppo, quali destinatarie di progetti di accoglienza lavorativa.



I messaggi di sensibilizzazione sui 7.000 sportelli ATM

Poste sostiene le comunicazioni del dipartimento pari opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri contro la violenza sulle donne ed è al fianco nelle iniziative di sensibilizzazione. Sui monitor dei 7.000 sportelli Postamat Atm sono visibili i messaggi istituzionali, il numero verde e l'app 1522 per la prevenzione e il contrasto ai fenomeni di violenza, stalking e maltrattamento.



storia di copertina

L'Azienda ha fatto propri gli obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite

La sfida di Poste per il sociale passa per le buone pratiche di inclusione e solidarietà

Dall'impegno per dare un futuro sostenibile alle giovani generazioni alla campagna dei "Valori ritrovati" in accordo con la Caritas, sono tante le iniziative nate per creare valore condiviso nella società e che rendono tangibile l'impatto sul Paese e sul territorio

di **BARBARA PERVERSI**



La promozione dello sviluppo sostenibile, l'impegno per il sociale, le buone pratiche di inclusione e solidarietà. Sono tante le iniziative che Poste Italiane mette

in campo per costruire un futuro migliore sensibilizzando la popolazione su temi di interesse universale. E tanti sono anche i riconoscimenti che la società civile ha conferito a Poste. Tra questi il prestigioso marchio "Sodalitas Call for Future" di Sodalitas che annovera tutte le aziende che contribuiranno con azioni d'impresa e soluzioni efficaci e innovative orientate ad attuare gli obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e a realizzare un futuro sostenibile, e i giovani, cittadini del mondo di domani.

L'impegno delle Nazioni Unite

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità. Sottoscritta il 25 settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri delle Nazioni Unite, e approvata dall'Assemblea Generale dell'ONU, l'Agenda è costituita da 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile - Sustainable Development Goals, SDGs - inquadrati nell'ambito di un programma d'azione più vasto costituito da 169 target, ad essi associati, da raggiungere in ambito ambientale, economico, sociale e istituzionale entro il 2030. I 17 Goals fanno riferimento a questioni importanti per lo sviluppo che prendono in considerazione in maniera equilibrata le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile - economica, sociale ed ecologica - e mirano a porre fine alla povertà, a lottare contro l'ineguaglianza, ad affrontare i cambiamenti climatici, a costruire società pacifiche che rispettino i diritti umani. Questo programma non risolve tutti i problemi ma rappresenta una buona base comune da cui partire per costruire un mondo diverso e dare a tutti la possibilità di vivere in un mondo sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale, economico.

Aziende e giovani insieme

"Sodalitas Call for Future" vuole dar voce alle realtà che si sentono parte di questa sfida, per promuovere il dialogo tra imprese e giovani generazioni sul fu-



turo sostenibile. Sono state raccolte 150 azioni concrete d'impresa che rispondono a quattro grandi sfide: Call for Planet, Call for People, Call for Work e Call for Better; per Poste Italiane è stato scelto il tema dell'inserimento lavorativo delle donne vittime di violenza. L'autonomia lavorativa è infatti il passo concreto per recuperare la dignità violata e contribuire al reinserimento nella società. Con questa visione, diventata un progetto concreto, Poste Italiane, ha ricevuto il premio "2020 CSR Coup de Coeur", categoria Dipendenti, da PostEurop, l'asso-

ciamento degli operatori postali pubblici europei, per il programma "Inclusione lavorativa delle donne vittime di violenza". Il progetto, ritenuto di elevato interesse dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e dal CNEL, contribuisce allo sviluppo di percorsi finalizzati all'indipendenza economica tramite inserimento lavorativo delle donne in uscita dai centri antiviolenza.

Volontariato d'Impresa

Poste Italiane, attraverso iniziative e partnership, valorizza il Volontariato d'Im-

presa come l'esperienza che più di ogni altra consente il coinvolgimento diretto dei dipendenti, offrendo loro l'opportunità di vivere in prima persona un'esperienza concreta e fattiva verso la comunità, per soddisfare un bisogno crescente di apertura al sociale e di impegno per il bene comune.

Valori ritrovati

Importantissimo anche il progetto Valori Ritrovati attraverso cui Poste ridistribuisce migliaia di pacchi persi o dimenticati a famiglie bisognose tramite i tre empori di Perugia, Pescara e Roma. Poste Italiane, supportata dall'associazione Italia-Camp, ha avviato un processo di valutazione dell'impatto generato dal progetto: un sistema di valutazione partecipativo, che ha visto il coinvolgimento sia dell'Azienda sia dei partner Sda e Caritas Diocesana di Roma, basato su criteri rigorosi che, a partire dai principali standard internazionali, sviluppa attraverso diverse fasi d'analisi una valutazione qualitativa e quantitativa del risultato generato. Il progetto Valori Ritrovati di Poste Italiane ridistribuisce i "colli anonimi" o "abbandonati", attivando un virtuoso processo di economia circolare: una modalità con la quale rispondere alle necessità organizzative dell'azienda e ridurre l'impatto negativo generato in termini di tempo e di risorse economiche, ma anche per rimettere in circolo il valore materiale tramite solidarietà e volontariato. Il progetto si inserisce nel processo di innovazione e cambiamento che il gruppo sta sviluppando sui temi di finanza sostenibile, di valorizzazione delle persone, sostenibilità, valore sociale e sostegno al territorio e al Paese.

La Carta per le Pari Opportunità

Poste italiane aderisce inoltre alla Carta per le Pari Opportunità, volontariamente sottoscritta da oltre 800 tra imprese, organizzazioni non profit e pubbliche amministrazioni che impiegano oltre 700.000 lavoratori al fine di promuovere la cultura della diversity in azienda e di politiche delle risorse umane inclusive, libere da discriminazioni e pregiudizi, valorizzando così talenti eterogenei. Sodalitas e le imprese aderenti alla carta fanno parte della Piattaforma Europea delle Diversity Charters promossa dalla Commissione Europea per contribuire concretamente a combattere la discriminazione sul luogo di lavoro. ●



“Business e Diritti Umani: il ruolo delle Imprese per lo sviluppo sostenibile” è il titolo del programma di formazione aperto a tutti i dipendenti di Poste Italiane e disponibile online con l’obiettivo di promuovere la cultura inclusiva



Avviato un programma sul rispetto delle diversità aperto a tutti i dipendenti

Un percorso di formazione online per diffondere la cultura dei diritti

Pari opportunità e identità di genere, tutela delle persone con disabilità, discriminazione, diritti dei lavoratori e protezione dell’ambiente sono tra i principali contenuti compresi nella strategia di responsabilità sociale d’impresa di Poste Italiane

di RICCARDO PAOLO BABBI



Poste Italiane ha avviato il programma formativo online “Business e Diritti Umani: il ruolo delle Imprese per lo sviluppo sostenibile”, aperto a tutti i dipendenti, con

l’obiettivo di promuovere la conoscenza e la diffusione dei principi guida adottati dal Consiglio per i Diritti Umani delle Nazioni Unite. Nel corso vengono presentati gli elementi essenziali della cultura dei diritti umani. Pari opportunità e identità di genere, tutela delle persone con disabilità, discriminazione, diritti dei lavoratori e protezione dell’ambiente sono tra i principali contenuti realizzati e certificati da SIOI (Società Italiana per l’Organizzazione Internazionale), una organizzazione indipendente e autorevole. La metodologia di digital learning è innovativa: vi-

deo, lettura, podcast rendono dinamica e agevole la fruizione del corso.

La CEO Guide for Human Rights

L’impegno di Poste in favore della tutela e della promozione dei Diritti Umani di prima e seconda generazione, contemplati dalla Dichiarazione universale dei diritti dell’uomo e i secondi inseriti anche nel Patto internazionale sui diritti economici, sociali e culturali, costituisce elemento fondante della responsabilità sociale d’impresa che l’azienda assume e porta avanti per promuovere la cultura dell’inclusione e della prossimità. Poste Italiane ha aderito alla CEO Guide for Human Rights presentata da CSR Manager Network, l’associazione nazionale dei professionisti impegnati nella gestione della sostenibilità nelle imprese. La Guida ai CEO per i diritti umani è un indirizzo alle aziende che vogliono dare il contributo a un positivo impatto sociale.

Percorso di sostenibilità

L’adesione si inserisce nel percorso di sostenibilità indicato dal documento di bilancio integrato del Gruppo Poste, che coniuga obiettivi finanziari e di business e gli impegni legati alla responsabilità sociale d’impresa. Impegni che si aggiungono alla politica aziendale sui diritti umani volta a contrastare qualsiasi forma di discriminazione e di violenza con azioni quotidiane e iniziative ad hoc.

Diversità e Inclusione

La cultura del rispetto dei diritti umani è legata fortemente ai temi della diversità e inclusione. Per questo Poste ha aderito al mese europeo della diversità sottolineando come è proprio il tema cardine “Diversità e inclusione” uno degli otto pilastri del suo Piano Strategico. Il valore condiviso dell’inclusione e del rispetto dei diritti e della diversità è un fattore abilitante per il coinvolgimento e l’ingaggio individuale negli obiettivi aziendali: Poste attesta così

il ruolo chiave delle imprese sia nel garantire i diritti dei lavoratori sia nello sviluppare e concretizzare strategie di protezione, alimentando al contempo una cultura onnicomprensiva della salvaguardia dei diritti umani per un modello di sviluppo sostenibile.

Formazione e diritti

Il corso on line per i Diritti Umani rientra nel piano e processo generale di valorizzazione e crescita delle persone di Poste: nel piano Deliver 2022 il Gruppo ha indicato come target 20 milioni di ore di formazione per i dipendenti in sviluppo continuo delle competenze. Formare e informare, diffondere cultura di tutela di diritti e principi, sviluppare competenze nel pieno rispetto delle personalità, peculiarità e dignità di ciascuno è quello che si è prefissa Poste attraverso un piano di formazione con lo scopo di incrementare non solo competenze a 360° ma soprattutto benessere e motivazione nei lavoratori. ●

IL GOAL 16

Al Festival dello Sviluppo Sostenibile come tutor

L’impegno di Poste Italiane sui diritti universali è uno stimolo a tutto il tessuto produttivo, dalle piccole e medie imprese ai grandi gruppi: dimostra che volendo si può fare molto, ognuno nel proprio ambito. Così ha concluso il suo intervento Massimiliano Monnanni, responsabile Rsi, governo rischi di gruppo di Poste Italiane, durante l’evento dedicato all’Obiettivo 16 dell’Agenda 2030 delle Nazioni Unite, di cui Poste è stata tutor nell’ambito del festival organizzato da ASviS, l’Alleanza per lo Sviluppo Sostenibile. Si è affrontato il tema dei diritti

di cittadinanza come presupposti per affermare una società più equa, giusta e inclusiva, capace di arginare fenomeni di conflitto, violenza, odio e discriminazione. L’obiettivo era diffondere consapevolezza sulla necessità di promuovere l’accesso ai diritti, alle libertà fondamentali, alle informazioni creando un dialogo in cui si incontrano istituzioni, osservatori e centri studi, organizzazioni e soggetti della società civile.

Processo di partecipazione

«Spesso parlare in Italia di diritti univer-

sali sembra quasi fuori luogo, come se non ci riguardasse – afferma Monnanni – Invece è qualcosa che va fatto continuamente, perché la consapevolezza e la cultura dei diritti umani è parte integrante della costruzione del processo di partecipazione, soprattutto delle nuove generazioni». Sottolineando l’importanza, in chiave produttiva, di una cultura di educazione ai diritti umani da parte delle amministrazioni pubbliche ma anche delle imprese e del Terzo Settore, il responsabile Rsi ha spiegato che «Poste è una azienda fatta essenzialmente di

persone, e tutto quello che si fa in chiave di responsabilità sociale di impresa e di sostenibilità ha un valore anche in termini di concorso rispetto a quello che l’impresa può dare a livello di istituzione e del Paese». Un valore aggiunto sociale, dunque, che ha impatto sulla comunità. Poste negli ultimi mesi ha coinvolto il 70 per cento dei suoi dipendenti con una attività di formazione interattiva sui diritti umani: «Un contributo che diamo al Paese, perché i nostri tanti dipendenti diventano persone che possono promuovere e propagare i nostri valori».

storia di copertina

Le iniziative di Poste Italiane per l'inclusione finanziaria e il sostegno alle famiglie

«Performance e responsabilità per noi sono realtà conciliabili»

Fausto Bartalotta, Responsabile Customer Value Management Mass di BancoPosta, spiega: «Quanto abbiamo fatto nel corso dell'emergenza conferma che è possibile trovare un equilibrio fra le esigenze del business e il supporto economico alla società»

di ERNESTO TACCONI



Abbiamo chiesto a Fausto Bartalotta, responsabile Customer Value Management Mass di BancoPosta, di riassumerci l'impegno di Poste Italiane a favore dell'inclusione finanziaria.

Dottor Bartalotta, come nascono le iniziative come quelle che riguardano l'Anticipazione Cassa Integrazione Guadagni e la sospensione dei mutui e dei prestiti personali?

«Il Gruppo Poste Italiane da sempre svolge un ruolo fondamentale per la sua vicinanza alle famiglie italiane. Nell'ambito di questa missione, a seguito del diffondersi della pandemia da Covid-19, che ha visto andare in difficoltà l'intero Paese con ripercussioni su famiglie e imprese, si è deciso di avviare iniziative specifiche a supporto dei cittadini che, in ragione di specifiche condizioni lavorative, hanno versato in uno stato di difficoltà. Da qui, a partire da maggio 2020, in linea con le misure adottate dal Governo italiano per contrastare l'emergenza sanitaria da Covid-19, Poste ha lanciato iniziative come quella dell'Anticipazione Cassa Integrazione Guadagni, che ha consentito ai nostri clienti di richiedere l'anticipazione del trattamento di cassa integrazione, ordinaria o in deroga, o dell'assegno ordinario del Fondo di integrazione salariale fino ad un valore di 1.400 euro. Questo prodotto, sottoscrivibile sia in Ufficio Postale che dal sito Poste.it, ha consentito, quindi, ai nostri clienti di poter disporre delle somme previste, senza dover attendere la conclusione dell'iter autorizzativo da parte dell'ente competente. In considerazione dello scopo sociale dell'iniziativa, il prodotto non ha previsto alcun costo



per i clienti, al netto dell'imposta di bollo dovuta per legge. Per quanto concerne la sospensione delle rate dei mutui e dei prestiti personali, sempre con l'obiettivo di fornire il massimo sostegno alle famiglie italiane in difficoltà per la crisi finanziaria scaturita a seguito dell'emergenza sanitaria, durante il 2020 Poste Italiane ha accolto decine di migliaia di richieste di sospensione, in linea con quanto previsto dal Decreto "Cura Italia" emanato dal

Governo Italiano e dal Protocollo di Intesa Assofin "Emergenza Covid-19".

Ci sono altre iniziative degne di nota in ambito finanziari che sono state lanciate a supporto delle famiglie italiane nel periodo più critico del Covid-19?

«Ce n'è almeno un'altra che ha avuto un grande impatto in termini di supporto del contesto sociale e che ha avuto una forte

rilevanza anche mediatica. Mi riferisco al grande lavoro svolto dal Gruppo Poste Italiane con il programma "Riparti Italia", che ha visto il lancio di numerose promozioni sui finanziamenti, finalizzate a dare un impulso alla difficile congiuntura economica che il nostro Paese stava attraversando. Questa iniziativa ha registrato un riscontro assolutamente positivo da parte dei cittadini: basti pensare che nel periodo in cui il programma "Riparti Italia" era

Prestiti, rate sospese

In seguito ai provvedimenti messi in atto dal Governo per far fronte all'emergenza Coronavirus e all'accordo predisposto da ABI e Assofin nel mese di marzo 2020, è stata consentita a partire dal mese di maggio 2020 la sospensione del pagamento delle rate per i Prestiti Personali BancoPosta alla Clientela in difficoltà che ne ha fatto richiesta. La possibilità di richiedere la sospensione è rimasta attiva fino al 31 marzo 2021.



L'apertura del conto dall'app

Poste Italiane ha lanciato la possibilità di apertura conto da APP, servizio lanciato a maggio 2020 che offre la possibilità di aprire il Conto BancoPosta, nelle versioni Start Giovani, Start e Medium, non solo dal canale fisico ma anche da APP BancoPosta seguendo le istruzioni presenti a video.



L'accordo con BNL per l'Anticipazione Cassa Integrazione Guadagni

A partire da maggio 2020 Poste Italiane ha offerto ai propri clienti (correntisti BancoPosta e titolari di carta Postepay) la possibilità di richiedere l'Anticipazione dei trattamenti di Cassa Integrazione Guadagni (Ordinaria o in Deroga) o dell'Assegno Ordinario del Fondo di Integrazione Salariale (FIS), per aiutarli in questo momento di difficoltà dovuto all'emergenza sanitaria Covid-19. Il servizio è consistito nell'erogazione anticipata ai lavoratori, da parte di BNL Finance, a seguito di uno specifico accordo di collaborazione con Poste Italiane, di un importo pari a quello dell'inte-

grazione salariale richiesta dai propri datori di lavoro, consentendogli di poterne disporre, senza aspettare la conclusione dell'iter autorizzativo da parte dell'Ente competente. L'importo massimo dell'anticipazione era di 1.400 euro parametrato a 9 settimane di sospensione a zero ore del rapporto di lavoro e ridotto proporzionalmente in caso di durata inferiore o nel caso di rapporto a tempo parziale. Visto lo scopo sociale dell'iniziativa il prodotto non prevedeva nessun costo per i clienti tranne l'imposta di bollo di 16 euro dovuta per legge, addebitata sul Conto Corrente

BancoPosta o sulla Carta Prepagata Postepay Evolution al momento dell'erogazione dell'Anticipazione (TAN: 0% TAEG: variabile in funzione dell'importo erogato). La durata massima del prestito era di 90 giorni dalla sua erogazione, salvo l'ipotesi di rimborso anticipato obbligatorio del finanziamento, immediatamente dopo l'avvenuto pagamento al lavoratore, del trattamento di CIG-Covid da parte di INPS. Il prodotto è stato collocato da Poste Italiane sia presso la rete degli Uffici Postali, sia attraverso il proprio canale on line (sito www.poste.it).



Fausto Bartalotta, Responsabile Customer Value Management Mass di BancoPosta

attivo, un prestito su cinque in Italia è stato erogato tramite Poste Italiane».

Come si conciliano questi impegni con la necessità, comunque, di portare avanti il business e di migliorare le performance finanziarie?

«Quanto fatto dal Gruppo Poste Italiane nel periodo del Covid-19 a sostegno delle famiglie italiane conferma il fatto che esiste una "terza via", che consente di conciliare il conseguimento della performance finanziaria con una responsabilità sociale, che sia in grado di garantire un impatto positivo sulla società e sulle comunità, sia nel breve che nel medio-lungo termine. Proprio il Programma "Riparti Italia" è la prova che questo equilibrio può essere trovato: da un lato, il supporto alle famiglie italiane per garantire la ripartenza delle attività dopo le chiusure dovute all'emergenza sanitaria, dall'altra una performance commerciale di tutto rilievo, che ha consentito al Gruppo Poste Italiane in quei mesi di aumentare sensibilmente la propria quota di mercato sui Prestiti».

Per vocazione e per il suo ruolo sociale

forte di 160 anni di storia, un'Azienda come Poste Italiane non può prescindere dall'educare i propri clienti a scelte consapevoli. Quali sono gli aspetti più delicati nel rapporto con la clientela in questo frangente post-pandemia?

«Da sempre Poste Italiane si impegna a fondare il rapporto con i propri clienti su criteri di trasparenza, correttezza professionale, etica e imparzialità, al fine di garantire la soddisfazione delle aspettative e consolidare nei clienti la fiducia verso il Gruppo. Questo obiettivo passa attraverso una informativa sui prodotti e servizi costantemente accurata ed esauriente, in modo da consentire sempre scelte consapevoli da parte dei clienti. In aggiunta a questo, Poste Italiane ha avviato da tempo un programma di "Educazione Finanziaria" finalizzato ad aiutare le persone ad avere una maggiore consapevolezza sulle decisioni importanti che riguardano la propria economia personale e familiare. Ad oggi, sono stati circa 200 gli eventi svolti ed oltre 50.000 le persone coinvolte. A tale riguardo, proprio recentemente, Poste Italiane ha partecipato alla quarta edizione del Mese dell'Educazione Finanziaria, che consiste in un programma di eventi su scala nazionale, con l'obiettivo di migliorare le conoscenze dei cittadini in materia finanziaria, assicurativa e previdenziale per aumentare la consapevolezza di fronte a decisioni economiche e di investimento. Concretamente, questa partecipazione ha visto la realizzazione di 6 webinar sull'"Economia Personale e Familiare" e due webinar sulla "Previdenza complementare e la gestione dei rischi connessi all'aumento della longevità". Infine, sempre in ambito educazione finanziaria, va citato anche il progetto "Il Risparmio che fa scuola", rivolto ai ragazzi in età scolare ed organizzato in collaborazione con Cassa Depositi e Prestiti e con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca».

Cessione del credito, liquidità da Poste



Da settembre 2020 Poste italiane offre il servizio di cessione del credito d'imposta, disponibile per Privati, Imprese e Liberi Professionisti, titolari di un conto corrente BancoPosta e di un credito d'imposta cedibile ai sensi del Decreto Rilancio (D.L. n. 34/2020 convertito con modifiche nella L. n. 77/2020). Grazie a questo servizio Poste Italiane consente alla clientela di cedere i crediti d'imposta relativi ai bonus fiscali previsti dal Decreto Rilancio, incluso il Superbonus 110% e, nei limiti ed alle condizioni della normativa di riferimento, crediti relativi ad agevolazioni preesistenti quali ad es. il "bonus facciate", gli altri "ecobonus" preesistenti e il "bonus ristrutturazione", ottenendo la liquidità in un'unica soluzione sul proprio Conto Corrente BancoPosta. È possibile richiedere la Cessione

del credito On-line sul sito poste.it, tramite internet banking, o recandosi in uno degli oltre 12.000 Uffici Postali sul territorio. Per cedere il credito a Poste Italiane sono sufficienti pochi passaggi: 1. Effettuare la richiesta a Poste Italiane, attraverso la procedura di richiesta on line o in ufficio postale; 2. Comunicare ad Agenzia delle Entrate, secondo le modalità definite dall'Agenzia stessa, di aver ceduto a Poste Italiane il credito di imposta; 3. Attendere l'aggiornamento sullo stato della pratica via e-mail e, in caso di esito positivo, l'accredito del prezzo di cessione sul Conto Corrente BancoPosta del cliente. I numeri del servizio sono in continua crescita soprattutto dal canale on line, da cui proviene quasi l'80% delle richieste, mentre il bonus più ceduto è al momento quello per ristrutturazione.

Mutui, sospensioni fino a 18 mesi

A seguito delle misure adottate dal Governo italiano per contrastare l'emergenza sanitaria da Covid 19, Poste Italiane, in collaborazione con le Banche finanziatrici ha dato la possibilità ai propri clienti, in situazione di temporanea difficoltà lavorativa ed economica, di richiedere la sospensione delle rate del mutuo ipotecario, utilizzando sia il canale online che quello fisico. Le iniziative, che nel corso del tempo hanno subito evoluzioni e aggiornamenti, sono le seguenti: sospensione mutui per adesione al Fondo di solidarietà gestito da Consap: l'iniziativa consente ai clienti, in

possesso dei requisiti stabiliti dal Fondo, di richiedere la sospensione del mutuo contratto per l'acquisto della prima casa, per un periodo massimo di diciotto mesi e beneficiare del rimborso del 50% degli interessi maturati sul debito residuo durante il periodo di sospensione. Altra moratoria per la sospensione dei mutui: l'iniziativa consente principalmente ai clienti che non sono in possesso dei requisiti stabiliti dal Fondo (ad esempio mutuo contratto per seconda casa o importo più alto), di sospendere il mutuo fino a dodici mesi, previa valutazione della Banca partner dell'iniziativa.



POSTE ITALIANE È SEMPRE AL TUO FIANCO. OGGI ANCHE PER L'ASSICURAZIONE AUTO.

Scopri Poste Guidare Sicuri, la copertura assicurativa con guida libera per tutta la famiglia. Nessun aumento di prezzo in caso di figli e di coniuge neopatentati alla guida e tanti altri servizi. Prendi appuntamento sull'App BP o su poste.it e vieni negli Uffici Postali abilitati. Scegli Poste Italiane. **Tutto quello di cui hai bisogno.**

[posteguidaresicuri](https://poste.it/posteguidaresicuri)

**NUOVA
RCAUTO**



Posteitaliane

SPEDIZIONI E
LOGISTICA

CONTI E
PAGAMENTI

PREVIDENZA E
ASSICURAZIONI

MUTUI E
PRESTITI

INTERNET E
TELEFONIA

RISPARMIO E
INVESTIMENTI

SERVIZI
DIGITALI

passione filatelia

Il campione olimpico della staffetta di Tokyo brilla anche nei 200 metri, il "regno" di Pietro

Tortu segue la scia di Mennea nella storia d'oro dell'atletica

Accomunati dallo scatto dai blocchi più lento degli altri, dalla forza nella rimonta e nella velocità di punta, rappresentano la voglia di superare i propri limiti e di migliorare se stessi nello sport come nella vita

di **PIERANGELO SAPEGNO**



Adesso ci sono solo 39 centesimi che separano Filippo Tortu da Pietro Mennea, neppure un batter d'occhio e neanche il tempo di un sospiro. In quell'attimo c'è il senso della vita e c'è la legge

dello sport, la lezione che ci ha insegnato Mennea, che veniva dai campi di grano della Puglia ed era magro, storto e affamato, con quella sua faccia un po' sbilenca, irregolare, e che per tutta la vita ha corso per andar più veloce di se stesso. È la grandezza dello sport: per vincere devi superare i tuoi limiti, devi sempre migliorare quello che sei. Lui sapeva di partire da dietro, per questo ha saputo battere tutti gli altri, perché ogni volta rimontava la vita e non aveva paura di perdere. Filippo è giovane e forte, 23 anni appena, così diverso, nelle sue sicurezze e nella sua eleganza, e ha ancora tutta la strada davanti per recuperare quello spazio infinitesimale, quella impercettibile distanza che lo divide dalla sua storia. I 200 metri del Kip Keino Continental Tour Gold hanno avvicinato i nostri campioni della velocità, quello che è passato e che resterà per sempre e quello che è il nostro futuro, la Freccia del Sud e questo figlio della Brianza, alto e diritto come un pioppo piantato sul campo, con quel cognome sardo che più sardo non si può.

L'impresa di Tokyo

Tortu aveva cominciato che aveva 8 anni, e quando faceva la seconda media vinse il titolo di ragazzo più veloce di Milano e poi non si è più fermato, ha battuto tutti i record italiani under 18, under 20 e 23, ed è stato il primo a scendere sotto i 10 secondi nei cento metri strappandolo proprio a Mennea. Ma lui è come Pietro, il suo avvenire è nei 200 metri. Tutt'e due hanno lo stesso difetto nella partenza, lo scatto dai blocchi più lento degli altri, e la forza nella rimonta, nella velocità di punta, che per Pietro era la più forte del mondo. Per il resto sono diversi e hanno trascorsi molto lontani. Il padre di Filip-



Flippo Tortu primo sul traguardo della 4x100 alle Olimpiadi di Tokyo, per l'Italia dell'atletica un oro storico

po era anche lui un velocista ai tempi di Mennea, Salvino Tortu, da Torre Pausania, e ha fatto da maestro al figlio, che fino a un anno fa era la stella più luminosa e incontrastata della nostra atletica leggera, prima che spuntasse fuori quella di Marcell Jacobs. Può darsi anche che abbia patito la concorrenza. Certo, aveva cominciato le Olimpiadi di Tokyo al di sotto delle sue aspettative, prima di ritrovare se stesso nella splendida medaglia d'oro della 4x100, da assoluto protagonista: «Adesso sono un atleta nuovo. Mi sono reso conto di essere più competitivo di quanto credessi, di avere una forza che non credevo di possedere. Da ora in poi voglio usarla».

La forza del vento

Mennea no, Mennea non ha avuto nessuno che gli ha insegnato niente e ha passato tutta la vita a rimontare, come se ce l'avesse nel sangue. Veniva da una famiglia povera di Barletta, papà sarto e madre casalinga, tre fratelli e una sorella, e si è fatto da solo, non smettendo mai di studiare per soddisfare la sua bulimia di crescere in qualsiasi campo della vita, arrivando a prendere persino quattro lauree, scienze politiche, giurisprudenza, scienza motorie e lettere, e scoprendo da solo di avere la forza del vento dentro di sé. A 15 anni sfidò su uno stradone di periferia, in mezzo ai campi, una Por-

sche e un'Alfa Romeo 1750 sulla distanza dei 50 metri e vinse lui: 500 lire di premio. Il suo padre putativo fu Carlo Vittori, che lo raccolse quando arrivò a Formia da giovanissima promessa con le scarpe sfondate e quello sguardo stralunato: non lo lasciò più. Mennea si allenava 350 giorni all'anno su quelle piste, fino a diventare un corpo per correre.

Un mito, non un'ossessione

Lui sapeva che non avrebbe mai potuto essere come Tommie Smith o Michael Johnson ma aveva un'anima più forte del suo blues, di quella sua malinconia rabbiosa che esprimeva in certe interviste parlando di sé in terza persona. Questa sua grandezza, questa volontà di migliorare sempre se stessi è rimasta nel nostro sport e ora la possiamo ritrovare anche in Filippo Tortu. Quando parla di Mennea dice che «lui è un mito, ma non è un'ossessione per me,

io lo inseguo come lo inseguiamo tutti noi che cerchiamo la velocità su una pista. Ho avuto la fortuna di conoscerlo, e di lui apprezzo ancor più quello che ha fatto fuori dallo sport». Poi dice che, invece, come velocista, se c'è qualcuno in cui si rivede è più Livio Berruti che la Freccia del Sud. Eppure, alla fine, c'è qualcosa che li unisce, più di quella distanza impercettibile dei 39 centesimi e di tutte le impressioni che possiamo coltivare, e sta nella stessa rimonta che li ha portati al successo, la rincorsa pazzesca e disperata fino all'oro di Mosca del 1980 e quella incredula e commovente di Tokyo quest'anno. Quegli sforzi lanciati oltre i loro sguardi perduti in una linea immaginaria che separa la gloria dalla sconfitta, raccontavano la stessa fatica e lo stesso riscatto, perché anche Tortu quel giorno risaliva la china e ricacciava indietro amarezze e delusioni. Ed è da quel giorno che Tortu è diventato un po' Mennea.



Un francobollo dedicato alla vittoria di 40 anni fa ai Giochi di Mosca

Circa un anno fa, il 9 novembre 2020, il Ministero dello Sviluppo Economico ha emesso in quattrocentomila esemplari un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "Io Sport" dedicato a Pietro Mennea, nel 40° anniversario della vittoria di Mosca, relativo al valore della tariffa B pari a 1,10 euro. La vignetta raffigura Pietro Mennea nel momento d'esultanza al termine della gara di velocità dei 200 metri alle XXII Olimpiadi di Mosca del 1980 in cui conquistò la medaglia d'oro riprodotta in basso con la fascia iridata che idealmente avvolge il grande atleta italiano.

i nostri spot



A "CASA" DI ROBERTO MANCINI



Alcune immagini dello spot in cui il CT Mancini interpreta il ruolo del padrone di casa alle prese con operai, architetti e designer

Nella campagna sui finanziamenti, Roberto Mancini riceve a cena tre ospiti davvero particolari

Alla "zuppa inglese" di Jorginho il pallone d'oro della simpatia

Insieme al CT della Nazionale, testimonial di Poste, ci sono Bonucci, Locatelli e l'asso del Chelsea che, con la sua battuta, ha conquistato il web. Nello spot anche la sede centrale di Viale Europa, da dove l'allenatore campione d'Europa esce come sempre seguito dal suo alter ego in giallo

di ANGELO LOMBARDI



La "zuppa inglese" di Jorginho fa impazzire il web. L'ultimo spot di Poste Italiane, che ha per protagonisti il CT della Nazionale Roberto Mancini e una rappresentanza di giocatori azzurri, fa il pieno di

like sui social prendendo ancora una volta in contropiede i rivali inglesi. Nella scena finale dello spot, andato in onda per la prima volta domenica 10 ottobre, l'allenatore della Nazionale campione d'Europa apre sorridente la porta di casa ai suoi sei ospiti: Leonardo Bonucci, Manuel Locatelli e, appunto, Jorginho, accompagnati dalle loro "ombre" di Poste Italiane, vestite rigorosamente in giallo. Il regista azzurro ha tra le mani un vassoio da pasticceria. Alla domanda di Bonucci "cosa hai portato?" Jorginho replica "zuppa inglese", suscitando l'ilarità generale.

I complimenti della Rete

La battuta non poteva certo sfuggire al web. "Semplicemente poesia" per qualche utente di twitter, fra i tanti che hanno commentato lo spot. C'è chi ride a crepapelle pubblicando schiere di emoji e chi invidia Mancini per quel trio di ospiti affiatati e impertinenti. E poi c'è anche chi, giustamente, fa i complimenti agli autori dei dialoghi. Del resto, nelle vesti di top sponsor della Nazionale, non è la prima volta che la comunicazione di Poste fa centro raccogliendo il consenso della Rete. È sufficiente ricordare il "pacco" contenente il pallone indirizzato a "Rome", dopo la vittoria di Wembley, in risposta alla Royal Mail, che, alla vigilia della finale, lo aveva idealmente spedito verso "Home", pregustando il ritorno a casa del trofeo. Un modo ironico per ringraziare gli azzurri e per replicare ai colleghi delle poste britanniche.

Un po' di colore

La zuppa inglese di Jorginho chiude lo spot di 30" di Poste dedicato ai finanzia-



La scena finale dello spot, con Jorginho in primo piano che ha tra le mani un vassoio di zuppa inglese per il CT della Nazionale. Sotto, Mancini all'ufficio postale con il suo alter ego in giallo



menti. Roberto Mancini, già testimonial della campagna multiprodotto di Poste durante l'Europeo e in precedenza del lancio di Poste Delivery, si occupa questa volta di rinnovare casa. Circondato da ingegneri, architetti, interior designer e operai - e di nuovo seguito dal suo personale alter ego in giallo di Poste (impersonata dallo stesso attore della campagna multiprodotto) - il CT della Nazionale si siede all'ufficio postale per ottenere un prestito e ristrutturare l'appartamento che poi ospiterà la cena con i suoi ragazzi. Il nuovo colore delle pare-

ti? Azzurro, naturalmente, neanche a dirlo.

La classe del Mancio

Nello spot che il web ha ormai ribattezzato "della zuppa inglese" il CT della Nazionale si dimostra divertito, a suo agio e interpreta il suo ruolo di "direttore d'orchestra" alla perfezione, impartendo istruzioni e disegnando gli schemi alla squadra di specialisti a sua disposizione per i lavori di ristrutturazione. "Scegli Poste Italiane", dice Mancini come nello spot che aveva accompagnato l'avventura europea degli azzurri. "Tutto quello di cui hai bisogno", gli fa eco il suo alter ego in giallo.

Mancini si conferma il testimonial ideale per le campagne di Poste dimostrando anche una certa versatilità: dal tono quasi malinconico dello spot di Poste Delivery, in cui riceveva gli scarpini inviati da papà Aldo, a quello scanzonato della campagna multiprodotto, fino alla dimensione più casalinga dell'ultimo spot.

La visita a Viale Europa

I più attenti avranno notato che nello spot compare l'ingresso della sede centrale di Viale Europa, dove Mancini è tornato nel mese di settembre, ospite del TG Poste, anche per ringraziare tutti i dipendenti di Poste Italiane per la passione nei confronti della Nazionale prima, durante e dopo l'Europeo, quando la Coppa conquistata a Wembley è arrivata anche nel quartier generale di Poste. Il CT della Nazionale ha rivolto un saluto ai dipendenti di Poste Italiane, protagonisti di diverse iniziative, una su tutte la maxi-bandiera tricolore che ha rivestito la facciata del grattacielo che ospita la sede centrale di Poste Italiane. «Voglio dare un abbraccio a tutti - ha detto questa volta il "vero" Mancini - si dedicano a noi portando la posta dappertutto. Auguro a loro di stare sempre bene e che siano felici».

il nostro business

Intervista all'Amministratore Delegato Rosario Fava per i 40 anni della compagnia

«Con Poste Air Cargo un servizio omogeneo su tutto il territorio»

Fondata nel 1981 come Mistral Air, rappresenta oggi un caso di successo nel panorama del trasporto aereo nazionale: «Il processo di conversione industriale verso il mercato merci ha consentito di svolgere un ruolo da protagonista con l'insorgenza della pandemia»



L'Ad di Poste Air Cargo, Rosario Fava

di MANUELA DEMARCO



Poste Air Cargo taglia il traguardo dei 40 anni, un'occasione per fare il punto con l'Amministratore Delegato della compagnia aerea Rosario Fava, che analizza gli effetti della pandemia sul trasporto aereo di Poste Italiane e le prospettive per il futuro «sempre più competitivo».

Dottor Fava, la Compagnia si appresta a celebrare 40 anni dalla sua fondazione, con una storia fatta di alti e bassi, fino al rebranding e alla riconversione nel 2019 nel solo trasporto postale e cargo, una scelta di rilancio della compagnia che ha chiuso il bilancio con un utile di oltre 1,8 milioni di euro, più che quadruplicato dai 387mila euro di profitto dell'esercizio precedente. Quali sono i fattori che hanno contribuito a rendere Poste Air Cargo un caso di successo davvero unico nello sfortunato panorama del trasporto aereo italiano?

«La chiave dei risultati positivi raggiunti negli ultimi anni da Poste Air Cargo si riassume nella rifocalizzazione della compagnia sulla mission propria del Gruppo Poste Italiane: la logistica di posta e pacchi. Negli anni l'Azienda aveva cercato con scarsi risultati altri spazi di sviluppo in business che non avevano coerenza con il ruolo di una compagnia aerea di un operatore di logistica quale Poste Italiane; era giunto il momento quindi di progettare e realizzare la riorganizzazione industriale che avrebbe portato il vettore a dedicarsi al trasporto aereo delle sole merci. Questo processo di riconversione industriale si è concluso nel 2018. A giugno di quell'anno è stato dismesso il settore del trasporto passeggeri, così Poste Air Cargo si è trovata pronta a cogliere le opportunità offerte dal forte incremento del volume dei pacchi e dalla richiesta di servizi next day. Con lo sviluppo dell'e-commerce e il cambiamento delle abitudini di consumo degli italiani Poste Air Cargo è diventato un asset importante della rete logistica postale necessaria a garantire servizi omogenei di recapito su tutto



Un volo di Poste Air Cargo da Fiumicino a Tel Aviv

il territorio italiano, comprese le aree più difficilmente collegabili come le isole e il sud Italia. Il processo di riconversione ha consentito alla compagnia di svolgere un ruolo importante in termini di continuità dei servizi ulteriormente rafforzato con l'insorgenza di un evento epocale e imprevedibile quale la pandemia. Dopo quarant'anni Poste Air Cargo ha ritrovato le sue radici, è molto più simile a quell'azienda "Mistral Air" che fu costituita nel 1981 proprio per effettuare voli cargo...».

Di recente Poste Air Cargo ha ampliato il proprio raggio di azione espandendosi sul network internazionale nel Mediterraneo. Qual è il motivo di questa scelta, i primi risultati e quali sono i prossimi sviluppi previsti in questa direzione?

«Poste Air Cargo ha intrapreso un percorso di differenziazione del business introducendo, oltre al consolidato network al servizio della logistica di Poste, servizi cargo charter e di linea che il mercato ha dimostrato di apprezzare. In particolare, dopo lo "start up" del collegamento regolare da Fiumicino a Tel Aviv, a partire

da ottobre Poste Air Cargo raddoppierà i collegamenti introducendo una rotazione aggiuntiva da Malpensa a supporto dell'export italiano. I risultati incoraggianti e l'attuale situazione di mercato suggeriscono di pianificare ulteriori collegamenti dall'Italia verso il bacino del Mediterraneo e in particolare verso l'Egitto. Durante quest'anno la compagnia ha anche ampliato la propria presenza sul mercato charter effettuando numerose connessioni ad hoc a supporto di diversi segmenti merceologici entrando tra l'altro nel trasporto di valori, animali vivi (cavalli da corsa), componenti automotive (incluso il motor sport)».

Qual è l'apporto professionale specifico che in particolare piloti e manutentori contribuiscono a dare nella logistica?

«Piloti e manutentori aeronautici si inseriscono nel ciclo produttivo del comparto logistico del Gruppo, contribuendo attivamente alla regolarità e puntualità del servizio, garantendo gli alti standard di qualità di Poste Italiane. L'aeromobile, pilotato e mantenuto dal personale Po-

ste Air Cargo, è il mezzo che soddisfa la richiesta di rapidità nello svolgimento del servizio, requisito fondamentale per essere al passo con i tempi».

Avete avviato la certificazione per il trasporto dei farmaci: è un'operazione che si inserisce perfettamente nell'ambito della strategia sociale dell'Azienda. In che modo a suo avviso Poste Air Cargo contribuisce al sostegno e allo sviluppo del Paese, che è uno degli obiettivi più importanti del Gruppo?

«Nello scenario pandemico attuale la scelta di Poste Air Cargo è dettata, da un lato dalla volontà di offrire un ulteriore servizio di distribuzione farmaci e vaccini nel rispetto dei massimi standard di trasporto di settore, integrando così i servizi attualmente svolti dal Gruppo, in linea con quanto previsto dalle GDP di settore e, d'altro canto, di supportare il comparto farmaceutico italiano che esporta dal nostro Paese non avendo attualmente accesso a connessioni aeree dirette verso destinazioni che rientrano nel raggio di azione della nostra flotta, come per esempio Israele».

Cosa pensa ci sia nel futuro di Poste Air Cargo?

«Poste Air Cargo deve innanzitutto consolidare la sua posizione sul mercato del trasporto aereo merci a livello internazionale e diventare sempre più competitiva nei settori specialistici che per ragioni di sicurezza, velocità, puntualità e affidabilità richiedono il ricorso al più costoso trasporto per via aerea. In coerenza con la sua nuova mission, l'azienda dovrà essere pronta, con competenza, efficienza e flessibilità, a supportare lo sviluppo della logistica dei pacchi di Poste Italiane sia a livello nazionale che internazionale». ●



Poste Air Cargo garantisce il recapito "next day" su tutto il territorio nazionale

dentro l'azienda

Diversity & Inclusion, la comunicazione come strumento per valorizzare le unicità

Poste. Plurale, Universale

Una nuova sezione della intranet racconta gli impegni per una cultura aziendale volta all'integrazione e alla valorizzazione delle diversità negli ambienti di lavoro: dal genere alle vulnerabilità, dall'interculturalità allo scambio fra generazioni

di ALESSIA RAPONE



«La diversità, spostando il punto di osservazione, è quella condizione che comprende ogni persona senza fare alcuna distinzione, in un'ottica non più categoriale ma intersezionale, perché ciascuno di noi è il risultato di tante unicità».

Offre spunti tanti e diversi, del resto non poteva essere altrimenti, il libro di Fabrizio Acanfora *In altre parole. Dizionario minimo di diversità*, pubblicato nel marzo 2021 dalla casa editrice Effequ di Firenze: dalla A di "abilismo" alla S di "stereotipo", l'abecedario delle diversità ci offre il pretesto per guardare nel nostro mondo, alla nostra storia, al linguaggio che usiamo per definire la realtà. Nasce con l'intento di riconoscere e valorizzare le differenze di ogni persona, la Diversity and Inclusion in Poste Italiane, uno degli otto "pilastri" del Piano Strategico che ne sostiene la crescita anche attraverso l'inclusione lavorativa, tratto caratteristico della storia anzi del DNA dell'Azienda. Lo racconta il video di lancio della recente sezione intranet "Diversity & Inclusion" in PosteAzienda>Sostenibilità: notizie, documenti e materiale multimediale utili per "stare sul pezzo", ossia seguire e impegnarsi a favore di una cultura aziendale volta all'integrazione e alla valorizzazione delle diversità negli ambienti di lavoro, come già affermato nella "Policy Diversity and Inclusion" approvata dal Consiglio di Amministrazione di Poste Italiane il 20 febbraio 2020, attraverso la progettazione, lo sviluppo e la



promozione di iniziative concrete per gli ambiti di "genere", "generazioni", "interculturalità", "vulnerabilità". E allora sono i soggiorni estivi per ragazzi e ragazze con disabilità, i seminari sul linguaggio inclusivo e nuove pratiche di ascolto come il laboratorio "Fishbowl Generation" per

dare voce alle diverse generazioni, la leadership che travalica il genere, le iniziative per la genitorialità attiva come Lifeed, già Maam, gli incontri interaziendali sul welfare sociale e la responsabilità sociale d'impresa, l'interculturalità come valore trasversale, la prevenzione delle molestie nei luoghi di lavoro, la formazione per gestire consapevolmente bias e pregiudizi. È l'attenzione a ogni tipo di vulnerabilità, dalle malattie evidenti alle situazioni invisibili, come la sordità: prima ancora di essere riconosciuta con una legge del maggio 2021, la Lingua Italiana dei Segni veniva usata negli uffici postali inclusivi per le persone sorde, oggi sette in Italia. In questo ambito è appena partito il progetto "Noi Siamo Qui", che prevede percorsi di business coaching per il reinserimento inclusivo. E allora vien da sé che il claim del video "Poste, plurale. Universale" diventi agevolmente quello che può

4 WEEKS 4 INCLUSION

Quattro settimane di cultura inclusiva

Poste Italiane partecipa alla seconda edizione di "4 Weeks 4 Inclusion", l'iniziativa interaziendale partita il 22 ottobre e guidata da TIM che quest'anno vede coinvolte oltre 200 aziende che in quattro settimane di seminari, laboratori e giornate tematiche raccontano se stesse e la propria cultura inclusiva. Due gli appuntamenti con Poste Italiane nel fitto calendario dell'edizione 2021: il seminario "Dall'acquario al mare: scambio fra le generazioni in azienda" del 25 ottobre e la partecipazione del 17 novembre alla giornata tematica "Aziende che includono", per raccontare il progetto che coinvolge persone con autismo nei contesti lavorativi. Video degli eventi disponibili sull'intranet NoidiPoste.

identificare tutti i progetti di Diversity and Inclusion che l'azienda mette a piano così come tutte le persone coinvolte, a cominciare dai colleghi e dalle colleghe che nel video hanno fatto la loro parte e da noi che li raccontiamo e che ascoltiamo la community NoidiPoste. Proprio il coinvolgimento e proprio le persone sono i pilastri su cui poggia la D&I, che non è mai un punto di arrivo ma un percorso di sensibilizzazione sulle situazioni e di consapevolezza sul valore delle differenze per l'azienda tutta.

NOIDIPOSTE

Le nuove funzionalità dell'app NoidiPoste: Poste Mondo Welfare e Presenze/Assenze

Le nuove funzionalità accolgono le esigenze emerse dai sondaggi pubblicati nell'ambito del percorso "La tua opinione conta"

La nostra app si conferma come uno strumento sempre più utile per soddisfare le esigenze di tutti, velocizzare i processi e rendere più efficiente e digitale il nostro lavoro e la vita di ogni giorno. La nuova funzionalità Poste Mondo Welfare consente, per chi ha aderito a

Poste Mondo Welfare nell'anno in corso, di visualizzare direttamente in app i dati relativi al proprio portafoglio welfare e accoglie le esigenze emerse dal sondaggio, inserito nell'ambito del percorso "La tua opinione conta". Il 90% dei colleghi che ha partecipato alla survey ha infatti espresso la preferenza per la visualizzazione del portafoglio di welfare nell'app NoidiPoste. Invece la seconda novità della nostra app è rappresentata dal fatto che il servizio "Ferie" viene modificato in "Presenze e Assenze" ampliando le funzionalità.

Le nuove funzionalità

Con la nuova funzionalità, chi ha aderito a Poste Mondo Welfare nell'anno in corso, può visualizzare direttamente in

app i dati relativi al proprio portafoglio welfare visualizzando i contenuti del programma, gli ordini, il proprio profilo e tutte le informazioni su Poste Mondo Welfare. Con "Presenze/Assenze" invece è possibile: visionare le presenze/assenze fruiti e il saldo delle rimanenti (ferie, festività soppresse, PIR, giorni di formazione, trasferte, lavoro agile, etc); inserire le assenze da app, funzionalità per i dirigenti e responsabili non dirigenti; approvare le richieste dei propri collaboratori, per tutti gli utenti responsabili, anche fuori dall'ufficio. Seguiamo i prossimi sviluppi e partecipiamo numerosi ai sondaggi per rendere sempre di più la nostra app un'amica efficiente, sempre informata e utile al nostro lavoro e alla nostra vita.



L'iniziativa ha una durata di tre mesi e coinvolge 11.500 utenti sul territorio nazionale

Cyber League, il primo campionato aziendale sulla cyber security

I partecipanti, suddivisi in 58 squadre rappresentative di tutte le funzioni aziendali, si sfidano a colpi di quiz settimanali sui temi della sicurezza informatica, al fine di guadagnare trofei per la propria squadra e tentare di scalare la classifica fino al podio

Nel mondo digitale, ormai parte integrante ed essenziale per il lavoro e la vita sociale e affettiva, risulta essere sempre più necessario imparare a padroneggiare gli strumenti informatici con consapevolezza e sicurezza. In questo scenario si colloca Cyber League: il primo Campionato di Cyber Security promosso dal CERT e Corporate University. L'iniziativa avrà una durata di circa tre mesi e coinvolgerà circa 11.500 utenti su tutto il territorio nazionale. Sfruttando le più moderne tecniche di apprendimento tramite divertimento, viene proposta un'esperienza formativa stimolante e coinvolgente finalizzata a sensibilizzare il personale del Gruppo Poste Italiane in materia di cyber security mirando ad aumentare lo spirito di gruppo di tutti coloro che appartengono all'azienda.

L'importanza del team building

La competizione, infatti, non è solo individuale ma anche e soprattutto a squadre. I riconoscimenti individuali si trasformano in punti per la squadra di appartenenza, diventando anche un utile esercizio di "team building". I partecipanti, suddivisi in 58 squadre rappresentative di tutte le funzioni aziendali e guidati da un centinaio di capitani, si sfidano a suon di quiz settimanali sui principali temi della cybersecurity, al fine di guadagnare coppe e medaglie per la propria squadra e tentare



di scalare la classifica, fino a raggiungere il podio. L'approccio è interattivo e prevede l'alternanza di brevi contenuti formativi con test attraverso i quali acquisire punti e bonus per la propria squadra.

Pieno coinvolgimento

Partito il 13 settembre, il campionato è in pieno svolgimento e sta vedendo un assiduo e attivo coinvolgimento di partecipanti e capitani elevando le competenze nel Gruppo. Sono stati creati degli ambienti di collaboration per facilitare le comunicazioni all'interno delle squadre e, attraverso un cruscotto dedicato, ogni

partecipante può verificare in tempo reale punti coppe e medaglie acquisiti, la posizione in classifica all'interno del proprio team così come la posizione individuale e di team nella classifica generale.

Le prossime edizioni

Non siete tra i partecipanti? Non temete, sarete inseriti nelle prossime edizioni che presenteranno anche livelli di complessità sempre più elevati nel tempo. Potete, inoltre, visualizzare la Top20 aggiornata quotidianamente all'interno della sezione Cybersecurity della Intranet al link <https://noidiposte.poste.it/cybersecurity/>

[cyber-league/](https://noidiposte.poste.it/cybersecurity/cyber-league/) (dall'esterno) o <https://noidiposte.poste.it/cybersecurity/cyber-league/> (dalla rete aziendale). Il Campionato rientra in una più vasta gamma di iniziative di sensibilizzazione messe in campo dal CERT realizzate in maniera continuativa per promuovere una cultura della cyber security tra il personale del gruppo, i clienti e i cittadini. Solo una corretta educazione su tali temi potrà fornire le conoscenze e gli strumenti utili a comprendere come utilizzare al meglio il digitale nella quotidianità della vita lavorativa e personale e prevenire ed affrontare al meglio le problematiche di sicurezza.

LA STORIA DI PAOLA

Assistente Digitale Poste e proattività: questione di telepatia

La testimonianza: «Mi sono trovata veramente molto bene e pensavo di non risolvere il problema senza parlare con un operatore»

Paola non è riuscita ad acquistare on line, con la sua Postepay, il biglietto del treno che la avrebbe condotta dalla sua famiglia in un caldo weekend di giugno. Chiamando il Servizio Clienti di Poste Italiane, le viene chiesto se gradisce essere gestita in modo proattivo: Paola, un minimo scettica, accetta. Di lì, il suo stupore: l'Assistente Digitale, consapevole del problema dei Paola grazie a una pronta e veloce elaborazione della sua storia e del suo rapporto con i prodotti di Poste, la informa che ha esaurito il credito della sua carta e le spiega come ricaricarla in pochi minuti, prima di ritentare la transazione. Paola non aveva neanche espresso il suo bisogno. Ma adesso sapeva come acquistare il suo biglietto. Ecco: c'è un prima e un dopo. Il prima è l'aspettativa, quello che il Cliente sa di doversi attendere quando chiama un'Assistenza Clienti: un'attesa, una scelta, la formulazione della sua esigenza e l'accompagnamento a una soluzione. E

poi c'è un dopo, cioè un "Ah, però!": una soluzione che arriva prima che il Cliente possa aver parlato.

Che sia telepatia?

No: è proattività. Una proattività costruita, pezzo dopo pezzo, valorizzando i dati, quanto è noto della relazione cliente-azienda, modelli di gestione e mezzi tecnologici a disposizione. All'interno di un programma di trasformazione in continua progressione, che vede protagonista un modello di assistenza misto "human-artificial intelligence", di cui parte integrante è l'Assistente Digitale Poste, a due anni dalla sua nascita si evolve ancora il modo di fare assistenza. Il roBOT ora riesce a cogliere anticipatamente alcune esigenze del cliente e a proporre spiegazioni e soluzioni prima ancora della sua richiesta. Grazie all'Intelligenza Artificiale, è possibile cominciare ad intercettare tempestivamente i bisogni e

i comportamenti del cliente e proporre un'assistenza personalizzata, una gestione one to one strettamente legata alle sue esigenze. Contattando, dal numero telefonico certificato, il voicebot al numero verde 800.00.33.22 oppure utilizzando il chatbot, dopo aver effettuato l'accesso all'area riservata, sui siti internet poste.it e postepay.it, e rilasciando l'autorizzazione ad essere gestiti in modo proattivo, è possibile ricevere un'assistenza propositiva e personalizzata sulle carte di debito e prepagate Postepay. Vengono intercettate più di 10 casistiche di errore tra quelle a maggior frequenza e proposte proattivamente, quasi fosse una sorta di telepatia, delle soluzioni di assistenza ai clienti che non riescono ad utilizzare la propria carta di debito o prepagata. Dal credito insufficiente alla carta scaduta o non attiva, passando per il limite di transazioni superato, carta in scadenza, o ancora per avere conferma

che la carta sia stata correttamente bloccata (per una richiesta precedente) o per reperire nuovamente il codice di blocco, grazie a questo potere di "veggenza" il cliente viene a conoscenza dei problemi presenti sulla propria carta e a risolverli in pochi minuti... senza neanche dover perder tempo a qualificarli! Nell'ottica di offrire un servizio sempre più veloce ed efficace, a breve questo nuovo modo di fare assistenza proattiva verrà reso disponibile anche sull'App Postepay con casistiche di assistenza tipiche di questo canale, come ad esempio il recupero delle credenziali di accesso e problemi sulla ricarica Postepay. Il servizio è disponibile 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, attivo a regime da qualche mese, ha già intercettato proattivamente più di 120 mila casistiche gestendone in totale autonomia quasi 90 mila, ottenendo una votazione di oltre 9 su 10 da parte di coloro che lo hanno utilizzato su canale voce.

postenews in cucina

con **sale&pepe**

La seconda puntata del nostro Contest

Tutti ai fornelli

Amate cucinare? Provate a combinare i tre ingredienti suggeriti in questa pagina (aggiungendone altri, se volete) e mettetevi alla prova. Preparate un piatto di vostra invenzione e inviateci la ricetta: parteciperete al contest che Postenews propone assieme alla rivista di cucina Sale&Pepe.

Una competizione golosa dedicata esclusivamente ai colleghi di Poste Italiane: la creazione più interessante sarà pubblicata sul numero di gennaio

Uova

Non possono mai mancare in cucina: tuorli e albumi, utilizzati insieme o separatamente, si possono interpretare in mille modi diversi.

Zucca

La polpa dolce la rende protagonista di risotti, zuppe e ripieni. Ma può essere anche l'ingrediente a sorpresa di torte e deliziosi biscotti.

Amaretti

Dall'incontro tra albumi, zucchero e mandorle nascono questi biscotti perfetti da sbriciolare per regalare un tocco croccante e una nota amarognola a ricette dolci e salate.

Come partecipare

È semplicissimo: innanzitutto bisogna leggere gli ingredienti proposti ogni mese per la ricetta sulle pagine di Postenews. Quindi, spazio alla vostra fantasia da chef: si prepara la ricetta (utilizzando tutti e tre gli ingredienti e, a piacere, aggiungendone altri) e si invia entro il 21 novembre all'indirizzo redazionepostenews@posteitaliane.it

Il testo della ricetta va spedito in formato word (o nel testo della mail), insieme alla foto dell'autore con il piatto cucinato e alla foto del solo piatto cucinato. Chi volesse può allegare un breve video - anche realizzato con il cellulare - per illustrare al meglio la preparazione. Successivamente all'invio, verrà inviata una liberatoria sui diritti di utilizzo immagine da parte della redazione, che andrà firmata digitalmente, o firmata a mano e poi scansionata o fotografata, e re-inviata alla redazione. Quindi, indosso i camici, in alto i cucchiari e largo agli chef! Vinca il migliore (o il più gustoso)!

In collaborazione con **sale&pepe**

Un fantastico regalo per i lettori di Postenews: tre mesi di abbonamento a Sale&Pepe e Starbene

Cucina, benessere e... Postenews. Questo mese il nostro magazine ha pensato a un regalo unico per tutti i lettori: tre mesi di abbonamento omaggio alle edizioni digitali di Sale&Pepe e Starbene, i periodici editi da Stile Italia Edizioni. Un'opportunità unica e semplicissima da attivare: collegati al link www.abbonamenti.it/postenews e vai alla pagina di attivazione. Segui le istruzioni riportate nello schema riassuntivo qui sotto e attiva il tuo abbo-

namento gratuito per tre mesi. L'abbonamento si può attivare entro il 31/01/2022 e alla scadenza non sono previsti rinnovi automatici.

Una volta attivato l'abbonamento dedicati alla lettura dei due magazine digitali, che puoi consultare da pc, tablet o da smartphone. Ricorda che ogni abbonamento è personale e non cedibile.

Sale&Pepe

Il mensile di cucina, elegante e di immagine, che porta il piacere in tavola grazie alla presentazione di proposte gastronomiche esclusive e raffinate. Ricette consigli e molto altro: Sale&Pepe si distingue per la ricchezza dei contenuti e la modernità delle immagini, per la grande autorevolezza degli esperti, per l'attenzione alla cultura del cibo, del territorio, all'italian lifestyle, e all'arte del ricevere. Un meraviglioso viaggio nel gusto alla continua ricerca dei veri piaceri della cucina per tutti i lettori di Postenews.

Starbene

Il massimo del benessere per le Persone di Poste Italiane: il magazine Starbene è come avere un "personal coach di wellness" sempre a portata di mano, grazie ai migliori e più affidabili consigli su alimentazione, salute e fitness e con i nuovi dossier di approfondimento e focus su attualità, bellezza e psicologia.

Come si fa

Attiva l'abbonamento trimestrale digitale omaggio a Starbene e Sale&Pepe in poche semplici mosse:

- 1 Vai al link www.abbonamenti.it/postenews tramite il tuo browser
- 2 Effettua il LOGIN se possiedi già un account sul sito www.abbonamenti.it o effettua una NUOVA REGISTRAZIONE
- 3 Inserisci il CODICE DI CONTROLLO come richiesto dal form
- 4 Clicca su CONTINUA e segui le indicazioni

- 5 Al termine della procedura riceverai un'email di conferma: clicca sul link contenuto nella comunicazione per attivare il tuo abbonamento. Da questo momento potrai leggere le tue riviste da pc, smartphone o tablet.

Termini e condizioni

- Ciascun abbonamento è personale e non cedibile
- Puoi attivare l'abbonamento entro il 31/01/2022
- Alla scadenza dell'abbonamento non sono previsti rinnovi automatici

incontri e confronti

I ricordi di Dori Ghezzi, compagna di Fabrizio De André e oggi custode della sua memoria

«Fabrizio vive nelle lettere e nei sogni delle persone»

Le carte, i biglietti, gli appunti e i libri sottolineati dal cantautore genovese sono stati donati a un Fondo dell'Università di Siena «A 20 anni dalla sua morte anche i più giovani continuano a scrivermi per raccontare quello che Fabrizio rappresenta per loro»

di ANGELO FERRACUTI



Quando la chiamo al cellulare, Dori Ghezzi risponde subito loquace, colloquiale, dandomi del tu, «scrivo pochissimo, preferisco chiacchierare» ammette, «sono molto sintetica, risolvo in poche parole», non ama le lungaggini, gli incisi, «tutte le inutili digressioni» sostiene, «e non sono sui social». Anche con Fabrizio De André era così, «non mi ha mai scritto delle lettere, diceva che le cose non vanno troppo raccontate, le devi sentire». Lei, la «donna in fiamme» di Hotel Supramonte, l'unica canzone che il grande cantautore genovese per sua ammissione le ha dedicato, combattiva per tutti i 117 giorni della prigionia, dopo il sequestro avvenuto nel 1979 nel vecchio stazzo dell'Agnata in Gallura, quella che i rapitori chiamavano con rispetto «la signora». Un altro verso di quella canzone struggente parlava di «una lettera vera di notte e falsa di giorno». La ricorda adesso, col suo «ordine discreto dentro il cuore», un tratto profondo del suo carattere, «eravamo costretti a scrivere sotto dettatura delle lettere che non dividevamo, erano false, contro la nostra volontà, lettere sgradevoli», così le definisce, «con la nostra scrittura per far capire che eravamo noi, che eravamo vivi» racconta di quei momenti drammatici.

Una storia da custodire

Un'altra lettera in pubblico Fabrizio l'ha scritta per la sua città, si intitola «Madre generosa», lei l'ha letta in occasione delle commemorazioni delle 43 vittime del ponte Morandi, «è molto bella toccante, lo ritrovavo molto in quelle parole, perché lui è stato sempre molto sincero, in buona fede, non ha mai fatto una cosa scontata, avendo la certezza di essere capito dal suo pubblico». «Era la solita madre generosa nella spettacolarità dei paesaggi obliqui e cangianti, mamma affettuosa nell'elargizione di un clima da Shangri-La, genitrice estremamente severa nei confronti di chi si fosse lasciato cogliere addormentato al ritmo del suo respiro mediterraneo, sempre tiepido. Quella era Genova da cui mi dividevo per incidente d'amore e finimmo per disparentarci» scriveva il più grande talento della canzone d'autore italiana nel 1979. «Sì, diceva che ti ritrovi a dover scappare da Genova per poi rimpiangerla, ma lui non l'ha mai abbandonata, avevamo trovato una piccola casa al porto prima che Fabrizio si ammalasse, voleva tornarci, una casa con un posto barca, naturalmente», racconta Dori. Adesso tutte le carte, i biglietti, sono in un Fondo custodito all'Università di Siena, «ci sono i libri che ha letto, sottolineandoli, le lettere di lavoro, qualche biglietto di Stefano Benni,

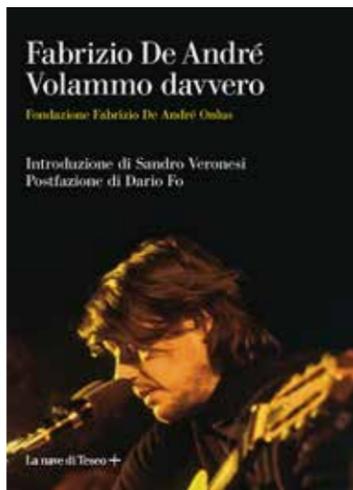


Dori Ghezzi, compagna di vita di Fabrizio De André

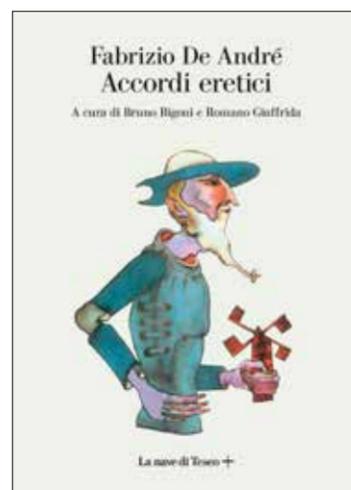
anche una breve corrispondenza con Raffaele Cutolo, lui aveva scritto di riconoscersi in Don Raffaé», il camorrista gli aveva inviato anche un suo libro di poesie, «alla lettera Cutolo aveva allegato un libro di sue poesie. Almeno un paio davvero pregevoli. Gli ho risposto per ringraziarlo. Recentemente mi ha scritto ancora. Però stavolta non gli ho risposto. Un carteggio con Cutolo non mi sembra il massimo», aveva raccontato De

André di quel breve scambio di messaggi. E poi arrivò la lettera di uno dei più grandi poeti italiani del '900, l'ermetico Mario Luzi, il quale gli scriveva: «Caro De André sono invecchiato nella quasi totale ignoranza del suo talento e me ne scuso... Lei è davvero uno chansonnier, vale a dire un artista della chanson. La sua poesia, poiché la sua poesia c'è, si manifesta nei modi del canto e non in altro; la sua musica, poiché la sua

musica c'è, si accende e si espande nei ritmi della sua canzone e non altrimenti». Adesso ne continuano ad arrivare anche ad oltre vent'anni dalla morte, «ci sono giovani che scrivono lettere di quattro, cinque pagine, si identificano» racconta ancora Dori Ghezzi, persino stupita, «dicono cosa ha rappresentato Fabrizio per loro, quali sono le cose che sono entrate nelle loro vite, alcuni scrivono persino che lo hanno sognato».



Fabrizio De André Volammo davvero (2021)
Un dialogo a tutto campo su letteratura, musica, impegno e sui tanti temi civili percorsi da un cantautore che voleva «essere socialmente utile»



Fabrizio De André Accordi eretici (2021)
È la prima monografia dedicata a De André a esplorare le componenti culturali, poetiche e musicali che hanno segnato il suo universo artistico

OGGI PUOI INVESTIRE IN ARMONIA CON L'AMBIENTE.

BancoPostaFocusAmbiente2027

Il Fondo bilanciato obbligazionario focalizzato sui temi della sostenibilità ambientale.

Posteitaliane

BancoPostaFondi SGR



Crescere sostenibili. | Per un 2030 a zero emissioni |

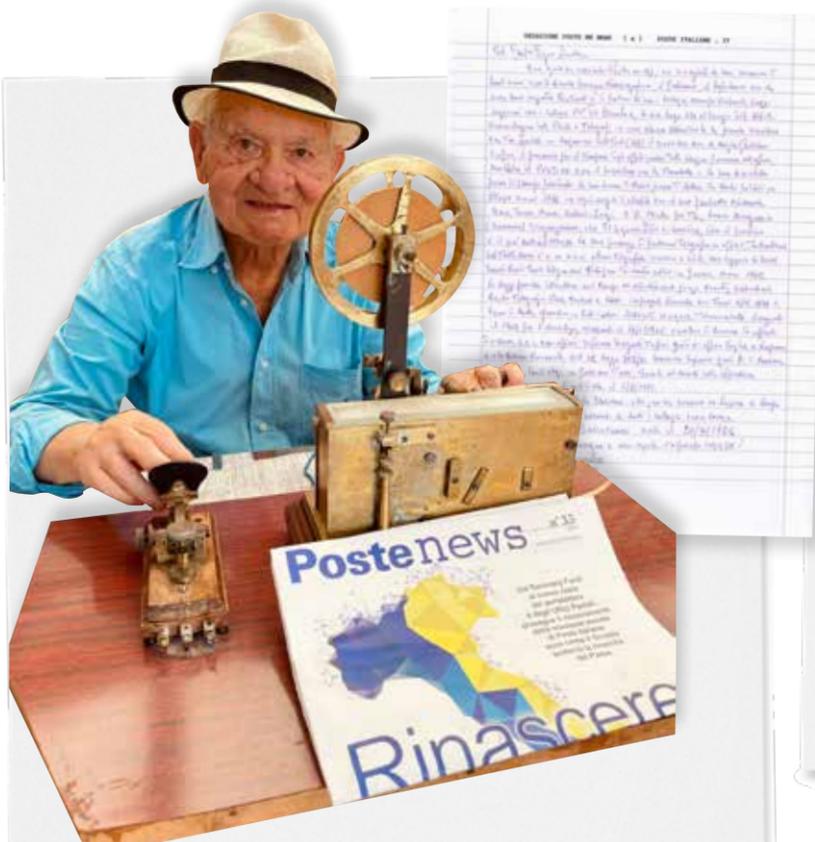
Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. I.P. 09/21. Edizione settembre 2021 BPF0921FA. "BancoPosta Focus Ambiente 2027" è un fondo comune di investimento mobiliare aperto di diritto italiano di BancoPosta Fondi S.p.A. SGR, che ne ha delegato la gestione ad Anima SGR S.p.A. ai sensi dell'art. 33 del D.Lgs. 24 febbraio 1998, n. 58, distribuito da Poste Italiane S.p.A. - Patrimonio BancoPosta. I rendimenti passati non sono indicativi di quelli futuri. Il presente materiale informativo non costituisce offerta o sollecitazione all'acquisto, né implica alcuna attività di consulenza o raccomandazione di investimento. Non viene fornita alcuna garanzia di rendimento minimo né di restituzione del capitale investito. I rendimenti saranno rappresentati al lordo in quanto la tassazione è a carico dell'investitore. Il trattamento fiscale dipende dalla situazione individuale di ciascun cliente e può essere soggetto a modifiche in futuro. Si raccomanda altresì la lettura della Relazione annuale della gestione e della Relazione semestrale del fondo, che saranno disponibili su bancopostafondi.it, per un maggiore dettaglio informativo in merito alla politica di investimento concretamente posta in essere. Per una rappresentazione completa dei rischi connessi alla partecipazione al Fondo (ad esempio, i rischi di variazione dei prezzi dei titoli, di liquidità, di credito e di controparte, etc.), delle caratteristiche del Fondo, della politica di investimento e dei costi si raccomanda, prima dell'adesione al Fondo, di leggere il Regolamento, il KIID e il Prospetto, disponibili presso il Collocatore, Poste Italiane S.p.A. - Patrimonio BancoPosta, sul sito poste.it, presso l'emittente BancoPosta Fondi SGR e sul sito bancopostafondi.it.

ricordi di poste

Gli ex dipendenti di Poste Italiane raccontano con orgoglio il loro passato in azienda

Dal tasto Morse a Postenews Giovanni è la nostra storia

La testimonianza del nostro lettore 95enne contiene i commoventi ricordi del padre postino in bicicletta e dei telegrammi inviati dai soldati durante la Seconda Guerra Mondiale. Da Emanuele e Mario, altre immagini di una avventura che ci tiene uniti



Al gentilissimo signor direttore,

con gioia ho ricevuto Postenews: ha risvegliato la mia memoria di tanti anni. Ricordo la bella rassegna postelegrafonica e il Dopolavoro con le sue tante iniziative lodevoli e di fraternità con i colleghi: scambi culturali, viaggi, soggiorni con i colleghi postali del Benelux. Sono nato il 20 luglio 1926 e ho cominciato la mia lunga vita al servizio della nobile amministrazione delle Poste e dei Telegrafi in una chiesa abbandonata, nella piccola ricevitoria con due sportelli di Acquaviva delle Fonti (Ba). Il ricevitore con la moglie gestivano l'ufficio e il trasporto degli effetti postali dalla stazione ferroviaria all'ufficio. Mio padre era il postino, con il berrettino, la trombetta e la sua bicicletta, trasportava le sue borse di cuoio piene di lettere dei nostri soldati in Etiopia, anno 1936. Da ogni angolo chiamava le persone con il suo fischiello: c'è posta per te. Tutti lo ringraziavano, fare il postino è il mestiere più bello del mondo. Già a dieci anni in ufficio tamburellavo sul tasto morse; ricordo tanti telegrammi dei nostri soldati in guerra, anno 1940, e poi l'assunzione alle poste centrali di Bari. Ringrazio Poste Italiane che mi ha concesso un lavoro a tempo indeterminato e auguro una vita serena a tutti i colleghi.

Giovanni Balestracci



Vi invio le foto fatte nell'ufficio postale il 25 aprile 1972 giorno dell'inaugurazione della 50° Fiera campionaria di Milano. Avevo 1 anno, 7 mesi e 4 giorni di servizio. Il Presidente del Consiglio Giulio Andreotti prima di inaugurare la fiera entrò nell'ufficio postale che era la copia identica a quella della 1° fiera. Anche se erano presenti le telecamere della Rai nessuno si aspettava tale visita. Il Presidente ci ha salutati augurandoci buon lavoro. Saluti a tutti i colleghi Pensionati e lavoratori in servizio.

Emanuele Vilei

Mi chiamo Mario Ceruzzi, nato a Cervino (CE), il 19/7/1953 e residente ad Agrate Brianza (MB). Sono stato alle dipendenze di Poste Italiane s.p.a. per ben 39 anni e vorrei, qui di seguito, raccontare la mia storia personale. Ho iniziato a lavorare per Poste Italiane nel 1971 con un contratto a termine di tre mesi, come addetto allo smistamento presso la Posta Centrale di Varese. Al termine del contratto Poste Italiane mi ha proposto se volevo continuare a lavorare e io ho accettato di buon grado e quindi sono stato iscritto all'Albo dei sostituti dei portalettere. In data 29/1/1972 sono stato designato all'Ufficio postale di Lonate Pozzolo in qualità di sostituto dei portalettere assenti. Dopo circa un anno sono stato trasferito all'Ufficio postale di Sesto Calende in qualità di portallettere e lì ci sono rimasto sino al 30/11/2010, data del mio prepensionamento. Ho, pertanto, lavorato per ben 39 anni, trascorsi con tantissime soddisfazioni personali. Il mio lavoro è stato il più bel lavoro del mondo, nonostante freddo, caldo, pioggia e neve. Se avessi un'altra vita lo rifarei ben volentieri. Quello che più mi piaceva del mio lavoro era il rapporto che avevo con le persone alle quali portavo la posta tutti i giorni. C'era sempre un sorriso, una parola da scambiare con allegria e francamente mi sono sentito veramente amato e apprezzato dalla gente. Alla luce della mia esperienza, sono fiero di aver potuto far parte della "grande famiglia" di Poste Italiane S.p.a.



Mario Ceruzzi

Mandateci fotografie e testimonianze per condividere le vostre esperienze

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



POSTE ITALIANE È SEMPRE AL TUO FIANCO. ANCHE PER I FINANZIAMENTI.

Abbiamo il finanziamento giusto per realizzare i tuoi progetti:
Prestiti BancoPosta, Quinto BancoPosta, Mutui BancoPosta. Prendi appuntamento sull'App BP
o su poste.it e vieni in Ufficio Postale per scoprire la soluzione più adatta alle tue esigenze.
Scegli Poste Italiane. **Tutto quello di cui hai bisogno.**



Posteitaliane

SPEDIZIONI E
LOGISTICA

CONTI E
PAGAMENTI

PREVIDENZA E
ASSICURAZIONI

MUTUI E
PRESTITI

INTERNET E
TELEFONIA

RISPARMIO E
INVESTIMENTI

SERVIZI
DIGITALI

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. I Prestiti BancoPosta sono erogati da Compass Banca SpA, Deutsche Bank SpA, Findomestic Banca SpA e Santander Consumer Bank SpA. Quinto BancoPosta è erogato da UniCredit SpA (negli Uffici Postali abilitati) e da Financit SpA, previo rilascio dell'autorizzazione da parte dell'Ente Datoriale o Ente Pensionistico, rispettivamente per i dipendenti o pensionati e per legge, della garanzia di un'assicurazione sulla vita e perdita di impiego per i dipendenti e sulla vita per i pensionati, con costi a carico dei Finanziatori. Mutuo BancoPosta è erogato da Deutsche Bank SpA o da Intesa Sanpaolo SpA, a seconda della tipologia di prodotto, negli Uffici Postali abilitati. I Prestiti, Quinto e Mutuo BancoPosta sono erogati dai suddetti Finanziatori e collocati da Poste Italiane SpA Patrimonio BancoPosta in virtù di accordi distributivi sottoscritti tra le parti senza vincolo di esclusiva e senza costi aggiuntivi per il cliente. La concessione dei predetti finanziamenti è soggetta a valutazione e approvazione degli Enti Finanziatori. Per le condizioni contrattuali dei Prestiti e di Quinto BancoPosta consulta le "Informazioni Europee di Base sul Credito ai Consumatori" presso gli UP. Per conoscere le condizioni contrattuali del Mutuo BancoPosta consulta «Informazioni generali sul credito immobiliare offerto a consumatori» dello specifico prodotto disponibile su poste.it e presso gli UP. Per info su reclami o recesso vai su poste.it o consulta la documentazione contrattuale presso l'UP. Per info contatta il n. gratuito 800.003322 dal lunedì al sabato dalle 8:00 alle 20:00 o vai su poste.it.