



**Guida all'Opas Poste-TIM:
nascerà una platform company
unica nel panorama internazionale**



Poste news

il giornale del Gruppo Poste Italiane



Segui
il viaggio
di Postenews



I GRANDI PATRIMONI sono negli uffici POLIS

Nei comuni fino a 10mila abitanti ci sono 23mila clienti che valgono 16 miliardi: viaggio nella consulenza Premium di Poste, che ha il compito di gestire i portafogli più importanti

EBIT Adjusted a 1,8 miliardi e utile netto a 1,2 miliardi: un livello senza precedenti

RISULTATI RECORD

Cinque trimestri da primato consecutivi i ricavi del semestre volano a 6,8 miliardi

Nel semestre Poste consolida la propria evoluzione verso una piattaforma integrata di servizi, con l'obiettivo di rafforzare la relazione con i clienti e aumentare la capacità di generare valore. L'operazione TIM, il nuovo Polo Finanziario, il Progetto Polis e gli investimenti su persone e innovazione delineano e confermano la traiettoria intrapresa dal Gruppo

PANORAMICA DEI RISULTATI DEL SECONDO TRIMESTRE E DEL PRIMO SEMESTRE DEL 2026 RICAVI E REDDITIVITÀ RECORD NEL PRIMO SEMESTRE

in milioni di euro,
salvo diversa indicazione

DATI PRINCIPALI	Q2-25	Q2-26	Δ%	H1-25	H1-26	Δ%
RICAVI¹	3,260	3,387	+4%	6,458	6,841	+6%
EBIT RETTIFICATO	864	868	-	1,660	1,772	+7%
UTILE NETTO (esclusa la partecipazione in TIM)	572	594²	+4%	1,170³	1,211²	+4%

1. I ricavi sono riesposti al netto degli oneri legati ai prezzi delle materie prime e degli oneri di pass-through del settore energetico; 2. Utile netto esclusa la partecipazione in TIM; Esclusi gli oneri sistemici da contabilizzare nel quarto trimestre del 2026 e inclusa la ripresa di valore degli oneri sistemici del primo trimestre del 2026; 3. Include 27 milioni di euro di plusvalenza da valutazione a valore di mercato sulle azioni Nexi e TIM al momento della (de)iscrizione e 17 milioni di euro relativi ad Anima

Cinque semestri consecutivi di risultati record con ricavi in crescita del 6% a € 6,8 miliardi, un risultato operativo (EBIT) Adjusted in aumento del 7%, a un livello senza precedenti di € 1,8 miliardi, e un utile netto che ha raggiunto il nuovo massimo storico di € 1,2 miliardi. E ancora, una solida raccolta netta nei prodotti di investimento pari a € 2,7 miliardi, il miglioramento delle dinamiche commerciali del Risparmio Postale e la stabilità dei depositi retail hanno portato il totale delle Attività Finanziarie Investite (AFI) all'eccezionale livello di € 613 miliardi. Nel pieno dell'operazione TIM, i risultati del primo trimestre 2026 e del secondo trimestre 2026 confermano la solidità e la resilienza del modello di business della piattaforma di Poste Italiane. Nell'annunciare il prossimo piano industriale nel primo trimestre 2027, a seguito dell'operazione TIM, l'AD di Poste Matteo Del Fante ha anche dichiarato di aver concordato «con CDP un term sheet relativo all'Accordo per la distribuzione del Risparmio Postale per il periodo 2027-2030, assicurando una

maggiore visibilità sugli economics futuri» e, dato importante, uno storico accordo con i sindacati: «Stiamo ridisegnando la nostra rete fisica – ha detto Del Fante – attraverso un modello di distribuzione a zone, rendendola più flessibile, più efficiente e ancora meglio attrezzata per servire ogni giorno milioni di clienti. Si tratta di un'iniziativa maturata nel corso di anni di pianificazione e di confronto costruttivo con le organizzazioni sindacali, che riflette la portata e la complessità della trasformazione e che ha portato alla firma di uno storico accordo».

Il nuovo polo finanziario
L'atteso Polo Finanziario viene invece

Dal conto ai pagamenti: così con il Polo Finanziario si rafforza l'offerta integrata

ideato per semplificare la struttura del Gruppo, rafforzando l'approccio incentrato sul cliente e ottimizzando l'allocation del capitale. Poste Italiane andrà ulteriormente avanti con il concetto di società piattaforma: «Un cliente di Po-

ste – ha spiegato il CFO di Poste Camillo Greco, intervistato dal TG Poste – ha accesso a prodotti assicurativi, finanziari, BancoPosta e servizi di pagamento in maniera integrata. Questo porterà una serie di vantaggi. Innanzitutto, l'offerta integrata sarà coerente con le aspettative dei clienti. Dal punto di vista di Poste, inoltre, puntiamo a intercettare una quota significativa dei clienti che oggi utilizzano Postepay ma hanno conti correnti presso altre realtà finanziarie: aggregando i pagamenti all'interno del polo finanziario riteniamo di poter attrarre anche una parte di questi rapporti bancari che attualmente non transitano attraverso Poste».

L'ANNUNCIO

Poste al lavoro su un data center da 70 MW in Lombardia

Un data center targato Poste Italiane a testimonianza della strada intrapresa dal Gruppo, guidata da tecnologia e innovazione. È quanto ha annunciato l'Amministratore Delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, durante la conference call con gli analisti per la presentazione della relazione finanziaria del primo semestre e secondo trimestre. «Abbiamo iniziato a lavorare su un progetto di data center da ben 70 MW. Sarà situato in Lombardia: l'area dove sorgerà è stata individuata – spiega l'AD di Poste Italiane – e anche il fornitore di energia è stato individuato. Abbiamo il supporto di tutte le grandi istituzioni finanziarie italiane e di aziende che potrebbero unire le forze e creare un grande hub, dove potremo eseguire sia modelli di addestramento sia modelli di inferenza su

larga scala». Del Fante ha voluto ricordare che «sui data center l'Italia è in ritardo rispetto all'Europa centrale – ha dichiarato – Abbiamo già iniziato a supportare TIM su un progetto specifico avviato qualche mese fa: è un'iniziativa da 20 Megawatt che sarà gestita da TIM. Noi supporteremo lato CapEx, che non è eccessivo date le dimensioni. Sarà un supporto anche con real estate». Facendo un'analisi di scenario sui data center, sulla posizione nazionale e più in generale su quella globale, Del Fante ha ricordato che «il mercato dei data center è attualmente molto "liquido". I più grandi fondi di investimento privati a livello globale sono fortemente attratti da questo settore, quindi assorbiranno una porzione significativa della componente CapEx dei prossimi progetti».

**Verso una nuova fase
con integrazione
di competenze digitali
e finanziarie**

Dalla rete degli uffici postali ai servizi evoluti: cambia il modello di relazione con i cittadini

Polis continua a cambiare il Paese e la PA

Il secondo semestre di Poste Italiane può essere riassunto anche in diversi altri risultati, a partire dal Progetto Polis: a fine giugno, 5.825 uffici postali risultano trasformati in hub di servizi digitali, semplificando la vita dei cittadini, e sono stati realizzati 175 spazi di co-working. Attraverso la rete degli uffici postali sono stati erogati oltre 312 mila servizi della Pubblica Amministrazione, tra cui più di 240 mila passaporti. Proseguono poi gli interventi per migliorare l'efficienza energetica degli immobili del Gruppo e incrementare la produzione di energia rinnovabile. Grazie anche al Progetto Polis, il numero degli edifici dotati di sistemi di smart building è salito a circa 6.700 unità e risultano installati circa 1.080 impianti fotovoltaici, per una potenza complessiva installata pari a 31,7 MWp.

Le certificazioni del semestre

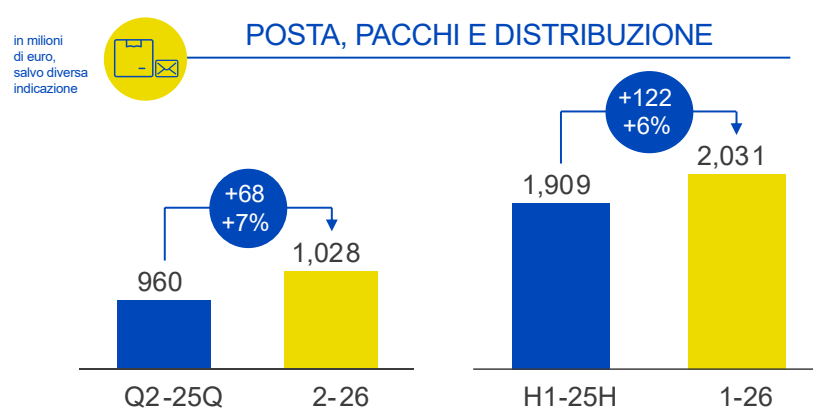
Nello scorso semestre, ricordiamo, Poste Italiane ha anche conquistato il primo posto nel settore finanziario dell'ESG Identity Corporate Index 2026, posizionandosi tra le prime tre aziende a livello nazionale, a conferma dell'integrazione dei principi ESG nella strategia, nella governance e nel modello di business. È stata anche la prima azienda italiana a ottenere la certificazione internazionale "Certified Age-Friendly Employer" (CAFE), grazie a politiche aziendali inclusive che promuovono la collaborazione tra generazioni, lo sviluppo continuo delle competenze e il benessere delle persone.

Il welfare aziendale

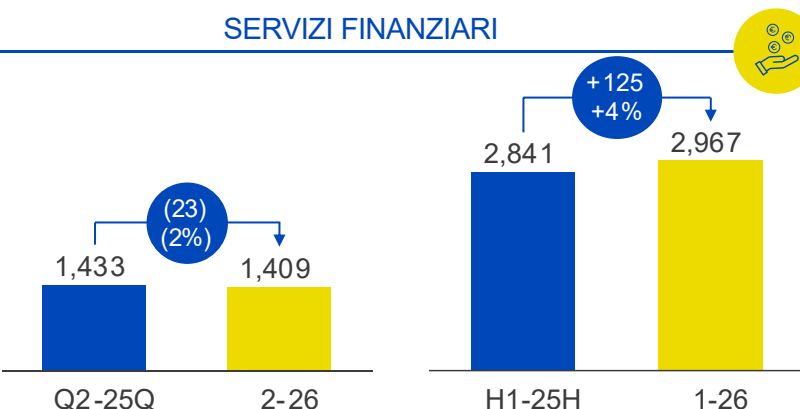
A proposito di persone, non va dimenticato che il programma di welfare aziendale ha raccolto oltre 55.500 adesioni (+11% rispetto al 2025) e si arricchisce di nuovi prodotti e servizi dedicati ai caregiver, alla crescita dei giovani, alla tutela delle fragilità e al rafforzamento del senso di appartenenza aziendale. Sono state rafforzate le iniziative a tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori con l'apertura di cinque ulteriori ambulatori di nuova generazione presso i centri logistici distribuiti sul territorio, per garantire un primo intervento tempestivo nelle situazioni di emergenza. Inoltre, Poste Italiane partecipa al progetto WorkLimate 3.0 (promosso da INAIL e CNR-IBE), confermando il proprio impegno nella prevenzione dei rischi legati alle ondate di calore attraverso l'integrazione dei dati climatici nei sistemi di allerta e nelle misure di tutela del personale operativo. Infine, Poste Italiane continua il proprio impegno nella finanza sostenibile. Dall'inizio dell'anno, Poste Vita ha lanciato quattro nuovi prodotti di investimento assicurativi, che coniugano sostenibilità e obiettivi finanziari diversificati.

Accelerano i ricavi nel settore pacchi e logistica

Nel secondo trimestre del 2026, i ricavi da terzi del settore Corrispondenza, Pacchi e Distribuzione si sono attestati a € 1 miliardo, con una crescita del 7,0% anno su anno (€ 2,0 miliardi nel primo semestre del 2026, in crescita del 6,4% anno su anno). I ricavi da corrispondenza si sono attestati a € 502 milioni, in calo del 2,7% anno su anno (€ 1,0 miliardi nel primo semestre del 2026, -2,7% anno su anno), a causa della contrazione attesa dei volumi di corrispondenza parzialmente compensata da azioni, tuttora in corso, di repricing. La quota dei pacchi consegnata dai portalettere ha raggiunto il 48%, in crescita del 5 p.p. anno su anno nel secondo trimestre del 2026.



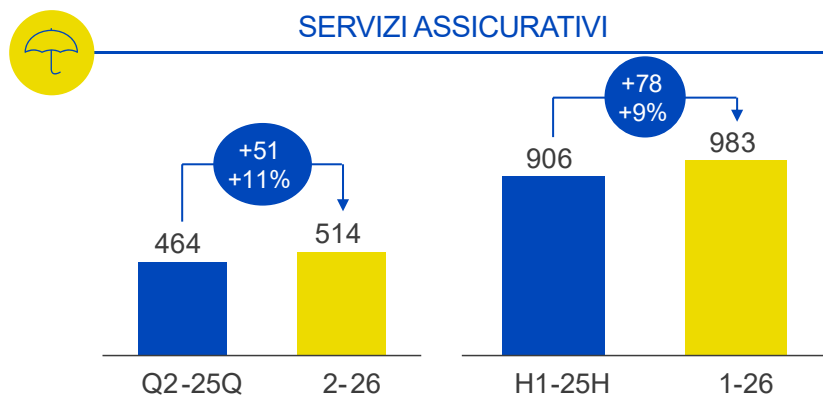
Servizi finanziari, solidità dei ricavi del portafoglio di investimenti



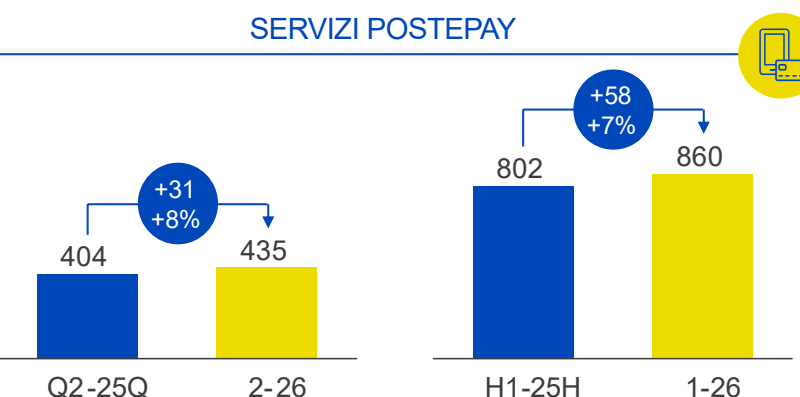
Nel secondo trimestre del 2026 i ricavi lordi (incluse le commissioni di distribuzione infrasettoriali) sono diminuiti dell'1,2% anno su anno, attestandosi a € 1,7 miliardi (€ 3,5 miliardi nel primo semestre del 2026, +3,7% anno su anno). I ricavi da terzi si sono attestati a € 1,4 miliardi, -1,6% anno su anno (€ 3 miliardi nel primo semestre del 2026, +4,4% anno su anno). Il Margine di interesse (NII) è aumentato dello 0,8% anno su anno, attestandosi a € 676 milioni nel secondo trimestre del 2026 (€ 1,3 miliardi nel primo semestre del 2026, -0,2% anno su anno), beneficiando di un contesto di tassi di interesse più favorevole. La raccolta netta nei prodotti di Risparmio Postale risulta in continuo miglioramento.

Assicurativi: cresce la redditività per investimenti, vita e protezione

Nel secondo trimestre del 2026, i ricavi da terzi del settore assicurativo sono aumentati del 10,9% anno su anno, attestandosi a € 514 milioni (€ 983 milioni nel primo semestre del 2026, +8,6% anno su anno). I ricavi del comparto Investimenti Vita e Previdenza si sono attestati a € 455 milioni nel secondo trimestre del 2026, in crescita del 10,6% anno su anno (€ 878 milioni nel primo semestre del 2026, +8,2% anno su anno), trainati da Contractual Service Margin in crescita e da un maggiore rilascio di Contractual Service Margin (€ 413 milioni nel secondo trimestre del 2026, +9,7% anno su anno, e € 781 milioni nel primo semestre del 2026, +7,3% anno su anno).



PostePay, solida performance di ricavi e risultato operativo



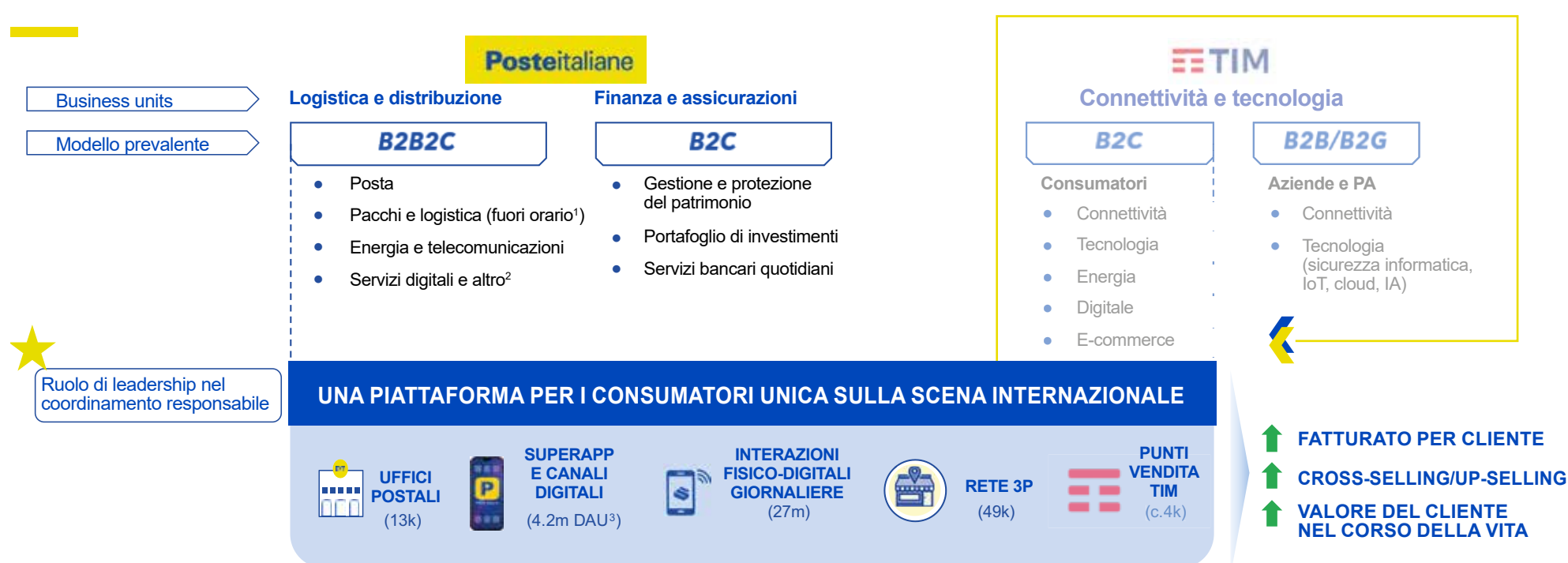
Nel secondo trimestre del 2026, i ricavi dei Servizi PostePay sono cresciuti del 7,7% anno su anno, attestandosi a € 435 milioni (€ 860 milioni nel primo semestre del 2026, +7,3% anno su anno). I ricavi dei pagamenti sono cresciuti del 6,1% anno su anno, a € 314 milioni (€ 611 milioni nel primo semestre del 2026, +5,3% anno su anno) trainati dalla crescita del transato (+8% anno su anno nel primo semestre del 2026) e dal maggior numero complessivo di transazioni dell'ecosistema (+13% anno su anno). I ricavi da servizi Telco a € 84 milioni nel secondo trimestre del 2026, in crescita dell'1,3% anno su anno (€ 165 milioni nel primo semestre del 2026, +0,6% anno su anno), supportati dall'acquisizione di nuovi clienti e da una base clienti superiore a 5 milioni.

Sul tavolo la nascita di una nuova realtà industriale unica a livello internazionale

GUIDA ALL'OPAS

«Così TIM renderà Poste Italiane una platform company senza uguali»

L'AD Del Fante ribadisce il valore industriale dell'operazione e punta alla creazione di una piattaforma integrata nei servizi digitali, cloud e AI: «L'obiettivo è creare un campione nazionale digitale che accompagni l'Azienda e l'Italia nel futuro»



L'EVOLUZIONE DELLA NOSTRA AZIENDA, DOTATA DI UNA PIATTAFORMA UNICA A LIVELLO INTERNAZIONALE GRAZIE A UN'INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA DI ECCELLENZA E ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

1. Out-Of-Home; 2. Comprende i canoni relativi alle identità digitali, EGI, Filatelìa, Poste Welfare Service, Agile Lab e Sourcesense; 3. Utenti attivi giornalieri

«TIM rappresenta il complemento ideale per rafforzare la nostra piattaforma e prevediamo di presentare il piano industriale della nuova realtà integrata nel primo trimestre del 2027». Con queste parole dell'AD di Poste Italiane, Matteo Del Fante, pronunciate in occasione della presentazione dei risultati del primo trimestre 2026 del Gruppo, l'operazione TIM entra nella fase decisiva del percorso delineato da Poste, con l'obiettivo di accelerare l'evoluzione della propria piattaforma industriale attraverso l'integrazione tra infrastrutture digitali, capacità tecnologiche e una presenza capillare sul territorio. «Il 18 luglio, il Consiglio di Amministrazione di TIM ha unanimemente ritenuto congruo, sotto il profilo finanziario, il corrispettivo della nostra offerta e ha valutato positivamente il razionale strategico e le prospettive industriali dell'operazione. Il periodo di adesione all'offerta è iniziato il 20 luglio e si concluderà l'11 settembre, con una possibile riapertura dei termini tra il 21 e il 25 settembre» ha spiegato l'AD.

Una platform company sempre più integrata

«Stiamo portando avanti questa trasformazione – ha aggiunto Del Fante – partendo da una posizione di forza. Le nostre attività continuano, infatti, a registrare performan-

«Mettendoci assieme possiamo fare di più che da soli: uno più uno fa tre»

ce positive, continuiamo ad attuare i nostri piani in modo rigoroso, mentre il mercato continua a riconoscere il valore che stiamo generando». La strategia indicata da Poste è quella di una platform company sempre più integrata, capace di mettere insieme servizi finanziari, pagamenti, telecomunicazioni e soluzioni digitali. Una trasformazione che punta sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale come leva per generare nuova crescita, aumentare il cross-selling e migliorare l'efficienza operativa del gruppo. L'ingresso di TIM rafforzerebbe ulteriormente questa evoluzione, grazie alla combinazione tra competenze tecnologiche, infrastrutture e capacità distributiva. Come detto dall'AD, il consiglio di amministrazione di TIM ha ritenuto l'offerta congrua sotto il profilo finanziario e, se il percorso procederà secondo le previsioni dell'azienda, la presen-

tazione del piano industriale pluriennale della nuova realtà integrata è attesa nel primo trimestre del 2027.

Poste e TIM, l'unione fa la forza

«L'unione fa la forza, in un momento in cui la scala di investimenti su data center, AI, trasformazione digitale, diventa importante. TIM è azienda leader per cloud e AI, Poste ha un bilancio più importante e una capacità di investimento più importante. Mettendoci assieme possiamo fare di più che da soli. Uno più uno fa tre» aveva detto sempre Del Fante, intervistato a Focus Economia su Radio 24 nel primo giorno dell'Opas di Poste su TIM, lo scorso 20 luglio, riguardo agli obiettivi dell'offerta. Sul fronte dell'adesione all'offerta, il percorso resta legato al raggiungimento delle soglie previste. Attualmente il cda di Poste ha dichiarato che «oltre la soglia del 66,67% siamo obbligati ad andare avanti. Se si dovesse raggiungere un livello inferiore a tale soglia si dovrà pronunciare il consiglio». Del Fante ha ribadito uno degli elementi centrali del progetto industriale: l'integrazione tra la rete fisica e digitale di Poste e il patrimonio tecnologico e commerciale di TIM. «Poste ha oggi il più grande numero di clienti come connessioni digitali, ma anche il maggior numero di presidi fisici in tutto il

Paese. Vogliamo mettere a disposizione di TIM questa base di contatto con gli italiani. Vogliamo anche preservare il nome di TIM, la base di clienti di TIM, l'avviamento e tutta la storia di quella che è stata forse la più grande azienda italiana. Negli uffici postali ci saranno dei punti di TIM dedicati e i dipendenti di Poste si occuperanno anche dei servizi e dei prodotti di TIM». Un modello che punta a valorizzare entrambe le reti, senza discontinuità per i clienti. Quanto ai negozi TIM, ha aggiunto, continueranno per lo più la propria attività, si integreranno nella rete: Poste Mobile confluirà dentro TIM e per i 5 milioni di clienti di Poste Mobile non cambierà nulla. Già oggi Poste Mobile usa la rete roaming di TIM, non ci sarà nessun cambiamento» ha chiarito Del Fante. In un'intervista rilasciata sempre lo scorso 20 luglio al TG5, l'AD di Poste aveva delineato l'obiettivo di «creare un campione nazionale digitale che accompagni l'Italia nel futuro», «perché il mondo si sta trasformando» e ha ripreso la metafora delle nozze usata al momento dell'annuncio dell'operazione: «Circa un anno fa abbiamo parlato di un fidanzamento, a marzo c'è stata la proposta di matrimonio – ha sorriso l'AD – e oggi partono gli inviti: speriamo che tutti vogliano venire e diventare azionisti di Poste, crediamo sia un'ottima offerta».

L'obiettivo è creare la più grande piattaforma di infrastruttura connessa del Paese

La lettera di Del Fante e Lasco ai dipendenti: «Inizia una nuova fase della nostra storia»

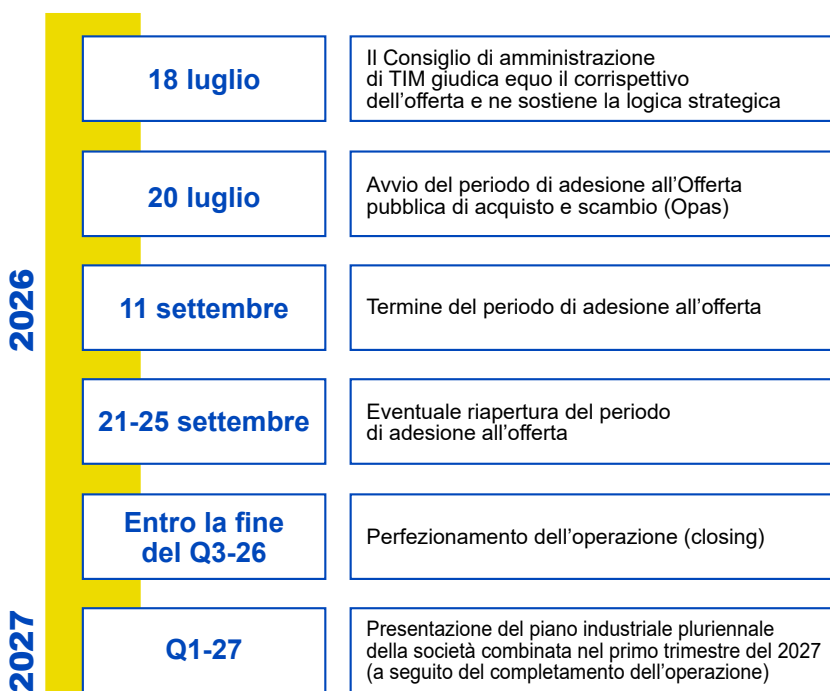
L'Amministratore Delegato e il Direttore Generale di Poste Italiane scrivono ai dipendenti all'avvio dell'operazione: «Siamo una realtà unica, mossa da un impareggiabile senso di appartenenza e da una forza realizzativa concreta ed efficace»

«Siamo in una nuova fase della nostra storia». È questo l'incipit della lettera ai dipendenti inviata lo scorso 20 luglio da Matteo Del Fante e Giuseppe Lasco, rispettivamente Amministratore Delegato e Direttore Generale di Poste Italiane, sull'offerta pubblica di acquisto e scambio totalitaria lanciata su TIM. «Poste Italiane – hanno scritto – avvia la raccolta di azioni TIM sul mercato e dà concretezza a uno dei progetti economico-industriali più rilevanti degli ultimi anni per il nostro settore, per quello delle telecomunicazioni e per l'intero sistema economico italiano». «L'obiettivo di questa operazione – spiegano – è creare la più grande piattaforma di infrastruttura connessa del Paese: un gruppo strategico leader nei servizi finanziari e assicurativi, nella logistica, nelle telecomunicazioni e nei servizi digitali, integrando due delle più importanti realtà industriali italiane», continuano i vertici di Poste.

Le caratteristiche dell'Opas

«L'offerta prevede una componente in contanti e una in azioni. Per ciascuna azione di TIM portata in adesione all'offerta, Poste Italiane riconoscerà agli azionisti di TIM un corrispettivo complessivo pari a 1,67 euro in contanti e 0,218 azioni ordinarie Poste Italiane di nuova emissione. Il valore di questa operazione va oltre questi numeri poiché è sostenuta anche dalla nostra politica di remunerazione degli azionisti, cresciuta progressivamente in questi anni grazie a risultati economici in costante miglioramento. Un'opportunità che potrà tradursi in benefici concreti anche per gli azionisti TIM, che, aderendo all'offerta e diventando azionisti di Poste, potranno tornare a ricevere dividendi», sottolineano. «Siamo convinti che, insieme, sapremo comunicare al meglio l'importanza del progetto Poste con TIM e vincere la sfida per costruire una realtà ancora più forte, innovativa e capace di creare valore per il Paese, per i nostri clienti e per tutti i nostri azionisti. Inizia una nuova fase della nostra storia, continuiamo a costruirla insieme», affermano i manager.

Poste-TIM, le tappe per anticipare la creazione di valore Piano industriale della società combinata nel primo trimestre 2027



A destra, il DG Giuseppe Lasco e l'AD Matteo Del Fante. Qui a fianco, la lettera ai dipendenti

Poste guarda al futuro con ottimismo

«Siamo una realtà unica, mossa da un impareggiabile senso di appartenenza, da una forza realizzativa concreta ed efficace, da una storia che dimostra progresso, sviluppo, innovazione e che con questa operazione guarda al futuro con ottimismo sotto la spinta di un'ulteriore cre-

scita», scrivono Del Fante e Lasco. «Con questa operazione intendiamo dar vita a una piattaforma nazionale ancora più forte e innovativa, capace di integrare la presenza territoriale e la fiducia costruita da Poste con le infrastrutture tecnologiche, le competenze digitali e le capacità di connettività di TIM. Ecco perché l'importanza dell'operazione non risiede soltanto nelle sue dimensioni, ma soprattutto nella visione che la ispira e la combinazione delle competenze e delle infrastrutture delle due aziende potrà generare significative sinergie e rafforzare la capacità del Gruppo di competere da leader in un contesto sempre più digitale e interconnesso». Infine, «le sfide che abbiamo davanti potranno trasformarsi in opportunità concrete solo grazie alla professionalità, all'esperienza, alla passione e allo spirito di squadra che ogni giorno mettete al servizio dei nostri clienti e delle realtà in cui operiamo», concludono l'AD e il DG di Poste Italiane.



Ecco come aderire all'Opas Poste-TIM

Il Periodo di Adesione all'Offerta pubblica di acquisto e scambio (Opas) volontaria totalitaria sulle azioni ordinarie Telecom Italia S.p.A. (TIM), si concluderà alle ore 17:30 dell'11 settembre 2026, estremi inclusi e salvo proroghe. Il Periodo di Adesione ha pertanto una durata complessiva di 40 giorni di Borsa aperta. Il quinto giorno di Borsa aperta successivo alla chiusura del Periodo di Adesione, ossia – salvo proroghe del Periodo di Adesione – il 18 settembre 2026, l'offerente corrisponderà il corrispettivo a ciascun azionista di TIM che abbia validamente aderito all'offerta nel corso del Periodo di Adesione. Per ciascuna azione TIM portata in adesione all'offerta, Poste Italiane riconoscerà un corrispettivo unitario complessivo costituito da: una componente in denaro, pari a Euro 1,67 euro, e una componente in azioni, rappresentata da n. 0,218 azioni ordinarie Poste Italiane di nuova emissione, aventi godimento regolare e le medesime caratteristiche delle azioni ordinarie Poste Italiane già in circolazione alla data della relativa emissione e destinate alla quotazione su Euronext Milan, fatti salvi gli eventuali aggiustamenti previsti nel Documento di Offerta. Laddove ricorrano i presupposti, il Periodo di Adesione potrà essere riaperto per ulteriori 5 giorni di Borsa aperta e, precisamente, salvo eventuali proroghe del Periodo di Adesione da parte di Consob, per le sedute del 21, 22, 23, 24 e 25 settembre 2026. Il quinto giorno di Borsa aperta successivo alla chiusura della Riapertura dei Termini, ossia – salvo eventuali proroghe del Periodo di Adesione da parte di Consob – il 2 ottobre 2026, l'offerente verserà il corrispettivo a ciascun azionista di TIM che abbia validamente aderito all'Offerta nel corso della Riapertura dei Termini.



Leggi qui
i dettagli
dell'adesione

Oltre 16 miliardi in masse gestite dai Premium provengono da 23mila clienti dei piccoli centri

L'ANALISI DI POSTENEWS

I paperoni d'Italia sono clienti degli uffici Polis. Ecco quanti sono

Ci sono risparmiatori che hanno saputo far fruttare le scadenze di buoni e libretti, famiglie che hanno scelto di proseguire la relazione con Poste in fase di successione e titolari di aziende radicate sul territorio. Fondamentale si rivela il "gancio" fisico degli uffici postali

Per la maggior parte imprenditori, ma anche pensionati e piccoli risparmiatori, quelli che negli anni hanno saputo accantonare patrimoni importanti. È questo l'identikit tipico, ma in parte sorprendente, della clientela Premium di Poste Italiane, in gran parte concentrata nei comuni fino a 10mila abitanti coinvolti nel progetto Polis. La Filiale di Forlì, per esempio, gestisce i patrimoni di molti agricoltori che risiedono nei piccoli comuni di montagna attraversati dall'E45. In gran parte dei casi i risparmiatori sono molto fidelizzati: chi ha avuto in passato i buoni fruttiferi, soprattutto fra gli agricoltori e i contadini, ha Poste Italiane come riferimento. E che dire della provincia di Isernia, dove un cliente di Poste Italiane vanta un ingente patrimonio personale accumulato lavorando come artista di strada, una ricchezza creata nel tempo prevalentemente con i buoni fruttiferi postali e oggi gestita da uno dei tre gestori Premium di una filiale che conta circa 2,3 miliardi di patrimonio complessivo, oltre la metà rappresentato dal risparmio. È nei centri medio piccoli, del resto, che si annida gran parte della ricchezza degli italiani: un "tesoro" per Poste che, a differenza di molti istituti di credito, non ha mai abbandonato la provincia.

La conoscenza del territorio

Da nord a sud, la collaborazione con i direttori degli uffici postali, si rivela determinante nell'acquisizione di altri componenti della famiglia. «Tutto è cominciato da una successione. Una nostra cliente, con un patrimonio importante, si è presentata insieme al figlio dopo la morte del marito. Abbiamo pensato di indirizzarla verso il nostro Consulente Premium», raccontano la DUP di Cocquio, centro con meno di 5.000 abitanti in provincia di Varese, Ester d'Onofrio e il Consulente mobile Christian Iannetta. In una seconda fase è entrato in scena il Consulente Premium: la quota della successione è stata investita dalla cliente e anche il figlio che ha deciso di aprire dei rapporti con Poste. Nella stessa pro-

Tra gli 11.000 residenti di Gerenzano (Varese) c'è chi ha trasferito diversi milioni all'UP

PREMIUM E POLIS

I Clienti Premium nei comuni "Polis" (fino a 10k abitanti)

	Clients
Macro Area Centro	2.944
Macro Area Centro Nord	3.009
Macro Area Nord Est	2.652
Macro Area Nord Ovest	6.382
Macro Area Sicilia	1.543
Macro Area Sud	6.509

Totale Complessivo 23.039

vincia, a Gerenzano (11.000 abitanti), si è trasferito uno dei soci partner di una grande società di revisione contabile. Un cliente ha suggerito al team di consulenti di Poste: «Parlate con lui, presentate le soluzioni con i prodotti di risparmio

postale, è un'occasione unica per valorizzare il patrimonio». Ha trasferito i suoi risparmi. A Cassina de' Pecchi, comune di 14mila abitanti a mezzogiorno da Milano, il DUP ha intuito che un suo cliente storico stava per vendere dei capannoni. Ha chiamato Consulente Premium e Direttore di Filiale consentendo una trattativa conclusa grazie alle offerte del mondo Premium. Sempre nel Milanese, un altro cliente, socio fondatore di istituti scolastici privati, è stato intercettato a Bresso: cercava alternative importanti alle forme classiche di investimento. Poste gli ha presentato alcune soluzioni Premium. Aveva molti immobili e voleva far sì che i suoi soldi lavorassero di più per lui. È nata una relazione di fiducia solida. Il Consulente Premium lo ha incontrato anche fuori sede per aggiornarlo sull'andamento dei suoi investimenti, anche con il supporto dell'Advisory Desk. Il cliente, che ha investito in polizze, gli ha detto: «A partire da oggi che sei venuto a trovarmi a casa, fuori sede, non sei più solo il mio consulente finanziario, ma una persona speciale della mia vita».

Il passaggio generazionale

Anche nelle valli del Trentino, i clienti hanno bisogno di fidarsi principalmente delle persone. Con l'aiuto della DUP di Canazei Francesca Brioni, una cliente Premium ha trasformato dei buoni cartacei che scadevano in un portafoglio diversificato: la maggior parte dei clienti Premium della Filiale di Trento è dislocata sulla provincia, arroccati in alcune realtà di montagna. I direttori degli uffici postali sono gli unici che conoscono vita, morte e miracoli dei paesi e molto spesso introducono i clienti nella consu-

Nel borgo abruzzese di Pescasseroli spicca il numero di clienti Premium su 2mila anime

lenza Premium, proprio come avvenuto all'estremità settentrionale della Val di Fassa. Lancenigo è una piccola frazione del comune di Villorba, in provincia di Treviso. Il Consulente Premium gestisce un patrimonio che oggi è in forte aumento. Una crescita determinata da un'ottima sinergia: una collega stava andando in pensione e le migliori posizioni sono passate alla Consulente Premium. Si è riusciti così a smontare la posizione bancaria e a mantenere il cliente. Non è semplice, vista la concorrenza. Il passaggio generazionale è fondamentale: i patrimoni più importanti sono spesso concentrati in nuclei familiari composti da una sola persona e la sfida è mantenere il patrimonio in Poste. Sempre nel Trevigiano, a Susegana, si contano diverse famiglie Premium. A San Giacomo di Veglia, frazione di Vittorio Veneto, c'è una famiglia composta da madre, padre e due figlie universitarie, con un patrimonio importante. Sono clienti di un piccolo ufficio monoturbo, che serve con due persone una comunità di 3.700 anime. L'abitudine a frequentare l'ufficio e la presenza costante fanno la differenza.

Un grande successo relazionale

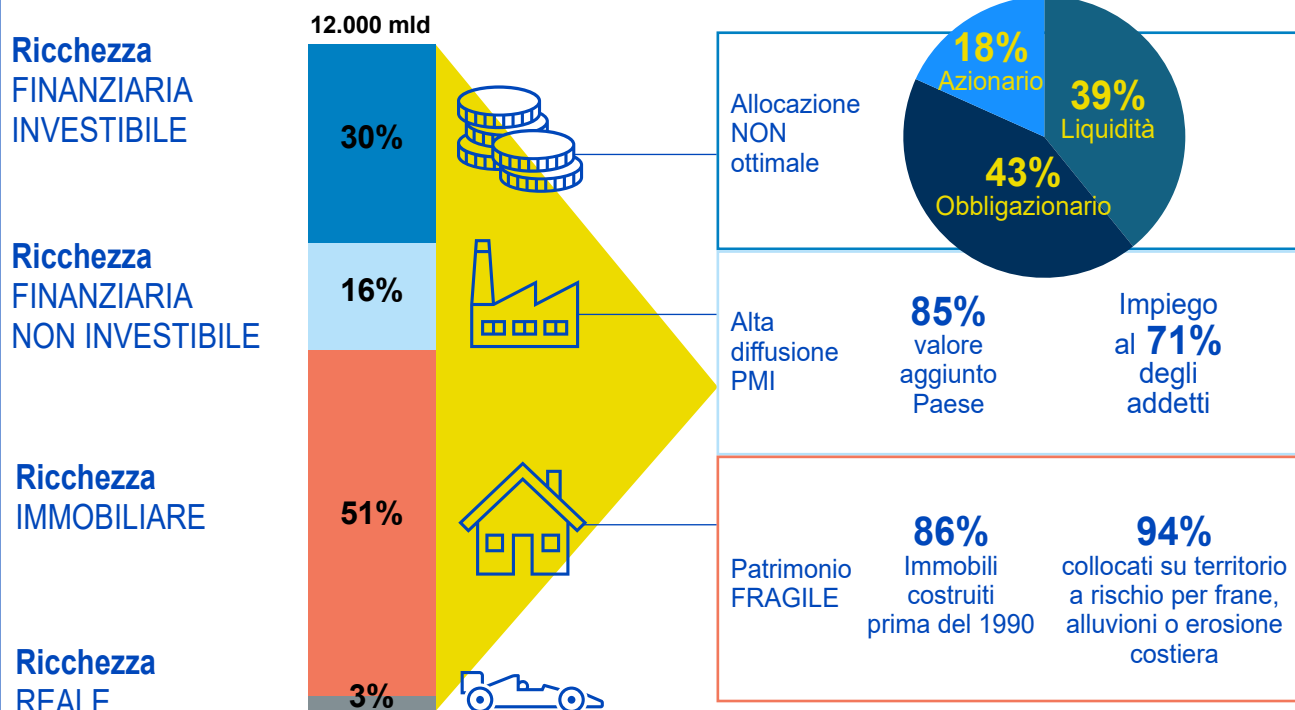
Scendendo verso sud, sull'Appennino, fa notizia il borgo medievale di Pescasseroli: 2.000 abitanti scarsi e tanti clienti Private, a dimostrazione del valore del passaparola soprattutto nei piccoli centri, dove sono comunque presenti diverse banche e non è scontato che il cliente scelga Poste. A Cassino, nel basso Lazio, i colleghi dell'ufficio postale, aiutati dal Consulente Premium, hanno avviato un percorso di investimento per il patrimonio di una coppia molto legata a Poste, ma anche alle forme di risparmio più tradizionali. Dopo sei incontri da due ore ciascuno l'onboarding si è compiuto. Vairano Patenora è un comune di circa 6.000 abitanti del Casertano, molto battuto da camionisti e corrieri: piccolo ma con grande potenziale. Nel seguire un passaggio generazionale i consulenti Premium hanno incontrato due fratelli

In copertina

Il 30 ottobre 2019, in occasione dell'85° anniversario della nascita di Paperino, furono emessi otto francobolli illustrati da Giorgio Cavazzano, fumettista italiano conosciuto in tutto il mondo anche per i suoi lavori con la Walt Disney. Della iconica collezione faceva parte il francobollo che abbiamo scelto per la copertina di questo numero di Postenews per rappresentare la gestione dei grandi patrimoni da parte di Poste Italiane. Del resto, il "fantastiliardario" Paperon de' Paperoni, più finanziariamente Zio Paperone, è un finanziere, imprenditore, industriale e commerciante di portata planetaria.

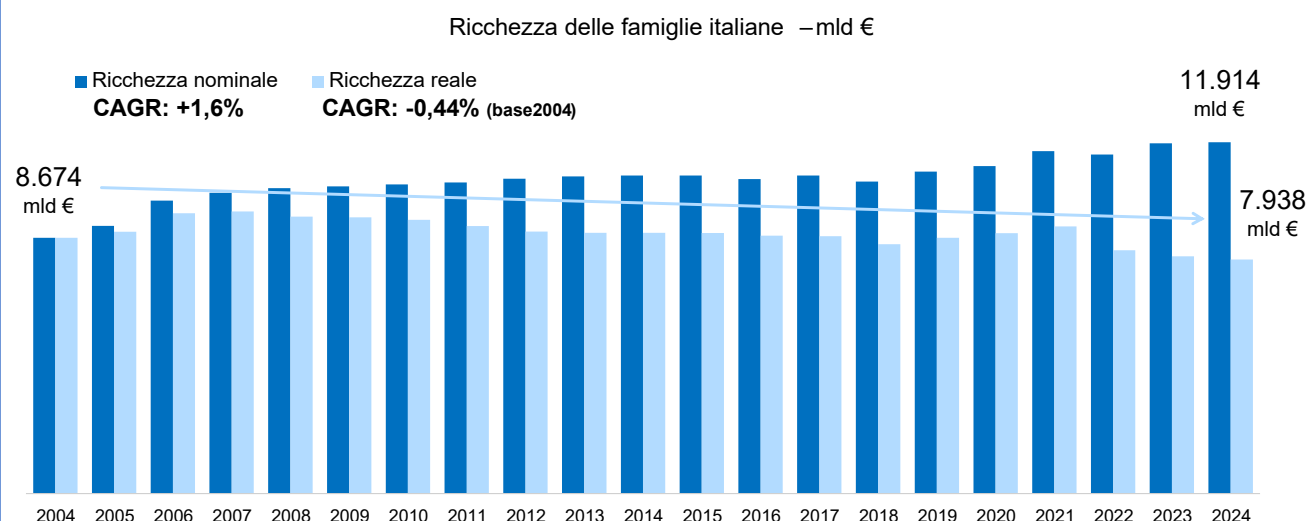


La ricchezza delle famiglie italiane



Fonte: Elaborazione AIPB su dati Banca d'Italia, Prometeia; Unesco; Ministero della Cultura; Fondazione Symbola; Istat, Censimento permanente delle Imprese, Novembre 2023. ISPRA «Dissesto idrogeologico in Italia: pericolosità e indicatori di rischio»

La tendenza



Fonte: Elaborazioni AIPB su dati Banca d'Italia e Istat

I NUMERI

Italiani da record nel risparmio: oltre 1.600 miliardi in 6 anni

Gli italiani hanno un'indole speciale per il risparmio tanto da far registrare un nuovo record del patrimonio detenuto nel nostro Paese, con la ricchezza delle famiglie in crescita di 1.600 miliardi in 6 anni. Numeri contenuti in un'analisi della Fabi (Federazione autonoma bancari italiani) che mette in evidenza come sia cambiato il modo di relazionarsi al risparmio dal 2020 al 2025 con la liquidità che resta sempre un riferimento ma con l'aumento per strumenti finanziari e assicurativi, quindi una tendenza a una maggiore diversificazione. «Oltre 1.600 miliardi di euro di ricchezza finanziaria in più in sei anni - si spiega nel documento - le famiglie italiane portano il patrimonio complessivo a quasi 6.500 miliardi di euro, con una crescita del 35% rispetto al 2020». Si tratta di un incremento che «conferma la straordinaria solidità del risparmio privato italiano e porta il patrimonio delle famiglie ai livelli più elevati mai raggiunti». Dietro ai numeri anche l'interpretazione dello «stile» con cui si sceglie di risparmiare: la liquidità resta tra i principali punti di riferimento ma aumenta anche il peso degli investimenti finanziari e degli strumenti assicurativi; si delinea quindi «un patrimonio più ampio e maggiormente diversificato rispetto al 2020». Andando a sbirciare nel portafoglio azionario delle famiglie italiane si scopre così che il valore passa da 973,9 miliardi a 2.077,2 miliardi con un incremento di 1.103,3 miliardi (+113%). Crescono anche i titoli di 275,9 miliardi, che aumentano da 247,6 miliardi a 523,6 miliardi (+111%) e i fondi comuni che salgono da 689,1 miliardi a 901,9 miliardi (+30,8%).

che avevano ereditato un patrimonio milionario. In un primo momento li avevano portati via, perché pensavano che Poste non potesse offrire una consulenza evoluta. Successivamente, incontrandoli, hanno compreso il valore del mondo Premium e hanno riferito che, a parità di servizio, la banca chiedeva costi esorbitanti rispetto a Poste. Tra le 800 anime

di San Nicola Baronia, in Irpinia, c'era quella di un cliente che sul letto di morte ha chiesto ai figli di continuare a far gestire il patrimonio al Consulente della Filiale di Avellino. Un grande successo sia relazionale che commerciale: i figli, non solo hanno proseguito il rapporto con Poste per la successione, ma hanno portato anche nuova liquidità dai loro

istituti di credito. Valva, 1.500 abitanti in provincia di Salerno, racconta invece la storia di un dirigente di un'importante azienda italiana, con BTP ereditati dal passato e con rapporti bancari internazionali. Dopo un incontro organizzato, si è iscritto al Premium e ha investito triplicando le somme. Sempre nel Salernitano, a Cerrelli, pittoresca frazione

di 600 abitanti del comune di Altavilla Silentina, un imprenditore edile multi-bancarizzato, dopo aver provato il servizio Premium per tre anni, in due mesi ha trasferito i suoi risparmi da altre banche. In Sicilia, nell'Agrigentino, due casi clamorosi di «densità» di clienti Private: a Bivona, su 3.000 abitanti, e a Raffadali, su 11.000 abitanti.

IL COMMENTO

Massari (Associazione Italiana Private Banking)

«La forza di Poste: capillarità, giovani, storia e brand»

Antonella Massari, segretario generale dell'Associazione Italiana Private Banking, è intervenuta come ospite sul palco dell'evento dedicato ai consulenti Premium di Poste il 27 maggio scorso a Roma, dando uno spaccato della composizione della ricchezza delle famiglie e del mercato Private. «Se guardiamo ai Paesi europei l'Italia, con l'8,3% di tasso di risparmio, non è sicuramente il Paese che riesce a risparmiare di più. Questo significa che diventa sempre più importante custodire gli stock e farli crescere attraverso degli investimenti, perché i flussi, che sono quelli dati dal reddito, sono destinati a ridursi». Ma chi sono i

Private italiani? «Sono la classe media, principalmente. Sono persone che hanno bisogno della consulenza per massimizzare i benefici che derivano da patrimoni importanti, ma non infiniti. Questa distribuzione della ricchezza è molto diversa da quella di altri Paesi». E dove sono sul territorio? Secondo i dati dell'Associazione Italiana Private Banking, il 51% della clientela Private italiana risiede in comuni con meno di 30.000 abitanti. «Il cliente Private tipico è presente molto di più nei centri medio-piccoli, piuttosto che nei centri grandi - sottolinea Massari - I centri medio-piccoli non sono molto coperti dai grossi player,

o comunque non da tutti i player del Private Banking». E si tratta prevalentemente di imprenditori e di lavoratori autonomi. In questo quadro, ha sottolineato Massari, «Poste ha un posizionamento competitivo invidiabile: siete su tutto il territorio nazionale - ha detto alla platea - nei piccoli centri, che per un player diverso è molto difficile approcciare, avete il 51% di asset di donne, consulenti giovani e in evoluzione, con un'età media di 35 anni, e siete molto presenti nella fascia di clientela giusta: quella che, appunto, non può dire «siccome sono ricco non mi interessa fare nulla», perché qualcosa dovrà fare se vuole che il patrimonio



Antonella Massari, segretario AIPB

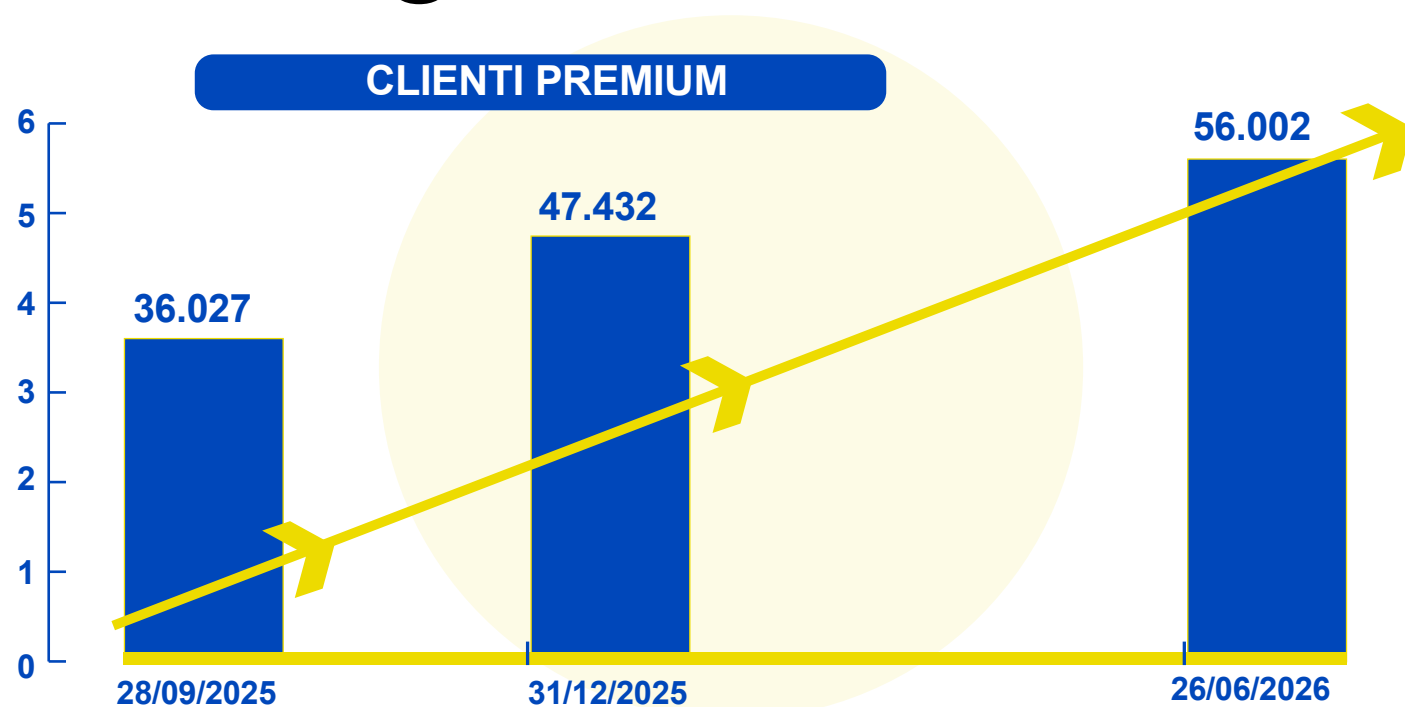
gli sopravviva». A questo si aggiunge il posizionamento distintivo come brand: «Non avete concorrenti diretti, potete giocare sulla diversità e sulla vicinanza. Tutti abbiamo avuto una nonna che andava alle Poste con il libretto della pensione, quindi siete conosciuti, avete un posizionamento d'oro».

L'intervento dei Responsabili di Mercato Privati, Guido Nola, e BancoPosta, Andrea Novelli

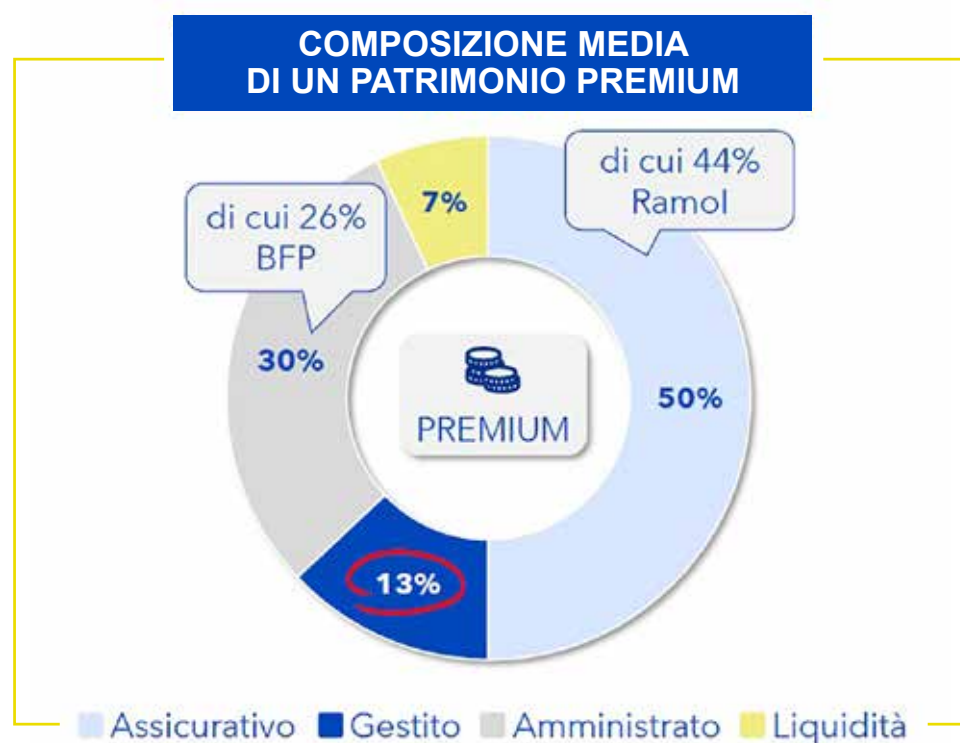
I GRANDI PATRIMONI

Siamo tra i Top Player italiani ecco la nostra grande sfida

Poste è oggi il sesto player nel mercato italiano del segmento Private: un comparto avviato nel 2019 da 17 "pionieri" e che a fine 2026 arriverà a contare 400 professionisti specializzati nell'offerta di soluzioni su misura per i clienti che scelgono di investire i loro capitali nei nostri prodotti



Dai 17 "pionieri" di gennaio 2019 ai 300 professionisti specializzati di oggi, che diventeranno 400 entro la fine dell'anno. Consulenti e gestori Premium, insieme ai loro coordinatori, si sono radunati per la prima volta a Roma, a coronamento di un percorso di crescita che avrà importanti sviluppi futuri: l'obiettivo dichiarato da Poste Italiane è moltiplicare per venti volte, entro il 2030, la raccolta netta rispetto ai numeri con cui è stato chiuso il 2025, con il contributo determinante (almeno per il 20% del totale) dei portafogli Premium. Sul palco del Teatro Olimpico della Capitale Guido Nola, Responsabile Mercato Privati, e Andrea Novelli, Responsabile BancoPosta, hanno parlato davanti a una platea di circa 450 persone tra gestori e consulenti Premium, coordinatori, responsabili commerciali, più l'apparato centrale e di rete che li supporta. Una "macchina" che ha avuto un momento di incontro anche nella vicina Casina Poste.



L'Azienda continua a investire nella formazione e nella crescita delle persone

Verso nuovi traguardi

E una "macchina" che in questi sette anni ha corso verso sempre nuovi traguardi di crescita, rappresentata, non a caso, da un modellino di Ferrari (color giallo Poste) durante l'evento: «Non c'è un'azienda che investa così tanto nella crescita di persone, di sistemi e di innovazione – ha sottolineato Nola – Oggi siamo in 300, saremo 400 alla fine dell'anno e questa non è crescita, è trasformazione. Abbiamo completamente trasformato e creato un canale che non esisteva. Voi siete la nostra Formula 1, la nostra avanguardia, la nostra forza specializzata e sofisticata». Grandi professionisti singolarmente, ha sottolineato Nola, ma anche un team «molto speciale», a cui sono affidate le esigenze dei clienti con patrimoni superiori ai 500mila euro. «La fiducia – ha detto Nola – si crea interpretando la complessità insieme ai nostri clienti, dando visione, anticipando i bisogni». Proprio come accade nelle gare di Formula 1 il risultato arriva con il lavoro in team: «Non vince il pilota migliore, non vince chi ha la macchina migliore, vince chi ha una macchina buona, i piloti siete voi, noi siamo ingegneri e meccanici, ma si vince solo se la nostra volontà di raggiungere l'eccellenza è costante e presente tutti i giorni nel lavoro che facciamo», ha detto

INVESTIMENTI

Collocato il primo bond dedicato alla clientela Premium

Un nuovo strumento di investimento è entrato a far parte dell'offerta Premium di Poste Italiane. Collocato per la prima volta nel mese di giugno, "PostePremium Cedola Plus 2032" rappresenta il primo bond dedicato esclusivamente alla clientela Premium. Un'iniziativa che conferma la costante attenzione verso l'innovazione dell'offerta e la capacità di rispondere alle esigenze di una clientela sempre più orientata alla pianificazione finanziaria di lungo periodo. Il nuovo bond si distingue per una struttura che combina una componente di rendimento certa con una legata all'andamento dei mercati finanziari. Per i primi cinque anni il titolo riconosce cedole fisse del 2%, offrendo una remunerazione periodica predeterminata. Alla scadenza è prevista un'ultima cedola variabile, collegata

alla performance dell'indice FTSE MIB, con un rendimento fino a un massimo del 30%, grazie a un meccanismo di partecipazione all'andamento dell'indice con cap al 30%. La particolare configurazione dello strumento è pensata per offrire ai clienti Premium un'opportunità di investimento che unisce la stabilità delle cedole iniziali con la possibilità di beneficiare dell'eventuale crescita del principale indice della Borsa italiana. In particolare, il bond può offrire rendimenti potenzialmente superiori rispetto alle obbligazioni tradizionali in scenari caratterizzati da mercati stabili e da aspettative di crescita moderata dei mercati azionari nel lungo periodo, fermo restando che il rendimento della componente variabile dipenderà dall'effettivo andamento del sottostante.



Foto di gruppo al termine dell'evento dedicato ai consulenti Premium lo scorso 27 maggio a Roma

STRUMENTI

Advisory Desk, un team esperto in finanza sempre a supporto di cliente e consulente

L'Advisory Desk è un servizio dedicato ai gestori Premium costituito da un team di specialisti di sede che fornisce supporto nella gestione dei clienti Premium, nei diversi momenti di incontro. È un supporto per ogni fase della relazione con il cliente: dalla preparazione del meeting all'affiancamento durante l'incontro, fino al follow-up post vendita. Un team di esperti (in remoto o in presenza) a disposizione del cliente per approfondire la sua situazione finanziaria.

Nola prima di passare la parola ad Andrea Novelli. Il Responsabile di BancoPosta ha riconosciuto in platea qualcuno di quelli «con cui questo percorso è cominciato». «Nel 2019 – ha aggiunto – ero responsabile di BancoPosta e, girando per il territorio, mi accorsi di una cosa che ovviamente per chi di voi c'era era già molto ovvia: i clienti Private non ce li siamo inventati. Poste da sempre ha gestito clienti di tutti i tipi, clienti con grandi patrimoni e piccoli risparmiatori». La ricchezza di Poste, è il ragionamento di Novelli, era già in casa: «Noi gestivamo tanti clienti con grandi patrimoni e lo lasciavamo fare alla bravura, che ovviamente già c'era, dei singoli consulenti e dei direttori di ufficio postale o colleghi di filiale. Quello che ci siamo detti, partendo da questo punto, è che potevamo costruire intorno ai piloti che già avevamo una "macchina" che ci consentisse di stare al passo con le richieste dei clienti più esigenti». Dal primo evento, che fu una cena per pochi intimi, il modello Premium, ha aggiunto il Responsabile BancoPosta, è come se oggi fosse diventato maggiorenne. Conferma Nola, all'epoca CFO: quando gli chiedevano come venivano gestiti i clienti Private la risposta era «come tutti gli altri». I risultati, però, cominciavano ad arrivare: «E – spiega Nola – pianificavamo la crescita segmentando le attività che poi sono state fatte negli anni».

Segmento ad alta competizione

Come sottolineato dai relatori, il sistema bancario ha già avviato da tempo una profonda trasformazione nel Wealth Management: «Tutti – ha spiegato Novelli – stanno investendo in questo settore, apparentemente si ritirano come presenza fisica chiudendo filiali, ma poi svilup-

pano modelli relazionali ibridi: chi usa i promotori finanziari, chi usa i suoi banker dipendenti, chi lavora a partita IVA come gli intermediari finanziari che, a differenza nostra, non hanno un portafoglio in dote da gestire ma devono andare a prendersi i clienti. Tutti chiaramente vogliono venire a prendere i nostri e i vostri clienti». Nola ha aggiunto: «Eravamo 17 nel 2019, questo ci permetteva di iniziare un percorso focalizzandoci su pochi clienti cominciando a costruire una serie di cose sapendo che potevamo fare tutto manualmente, potevamo creare e modificare le cose velocemente perché andavamo a impattare su un gruppo ristretto di clienti che sapevamo avremmo dovuto gestire in modo molto personalizzato. Abbiamo fatto evolvere questo progetto, siamo arrivati fino al 2022 iniziando a fare dei cambiamenti più importanti, abbiamo introdotto il coordinatore perché ci rendevamo conto che c'era bisogno di una guida per un gruppo di gestori e di consulenti e abbiamo iniziato un lavoro di differenziazione delle carriere». Da lì si arriva al 2023, con lo sviluppo di nuovi strumenti, e agli straordinari risultati attuali: «Oggi – ha sottolineato Nola – siamo in grado di dire che abbiamo a tutti gli effetti un'offerta fuori sede che funziona, migliorabile sia negli strumenti sia nell'adozione ma che c'è e funziona». La composizione dei portafogli consente oggi di dedicare il tempo giusto a ciascun cliente: adesso si tratta di accelerare, un'ambizione che ci stiamo dando per il prossimo piano industriale». Nel Private Banking Poste Italiane è il sesto player in questo mercato in Italia: «Però solo il 55% di questi clienti li gestiamo con un Consulente o un Gestore premium, l'ambizione è di arrivare al 100%, questo è quello che

dovremo ottenere se vogliamo competere veramente con gli altri operatori», ha sottolineato il Responsabile Mercato Privati di Poste Italiane.

Investire nella formazione

Guardando sempre agli ultimi anni, la crescita complessiva delle masse che il Gruppo Poste gestisce è stata rilevante. «In un momento in cui il titolo di Poste inanella record in Borsa e l'azienda è arrivata a valere 33 miliardi di euro il mercato si aspetta che «noi continuiamo a crescere» e questo vento a favore è particolarmente importante per il segmento Premium: «Ci dà la capacità di continuare a investire nella formazione, nella crescita di persone come voi e negli strumenti. Per stare al passo con i tempi, in particolare nel mondo Premium, serve tanta tecnologia e solo pochissimi operatori in Italia se lo possono permettere. Noi siamo tra i pochi che possiamo farlo grazie al successo che abbiamo sul merca-

to in questo momento». Il salto di qualità, tuttavia, si misura con i numeri: «L'anno scorso – ha proseguito il Responsabile BancoPosta – abbiamo chiuso con una raccolta netta complessiva del mondo retail di circa mezzo miliardo di euro. Nel prossimo piano industriale ci diamo un'ambizione molto significativa: arrivare ad attrarre raccolta netta ogni anno per un ordine di grandezza che deve arrivare nel tempo a crescere di venti volte rispetto a quello che facciamo oggi, è sfidante ma alla nostra portata». Novelli ha ricordato che i clienti sono in larga maggioranza multibancarizzati: i risultati si ottengono «se lavoriamo bene, accompagnandoli in un percorso di diversificazione del loro patrimonio, sempre nel loro interesse, e se nel tempo continuiamo ad accompagnare soprattutto chi ha grandi patrimoni in un percorso di diversificazione che consenta di ottenere un rendimento migliore, senza correre rischi non coerenti con il profilo di ciascun cliente». Nola ha concluso sottolineando che massimizzare la frequenza degli incontri consente costruire e consolidare i rapporti di fiducia con i clienti: «I nostri clienti Premium sono spesso il cuore della raccolta perché ci permettono una diversificazione importante. Noi – ha aggiunto – siamo forti sul risparmio postale, ma quello che stiamo dicendo da tempo è che possiamo offrire praticamente tutto quello che trovano altrove, ma con il nostro approccio».

La composizione dei portafogli consente di dedicare la giusta attenzione ai clienti



La platea del Teatro Olimpico durante l'intervento di Guido Nola e Andrea Novelli

PUOI AGGIUNGERE VALORE ALLE TUE AZIONI CON IL DIVIDENDO. **ECCO PERCHÉ ADERIRE ALL'OPAS DI POSTE ITALIANE SU TIM.**

Inquadra
anche tu il
QR Code



**PRIMA DI ADERIRE CONSULTA LA DOCUMENTAZIONE
D'OFFERTA E IL COMUNICATO DELL'EMITTENTE.**

L'offerta termina l'11 settembre 2026.
Scopri di più su **posteitaliane.it**

Posteitaliane

800.137.242

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Prima di aderire all'Offerta, promossa esclusivamente in Italia, anche al fine di comprenderne i potenziali rischi, benefici, condizioni e limitazioni, consulta attentamente la Documentazione di Offerta e il Comunicato dell'Emittente, disponibili, tra l'altro, sul sito www.posteitaliane.it. Questo messaggio non costituisce consulenza in materia di investimenti né una raccomandazione ad aderire all'Offerta, né sostituisce la valutazione dell'investitore sull'opportunità dell'operazione. Canali informativi, aperti dal lunedì al venerdì, dalle 9:00 alle 18:00: numero verde (solo dall'Italia) 800 137 242; linea diretta +39 06 85870130; WhatsApp +39 3393510757; e-mail opas.telecom@investor.sodali.com.

Il valore della consulenza sta nella capacità di comprendere bisogni, obiettivi e prospettive

LA CONSULENZA PREMIUM

Obiettivo: far crescere il valore puntando su relazione e competenza

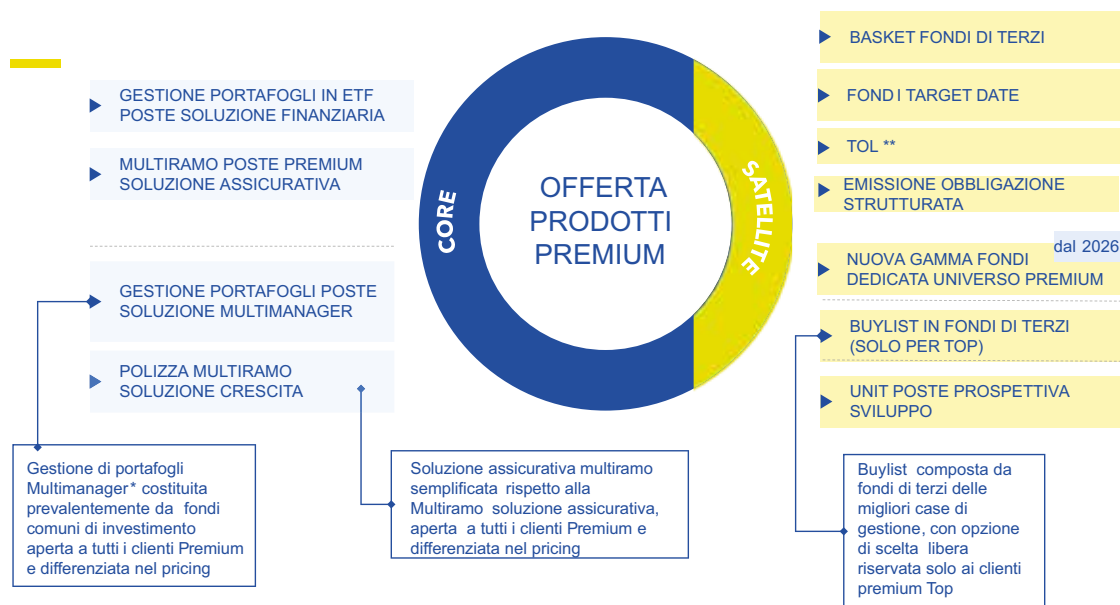
Poste riserva ai clienti Premium un approccio personalizzato e una visione di lungo periodo. Molti gli strumenti, dai prodotti dedicati all'Advisory Desk e all'Offerta Fuori Sede

Un modello di servizio costruito sulla fiducia, sulla competenza e sulla capacità di accompagnare i clienti top nelle decisioni più importanti. È il cuore della Consulenza Premium di Poste Italiane, un progetto nato nel 2019 e diventato oggi una realtà consolidata grazie al lavoro di una squadra di professionisti che, giorno dopo giorno, mette al centro le persone e i loro obiettivi. È infatti la qualità della relazione il primo elemento che distingue la consulenza Premium. Rivolta a una clientela con patrimoni importanti – oltre i 500mila euro – e bisogni sempre più articolati, questa modalità di servizio nasce per offrire un accompagnamento continuativo e personalizzato, capace di guardare al patrimonio nella sua complessità e di costruire, nel tempo, un rapporto di fiducia solido e duraturo. Investimento, dunque, ma anche e soprattutto protezione del capitale. Dal suo avvio nel 2019, il progetto ha conosciuto una crescita significativa. Dai 17 professionisti iniziali, oggi la rete Premium conta oltre 300 persone tra consulenti, gestori e coordinatori, affiancati da una struttura centrale e territoriale che ne sostiene quotidianamente l'attività. Una crescita che testimonia l'evoluzione di un modello diventato oggi un canale strategico all'interno dell'offerta di Poste Italiane.

Professionisti al fianco dei clienti

Al centro di questo percorso ci sono Coordinatori, Consulenti e Gestori Premium, figure specializzate che seguono un portafoglio dedicato di clienti, accompagnandoli nella gestione del patrimonio attraverso un approccio consulenziale evoluto. Il loro ruolo non si esaurisce nella proposta di prodotti o servizi: significa conoscere il cliente, comprenderne gli obiettivi personali e familiari, interpretarne i bisogni e costruire insieme soluzioni coerenti con il profilo e con le aspettative. Il modello Premium, infatti, prevede una presa in carico completa della relazione, supportata da strumenti dedicati, reportistica personalizzata e momenti strutturati di analisi e confronto.

OFFERTA PRODOTTI DEDICATA PREMIUM IN OTTICA MULTIMANAGER



* Moneyfarm definisce l'allocazione strategica di medio/lungo termine delle linee di investimento, ribilancia i portafogli ed esegue gli acquisti e le vendite degli strumenti sottostanti. BancoPosta Fondi SGR definisce l'universo investibile dei Fondi Comuni di Investimento a gestione attiva di case terze.

** La Piattaforma di Trading On Line è messa a disposizione da Moneyfarm

«I nostri clienti cercano fiducia», spiega Doronzo, responsabile Segmento Premium

Una relazione che cresce nel tempo

«I nostri clienti cercano certamente competenza, ma prima di tutto cercano fiducia», spiega Giuseppe Doronzo, Responsabile Segmento Premium. «È una fiducia che si costruisce giorno dopo giorno, aiutando i clienti a leggere la complessità, anticipando i bisogni e offrendo una visione d'insieme che permetta loro di affrontare con maggiore consapevolezza le decisioni più importanti». Questa capacità di affiancare il cliente nel tempo rappresenta uno dei principali elementi distintivi della consulenza Premium. Gli incontri (che si possono svolgere anche a domicilio dal cliente, nella modalità Fuori Sede) non sono semplici occasioni commerciali, ma momenti di ascolto e confronto nei quali il Consulente analizza la situazione complessiva del cliente, valuta l'evoluzione delle sue esigenze e individua le soluzioni più adeguate. Il modello di servizio prevede infatti un percorso strutturato che parte



Al centro Giuseppe Doronzo, Responsabile Segmento Premium, con i colleghi di Mercato Privati

dalla conoscenza approfondita della situazione patrimoniale e familiare del cliente, prosegue con una diagnosi complessiva del portafoglio e si sviluppa attraverso un'attività continuativa di consulenza e revisione delle scelte effettuate. A rendere ancora più efficace questo approccio contribuisce il lavoro dell'Advisory Desk, un team di specialisti che affianca i Gestori Premium nella preparazione degli incontri con la clientela, nell'analisi dei portafogli, nella definizione delle proposte di investimento e negli approfondimenti successivi ai client meeting. Un supporto che amplia ulteriormente il patrimonio di competenze a disposizione del consulente e consente di affrontare anche le situazioni più articolate con un elevato livello di specializzazione. «L'Advisory Desk è uno degli elementi che caratterizzano il nostro

modello - osserva ancora Doronzo - Supporta i consulenti prima, durante e dopo gli incontri con i clienti, soprattutto nelle situazioni più complesse. Più riusciamo a valorizzare questo patrimonio di competenze condivise, più aumenta la qualità della consulenza che offriamo». Il valore dei client meeting emerge anche dai risultati. Nel

tempo, questi momenti di confronto sono aumentati e rappresentano oggi uno degli strumenti più efficaci per consolidare la relazione. Per il cliente significano avere un interlocutore che dedica tempo all'ascolto, all'analisi e alla costruzione di una strategia coerente; per il consulente rap-

presentano l'occasione per trasformare la conoscenza del cliente in un progetto di lungo periodo.

Un modello su misura per ogni esigenza

La forza del modello Premium risiede nella sua capacità di adattarsi ai diversi profili di clientela. Per questo Poste Italiane ha scelto di articolare il servizio in differenti modalità di adesione, rispondendo a esigenze diverse e accompagnando progressivamente il cliente verso il livello di servizio più completo. Una scelta che riflette una logica relazionale prima ancora che commerciale: consolidare la fiducia significa creare le condizioni perché il cliente riconosca nel

tempo il valore della consulenza ricevuta e scelga consapevolmente il servizio Premium nella sua forma più evoluta. «L'obiettivo non è semplicemente proporre un servizio - aggiunge ancora il Responsabile Segmento Premium - il traguardo è costruire una relazione così solida che sia il cliente stesso a riconoscerne il valore. Quando decide di investire nella consulenza Premium significa che quella fiducia si è trasformata in un rapporto stabile e duraturo».

La consulenza sempre più vicina al cliente

Accanto alla consulenza in ufficio, come detto, continua a crescere l'attività Fuori Sede, un'evoluzione che rende la relazione ancora più vicina alle esigenze della clientela. Portare la consulenza nei luoghi e nei tempi più comodi per il cliente significa offrire maggiore flessibilità e rafforzare ulteriormente la qualità del rapporto. È un percorso ancora in evoluzione, con investimenti e sviluppo degli strumenti operativi, ma che rappresenta una delle direttrici di crescita del modello Premium. A oltre sei anni dalla sua nascita, la consulenza Premium conferma dunque la propria identità: un servizio costruito intorno alle persone, dove competenza tecnica, ascolto e capacità di interpretare i bisogni si integrano in un modello di relazione che guarda al lungo periodo. Un modello - come si legge in queste pagine e in quelle a seguire - nel quale il valore non è determinato soltanto dalle soluzioni offerte, ma soprattutto dalla qualità della consulenza e dalla fiducia che ogni giorno Consulenti e Gestori Premium sanno costruire insieme ai loro clienti.

Le esperienze e le storie di chi ogni giorno gestisce il lavoro dei consulenti Premium

COORDINATORI PREMIUM

«Chi possiede grandi patrimoni cerca soprattutto protezione»

Sono 22 e operano in tutta Italia: i Coordinatori Premium guidano una squadra di consulenti, unendo visione commerciale, competenza e capacità di costruire relazioni dalle città ai piccoli centri. Nelle loro parole uno spaccato dell'Italia del risparmio



di **Angelo Lombardi**

Gestore, Referente, Coordinatore: tre step di carriera per un ruolo fondamentale nel mondo Premium di Poste Italiane. Una figura di equilibrio tra gli obiettivi richiesti dall'azienda e il sostegno e l'affiancamento di una squadra di consulenti, con il compito di valorizzare e far crescere i patrimoni più importanti affidati a Poste. Un lavoro proattivo e ricco di sfide quotidiane per i 22 coordinatori che, in tutta Italia, guidano questa squadra speciale e che hanno contribuito a portare Poste Italiane in una nuova dimensione del risparmio gestito. Postenews li ha incontrati tutti: da loro abbiamo ottenuto una panoramica ampia e dettagliata sul loro lavoro, sullo spirito della loro missione e soprattutto uno spaccato importante sull'Italia del risparmio e degli investimenti, per quel che riguarda i grandi

Una figura di equilibrio tra gli obiettivi richiesti dall'azienda e il sostegno al team

Andrea Nicolini



Corrado Nucci



Damiano Montesi



Fabio Nava



Federica Bottone



Filippo Romano



Advisory Desk e presenza capillare sul territorio, Poste Italiane sta costruendo una proposta sempre più credibile e competitiva anche nel segmento dei grandi patrimoni, tradizionalmente presidiato dalle banche.

Una squadra al servizio dei grandi patrimoni

«Dobbiamo mantenere l'equilibrio tra più parti dell'azienda», racconta per primo **Fabio Nava**, coordinatore del Nord Ovest. «La responsabilità funzionale è nostra, quella gerarchica resta ai direttori di filiale e agli RCF. Il nostro compito è fare in modo che tutti vadano nella stessa direzione». Una funzione che assomiglia spesso a quella di un allenatore: presenza costante, supporto operativo e capacità di creare sintonia tra le diverse anime dell'organizzazione. È già nel Nord Ovest che emerge uno degli elementi più distintivi del modello Premium: la forza della relazione personale. Nava ricorda il caso di un cliente acquisito nell'Ufficio Postale di Bareggio, in provincia di Milano, che trasferì risparmi dalla banca a Poste e che, al termine dell'incontro, disse senza esitazioni: «Io vengo qui perché mi fido di Alba, la Consulente. Se va via lei, porto via tutto». Una dichiarazione che sintetizza il valore della fiducia costruita nel tempo dai consulenti. La stessa centralità della relazione viene sottolineata da **Riccardo Gasparetto**, che coordina parte della rete Premium del Nord Ovest. «Questi clienti richiedono una relazione molto più complessa e a 360 gradi rispetto a quella retail». Racconta del primo evento per i clienti Premium organizzato in Italia, a Pavia, nel marzo scorso, con gli stessi clienti a raccontare pubblicamente il proprio rapporto con Poste: «È da tanto che cerchiamo questa cosa, vogliamo una continuità relazionale», hanno detto ad altri investitori presenti. Gasparetto ricorda anche il caso di un cliente che si presentò spontaneamente in ufficio con «la richiesta di trasferire un'importante somma da una banca concorrente. In poche settimane, grazie al lavoro congiunto tra sportello, Consulente e Consulente Premium, il trasferimento fu completato». Per **Mario D'Alesio** «il ruolo di coordinatore rappresenta la naturale evoluzione professionale del percorso di un Gestore Premium. Si tratta di un incarico dinamico e sfidante, che richiede una visione d'insieme del business, una costante attenzione alla cre-

patrimoni. Numeri e testimonianze che hanno evidenziato quanto la ricchezza sia distribuita non solo nelle grandi città e nei poli industriali ma anche nei piccoli centri: tipologie di clienti e in-

vestitori molto differenti tra loro, che i Coordinatori - insieme ai rispettivi team di Gestori - analizzano, individuano e, soprattutto, soddisfano con un programma mirato per valorizzare ogni

patrimonio. Supervisore commerciale, facilitatore, formatore, problem solver e, spesso, vero e proprio allenatore della relazione: su questa relazione, affiancata da competenze specialistiche,

CONSULENZA PREMIUM - Competenze integrate, valore costruito

	COMPETENZE	MANTENERE SEMPRE UNO STANDARD ELEVATO DI COMPETENZA E QUALITÀ NELLA CONSULENZA
	RELAZIONE	GENERARE ATTRAVERSO LA RELAZIONE CON IL CLIENTE UNA CRESCITA RECIPROCA
	METODO	FOCALIZZARE LE ATTIVITÀ PRIORITARIAMENTE CON I CLIENTI IN PORTAFOGLIO
	ECCELLENZA	COMPORTAMENTI DISTINTIVI COME MEZZO PER DIVENTARE IL PUNTO DI RIFERIMENTO PER IL CLIENTE

Francesca
BonardiFrancesco
FroehlichEmanuele
GalluccioRiccardo Antonio
GasparettoGianluca
MenichelliIlaria
Di Mascio

«Vengo qui perché mi fido di lei»: i consulenti raccontano i loro clienti più fidelizzati

scita delle persone e la capacità di accompagnare il territorio verso risultati sempre più ambiziosi. Al tempo stesso, la possibilità di mantenere un contatto diretto con alcuni clienti consente di preservare quella vicinanza al mercato e ai bisogni della clientela che rappresenta un elemento fondamentale della nostra professione».

La forza della relazione personale

Per **Riccardo Baldon**, coordinatore delle aree di Bergamo, Lecco, Como, Busto Arsizio e Sondrio, la vera forza di Poste rimane anche in questo caso la capillarità. «Possiamo arrivare nell'ufficio più remoto delle valli e parlare con chi per tutta la vita ha sottoscritto buoni postali, ma possiamo anche operare in contesti altamente competitivi come il centro di Milano». Baldon ricorda un cliente con un'importante eredità che, contattato da un concorrente, rispose semplicemente: «No grazie, sto bene

così e non me ne andrò mai». Un risultato costruito grazie alla continuità relazionale e al supporto dell'Advisory Desk, che in molti casi diventa un ulteriore punto di riferimento per il cliente. In Piemonte e Liguria, **Filippo Romano** definisce il coordinatore come una sorta di «mental coach» della rete. «Non esiste una giornata tipo. Una parte della settimana la trascorriamo in ufficio a pianificare, l'altra sul territorio, accanto ai consulenti e ai clienti». Per Romano il successo si misura soprattutto nella qualità delle relazioni costruite nel tempo. «Ho clienti che ancora oggi chiedono la mia presenza, nonostante io sia diventato coordinatore».

Clienti diversi, stessa esigenza: proteggere il patrimonio

Spostandosi nel Nord Est, emerge un altro tratto distintivo del modello Premium: la capacità di adattarsi a clienti molto diversi tra loro. **Alberto Freato**, che coordina Veneto Sud e Trentino-Alto Adige, racconta il caso di un ex amministratore delegato di una multinazionale che affida a Poste milioni di euro. «Chi possiede grandi patrimoni cerca soprattutto protezione», spiega. «Il reddito lo genera con l'impresa, il patrimonio invece va tutelato». Ma nello stesso territorio Freato passa dagli incontri con manager internazionali a quelli con allevatori e piccoli imprendi-

IL CASO

Un cliente milionario «portato» in Poste da uno sportellista

Un cliente da 36 milioni di euro e non un cliente qualsiasi: in un ufficio «satellite» di Parma rispetto all'ufficio centrale, tra i clienti Premium figura «una delle personalità legate a una famiglia di imprenditori molto noti in Italia, con circa 36 milioni di euro di patrimonio». Un caso particolare, racconta la coordinatrice Francesca Bonardi: un cliente portato in Poste Italiane da uno sportellista, che ha un rapporto personale con il cliente. Un'ulteriore prova della sinergia che si sviluppa tra sportello e consulenza nel lavoro quotidiano degli uffici postali.

tori. «Un cliente mi ha regalato chili di cozze per ringraziarmi della consulenza. È questo il bello del nostro lavoro». Il suo collega **Marco Tonon**, coordinatore di una squadra che opera su sette province del Nord Est, vede nel passaparola la leva principale di crescita, soprattutto nei piccoli centri. Racconta di famiglie che partivano da semplici Buoni Fruttiferi Postali e che oggi superano il milione di euro di patrimonio gestito. «Nei paesi piccoli la fiducia vale più di qualsiasi campagna pubblicitaria», osserva. Per rafforzare il gruppo, il team ha persino creato un appuntamento fisso chiamato «lo spogliatoio Premium», dedicato alla condivisione delle esperienze e delle difficoltà quotidiane.

Un progetto cresciuto insieme ai territori

In Toscana e Umbria, **Damiano Montesi** ha visto nascere – come molti altri coordinatori, entrati nel 2019 con la prima wave di consulenti dedicati a questo servizio – il progetto Premium, fin dal primo giorno. A Terni, dove tutto è iniziato, il successo dell'iniziativa ha portato al raddoppio delle risorse dedicate. «Nei piccoli uffici ho trovato patrimoni sorprendenti e una grande preparazione delle persone che seguono questi clienti». Molti clienti che nel 2019 avevano patrimoni vicini ai 500 mila euro oggi hanno superato gli 800 o i 900 mila euro, mantenendo il patrimonio in Poste grazie a un percorso di consulenza continuativo. Anche **Gianluca Menichelli**, coordinatore dell'area di Firenze, ha vissuto gli esordi del progetto. Tra i casi che ricorda con maggiore soddisfazione c'è quello di un ex generale dell'Esercito. Dopo anni di incontri e confronto costante, il patrimonio affidato a Poste è cresciuto di dieci volte considerando anche quello della moglie. «È la dimostrazione che la relazione nel tempo può fare la differenza». Menichelli cita inoltre una

L'orgoglio di chi è Premium fin dal 2019: «Abbiamo costruito la figura da zero»

cliente che, grazie a una ricostruzione patrimoniale effettuata insieme alla rete, ha scoperto titoli e buoni ereditati che l'hanno portata a possedere un patrimonio molto importante.

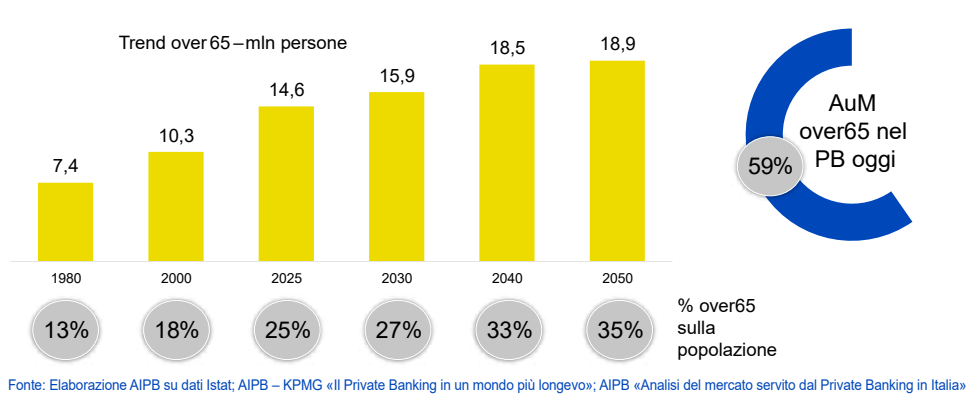
Dalla costruzione del ruolo alla crescita della squadra

A Parma, **Francesca Bonardi** ricorda invece l'entusiasmo e le difficoltà della fase pionieristica. «Abbiamo costruito il ruolo praticamente da zero». Tra i suoi casi più emblematici c'è quello di un imprenditore agricolo che possedeva soltanto una vecchia Postepay con tre euro di saldo. «Il cliente capisce, basta spiegargli le cose», racconta. «L'importante è renderlo partecipe delle scelte». Bonardi sottolinea inoltre come il rapporto con i consulenti tradizionali sia passato dall'iniziale diffidenza a una collaborazione sempre più stretta. «Molti colleghi sono diventati i nostri primi sostenitori». **Luca Falcioni** spiega che «la cosa che più ci caratterizza come Macro Area Centro Nord è relativa all'organizzazione interna che ci siamo dati, grazie anche ai due Responsabili Commerciali di Area e al nostro Responsabile di Macro Area Territoriale. Mi spiego meglio. Noi cinque coordinatori, pur rappresentando cinque zone distinte, ragioniamo e ci muoviamo esattamente allo stesso modo con un'organizzazione macro che condividiamo settimanalmente tramite Teams». **Andrea Nicolini** coordina i consulenti delle Marche e della Romagna, «che ho visto crescere come nume-

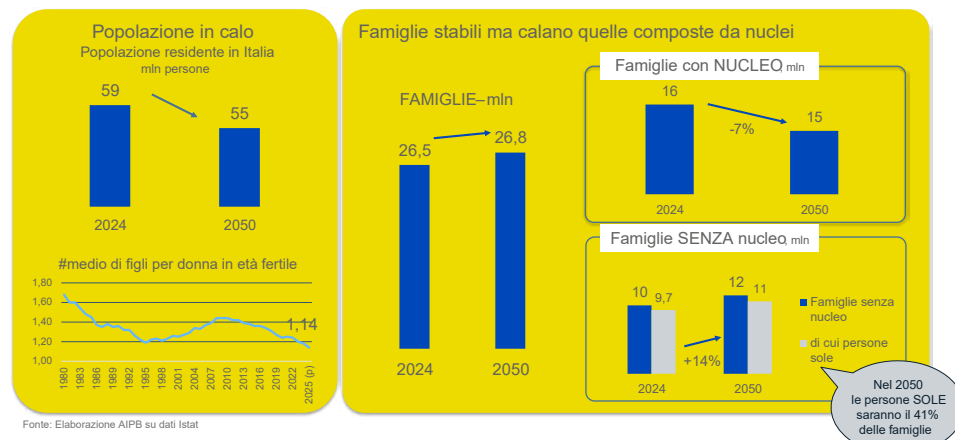


DEMOGRAFIA - Ecco come sta cambiando la società italiana e la composizione delle famiglie

Stiamo assistendo ad una trasformazione demografica, e il nostro settore ne è protagonista



Meno figli, più single, più mobilità e nuclei familiari più frammentati



«Gestendo un gruppo che spesso lavora a distanza, siamo come dei mental coach»

ro e come professionisti. A tal proposito, riporto il caso di un nostro collega di Fermo, che sta per andare in pensione: il primo pensionato Premium della nostra Macro Area. Insieme abbiamo sviluppato la relazione professionale con un noto imprenditore locale, che avevo avuto modo di conoscere anni fa e portare in Poste Italiane. Dal nulla questo cliente ha scelto di consolidare il rapporto con la nostra Azienda, tramite la relazione professionale. Oggi è uno dei maggiori clienti del suo portafoglio».

Il coordinatore come punto di riferimento

Nel Centro Italia il coordinatore assume spesso il ruolo di facilitatore e motivatore. **Corrado Nucci**, responsabile di Abruzzo e Molise, coordina 15 professionisti e si definisce «un mental coach». Racconta con il sorriso una visita a domicilio effettuata insieme al Consulente Premium Gianluca Colangelo presso un cliente. «Ci ha accolti a casa, ci ha offerto da bere e ci ha persino raccolto la frutta dagli alberi del giardino». Un episodio che testimonia il livello di confidenza raggiunto attraverso il servizio Premium. **Ilaria Di Mascio** coordina 15



consulenti tra Lazio e Sardegna. Per lei il valore del coordinatore è soprattutto quello di creare senso di appartenenza anche nei territori dove il Consulente

Premium opera da solo. Tra i risultati di cui va più orgogliosa c'è il percorso di una coppia di clienti di Cassino, inizialmente interessata esclusivamente ai

«Per alcuni clienti siamo diventati un vero punto di riferimento»

titoli di Stato. Dopo sei lunghe trattative, i clienti hanno aderito al percorso Premium e oggi rappresentano uno dei casi più riusciti di fidelizzazione e sviluppo della consulenza evoluta. A Roma **Stefano De Santis** descrive il proprio ruolo come un passaggio dall'«io» al «noi». Coordina una squadra di 13 professionisti che gestisce circa 2.600 clienti e 2 miliardi di euro. Tra gli episodi che ricorda c'è quello di una cliente che, grazie al lavoro svolto anche con la figlia, ha mantenuto il rapporto con Poste nonostante il cambio di consulente. «La relazione va costruita con tutta la famiglia». Non mancano gli aspetti più informali: con alcuni clienti si va a teatro, con altri allo stadio. «Se si costruisce una relazione autentica, il lavoro diventa più efficace e anche più piacevole».

La sfida dei grandi patrimoni nel Sud

Arriviamo al Sud, dove il racconto è dominato da grandi acquisizioni e dalla capacità di conquistare clienti spesso molto legati alle banche tradizionali. **Mattia Fiorentino**, coordinatore dell'area di Bari, ricorda il caso di un imprenditore di Altamura che aveva in

MODELLO DI SERVIZIO PREMIUM - Il Consulente Premium è il punto di riferimento per il cliente



Mauro Milite



Riccardo Baldon



Stefano De Santis



Poste soltanto una polizza e che oggi ha diversificato grazie al percorso di consulenza costruito nel tempo. Un altro caso riguarda una cliente di Monopoli che, dopo aver venduto un albergo, ha deciso di affidare a Poste la sua nuova disponibilità. **Francesco Froecllich**, tra i pionieri del progetto Premium, sottolinea la differenza tra piccoli centri e grandi città. Se nei comuni meno bancarizzati la sfida è spiegare che Poste non è più soltanto buoni postali, a Napoli la concorrenza si gioca sul terreno del Private Banking. «Qui vinciamo perché siamo percepiti come la cassaforte d'Italia». Emblematico il caso di un imprenditore del settore

Alberto Freato



sportivo che, disponendo di un patrimonio molto importante, ha deciso di mantenerne la metà in Poste. Anche **Andrea Laurora** arriva dal mondo bancario e vede proprio nel confronto con tali istituti il principale terreno di sfida. Ad Afragola ha seguito il percorso di un imprenditore che, dopo diversi incontri, ha trasferito milioni di euro dagli istituti concorrenti. «Oggi abbiamo tantissime soluzioni sul risparmio gestito, ma agiamo territorialità, sicurezza e il valore del risparmio postale». Per **Mauro Milite**, coordinatore tra Campania e Calabria, il compito principale è invece quello di far comprendere che il mon-

«Nelle grandi città Poste vince perché viene percepita come la cassaforte d'Italia»

do Premium non sottrae clienti agli altri segmenti, ma crea valore per tutto il territorio. Racconta il caso recente di un erede che aveva intenzione di trasferire altrove un'importante eredità. Dopo una consulenza approfondita ha deciso di lasciare l'intero patrimonio in Poste. «È in quei momenti che capisci quanto continuo la presenza e l'affiancamento».

La fiducia come scelta finale

Il viaggio si conclude in Sicilia con **Mariaisa Mantione**, da poco nominata coordinatrice di una squadra di 18 gestori. Il suo caso simbolo arriva da Agrigento e racconta perfettamente l'essenza del modello Premium. Tutto nasce da una semplice segnalazione ricevuta da un direttore di ufficio postale: un farmacista stava per vendere la propria attività. Da lì prende forma un percorso di incontri, approfondimenti e costruzione della fiducia. Il cliente, alla fine della vendita della farmacia, trasferisce in Poste gli introiti, nonostante fosse in trattativa con altre sette banche. Alla fine, le dice una frase che sintetizza forse meglio di qualsiasi dato il senso del lavoro svolto: «Ho scelto te perché sei stata l'unica che mi ha dato la percezione di non volere i miei soldi».

LUISS BUSINESS SCHOOL

Una grande dote è l'intelligenza emotiva di questi professionisti

Con la Luiss Business School è stato portato avanti il «Corso di Formazione per Consulenti Clienti Premium»: il modulo di Castellano è stato «Negoziazione e maestria relazionale nel passaggio generazionale». «Nei momenti di vulnerabilità del cliente – commentano dalla Luiss Business School – la competenza tecnica da sola non basta: deve integrarsi con l'intelligenza emotiva. Il consulente efficace governa il proprio stato interno, legge quello dell'interlocutore e ne rispetta i tempi decisionali. L'errore più comune – e più costoso – è presentare una soluzione prima di aver completato la fase di comprensione. Gli strumenti che fanno la differenza sono l'ascolto attivo, il silenzio strategico, le domande calibrate e la rassicurazione concreta. Prima di orientare qualsiasi scelta, il cliente deve sentirsi compreso, sicuro e rispettato: solo su queste basi si costruisce un progetto futuro in cui possa riconoscersi pienamente». Molti i feedback emersi dalla parte interattiva e dal confronto con i consulenti di Poste: «Il livello di engagement è stato costantemente alto. I partecipanti si sono messi in discussione, lavorando su bias, automatismi e resistenze consolidate attraverso case study concreti. Il tema che ha generato il maggior dibattito è stato la gestione di obiezioni e conflitto. Per un negoziatore esperto, il «no» non rappresenta una chiusura, ma il punto in cui la controparte rivela il proprio perimetro di sicurezza. Ogni obiezione è un contenitore di informazioni strategiche su bisogni, timori e interessi non ancora esplicitati. La competenza chiave non è contrastare l'obiezione, ma esplorarla attraverso domande mirate, adattando linguaggio e ritmo al profilo dell'interlocutore».



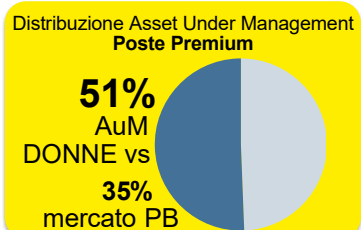
«Tra i nostri strumenti ci sono soluzioni evolute dedicate al risparmio gestito»

IL CASO

L'eredità milionaria trasferita a Imola

A Imola, Katia Russo, Consulente dinamico (ruolo che avverte come «una responsabilità perché tratto clienti con un portafoglio importante, magari di risparmi di una vita») spiega che Poste è vista come la cassaforte e versano qui ciò che vogliono garantire, senza rischiare. «Una signora – racconta – in poco più di un anno ha trasferito un patrimonio molto importante: dopo la sua scomparsa, la figlia è mia cliente qui a Imola», conclude.

Poste Premium può contare su punti di forza distintivi



CAPILLARITÀ TERRITORIALE E PROSSIMITÀ AL CLIENTE
Presenza diffusa sul territorio e relazione diretta con le famiglie italiane.

RETE DI CONSULENTI GIOVANE E IN EVOLUZIONE
Private Banker con approccio dinamico, orientato all'innovazione e ai nuovi modelli di relazione.

ACCESSO PRIVILEGIATO A NUOVI SEGMENTI DI CLIENTELA
Forte potenziale su target emergenti, come donne, nuove generazioni e clienti di medie dimensioni

UN POSIZIONAMENTO DISTINTIVO NEL PANORAMA ITALIANO
La forza di un'identità unica, fondata su fiducia, familiarità e vicinanza ai clienti.

Private Banker
Poste Premium
35 anni
vs 53 anni
mercato PB

Distribuzione Asset Under Management Poste Premium

1-5 mln €
0,5-1 mln €

Il cliente (davvero) al centro

Esiste dunque un modo per mantenere davvero centrale l'interesse del cliente? «In un contesto di sovraesposizione informativa, il consulente genera valore riducendo il carico cognitivo del cliente e aiutandolo a visualizzare uno scenario futuro vantaggioso – affermano ancora dalla Luiss Business School – Per farlo, deve entrare nella «mappa del mondo» del cliente, comprendendone priorità, timori e aspirazioni. Il cambio di paradigma richiesto è netto: non si parte dalla soluzione che si vuole proporre, ma dal problema che il cliente vuole risolvere. Ogni interazione negoziale deve rispondere alla domanda implicita «What's in it for me?» – «Che cosa ne ricavo?». Quando il beneficio è comunicato in modo semplice, concreto e credibile, il cliente non percepisce una semplice offerta, ma una decisione che semplifica il presente e apre una traiettoria di valore futuro».

Le parole di oltre 200 colleghi che seguono i clienti con patrimoni importanti

I CONSULENTI PREMIUM

«Competenza, metodo, relazione: così gestiamo i grandi patrimoni dei clienti»

Da ogni parte d'Italia raccontano il loro lavoro: storie di relazioni, competenza e impegno che mostrano come la consulenza personalizzata nasca dall'incontro tra professionalità, innovazione e attenzione alle persone. Con il cliente sempre al centro

Sono oltre 200 i Consulenti Premium che ci hanno inviato la loro testimonianza, parlandoci delle loro esperienze, di cosa significa questo lavoro e di quali sono le componenti essenziali per svolgerlo al meglio. Dalle loro parole emergono con chiarezza le caratteristiche di una consulenza personalizzata, costruita sul cliente e portata avanti con empatia, ascolto, vicinanza e soprattutto professionalità e competenza.

Sono storie e pareri che arrivano da tutta Italia, da ognuna delle sei macro aree di Poste Italiane, e che tratteggiano con decisione la capillarità della nostra Azienda, presente in ogni centro (anche il più piccolo) e dove, abbiamo visto, ci sono grandi patrimoni da gestire e, in primo luogo, da proteggere.

I Consulenti Premium lo fanno con il loro impegno e con i tanti strumenti messi a disposizione

dall'Azienda, che vanno dalla formazione alla possibilità di incontrare il cliente fuori sede, fino all'Advisory Desk: una consulenza di altissimo profilo che è sempre particolarmente apprezzata in fase di investimento. Poi, c'è il lato umano: anche questo si delinea prepotente dalle parole e dalle storie degli oltre 200 colleghi che troverete nelle pagine a seguire.

Tutti parlano di ascolto e di comprensione dei bisogni del cliente. E parlano anche di sogni da realizzare, di felicità nel diventare dei punti di riferimento. Una componente che ben conosciamo in Azienda, quella umana, che porta a mettere il cliente sempre al centro, seguendo i suoi bisogni e le sue prospettive.

Infine, e non ultimo, c'è il gioco di squadra: sono molti i consulenti che pongono l'accento sull'importanza del coinvolgimento dell'ufficio postale, in una strategia sinergica costante.

ANNA PICONE

NORD OVEST
FILIALE GENOVA 2 PONENTE

«Ascolto, organizzazione e fiducia: non lasciamo mai solo il cliente»

Sono laureata in Economia Aziendale con magistrale in Management, lavoro in Poste dal 2021. Ho iniziato come Consulente di sala, poi Mobile nel 2024 e Premium. Mi piace questo ruolo, consente di costruire relazioni solide e durature con i clienti, basate su ascolto e fiducia. Mi considero organizzata, precisa e determinata: la capacità di comprendere le esigenze delle persone e accompagnarle nelle loro scelte è uno degli aspetti più stimolanti e gratificanti del mio lavoro.



GIOVANNI SORGATO

NORD EST
FILIALE PADOVA

«Il cliente? Lo trattiamo come una persona di famiglia»

La strategia più efficace per raggiungere gli obiettivi è sviluppare una forte empatia con il cliente, che va consigliato come fosse un membro della nostra famiglia. La fiducia che ne deriva è la base di qualsiasi successo in questo lavoro. Questo approccio mi ha aiutato a raggiungere risultati come consulente mobile e, alla lunga, mi aiuterà anche nella gestione dei grandi patrimoni che i clienti Premium e l'azienda mi consegnano.



ISABEL TASSELLI

CENTRO NORD
FILIALE FERRARA

«Lavoriamo a braccetto con l'UP e la consulenza è su misura»

Il ruolo del Consulente Premium è dinamico e stimolante. Il pacchetto clienti ridotto ti dà la possibilità di creare una relazione di fiducia con il cliente che perdura nel tempo, diventando per lui una figura di riferimento. La consulenza su misura valorizza il suo portafoglio in modo significativo. Altro pilastro fondamentale di questa attività è la sinergia con tutto l'ufficio postale.



SELENIA SCUNGIO

CENTRO
FILIALE ISERNIA

«Creando una relazione esclusiva con i clienti acquisiamo patrimoni»

Con la clientela Premium il valore fondamentale sta nella fiducia e nell'esclusività, trasformando la relazione in un rapporto a lungo termine, non solo con il cliente, ma anche con i suoi affetti. Questo consente di creare una consulenza personalizzata, creata su misura per quel cliente specifico, grazie all'ascolto profondo dei suoi bisogni.



BENIAMINO BATTISTA

SUD
FILIALE AVELLINO

«Sappiamo mutare la complessità in soluzioni di risparmio concrete»

Credo che il valore della consulenza risieda nella capacità di comprendere i bisogni delle persone e trasformare anche le situazioni più complesse in soluzioni concrete. Ho 24 anni di esperienza, di cui 17 nel settore bancario, costruisco relazioni basate su fiducia, competenza interdisciplinare e presenza costante. Gli obiettivi si raggiungono quando il cliente sa di poter contare su un professionista affidabile.



DAVIDE GRILLO

SICILIA
FILIALE TRAPANI

«Un percorso di crescita che parte dalla relazione con chi si affida a noi»

Ricopro questo ruolo dal 2021 e ho visto il canale Premium crescere ed evolversi. Ad oggi posso dire che sono felicissimo della scelta lavorativa che ho fatto quando allora mi fu chiesto se volessi partecipare al colloquio per queste nuove figure. Allora si sapeva ancora poco e molti erano diffidenti. Io ho sempre creduto nel canale ed ero convinto che l'azienda stesse facendo la cosa giusta affacciandosi verso il segmento della consulenza Private.



CINZIA FELEPPA

NORD OVEST
FILIALE BUSTO ARSIZIO

«Costruiamo il futuro del prossimo grazie ad ascolto e vicinanza»

Avere l'opportunità di incontrare persone è la vera ricchezza del mio lavoro. Come attraverso un caleidoscopio, il Consulente aiuta il cliente a guardare il proprio futuro da una nuova prospettiva, valorizzando il patrimonio e sostenendo i suoi progetti di vita. Le mie strategie sono l'ascolto, la disponibilità e una presenza costante: un incontro, una telefonata o una mail sono spesso l'inizio di una relazione di fiducia duratura.



MASSIMILIANO CARRESCIA

NORD OVEST
FILIALE TORINO 1 CITTÀ

«Molti vip tra i miei clienti per i quali sono un riferimento»

Grazie a questo incarico sono molto conosciuto nella mia filiale e sono un punto di riferimento per molti colleghi che ogni giorno mi chiedono supporto tecnico e mi segnalano nuovi clienti. Ho gestito e tutt'ora gestisco patrimoni significativi di persone molto note, ovviamente non posso fare nomi. Il 19 maggio scorso abbiamo organizzato un incontro con i clienti presso la sala filatelica della filiale Torino 1, intitolato appunto "Il Valore della Relazione" e ha avuto molto successo.



LEDA BONINI

NORD OVEST
FILIALE GENOVA 1 LEVANTE

«Ho appena iniziato questo percorso ma sento già solidità e fiducia»

Il mio percorso come Consulente Premium è appena iniziato, ma nasce da un'esperienza costruita nel tempo. Come referente di zona ho collaborato con direttori e consulenti, creando rapporti di stima e fiducia. Oggi metto questo patrimonio di competenze al servizio dei clienti, offrendo soluzioni personalizzate e costruendo, insieme ai consulenti, relazioni solide e durature.



MARCO MARCHESE

NORD OVEST
FILIALE IMPERIA

«Un piacere accompagnare i clienti nei loro progetti di vita»

Questa professione è stimolante e allo stesso tempo delicata. Metto in campo nel quotidiano le attività di organizzazione e pianificazione per valorizzare e proteggere al meglio il patrimonio di queste persone e le loro famiglie. Mi ha colpito particolarmente il rapporto costruito con un cliente di un ufficio postale che è stato molto contento e soddisfatto del servizio Premium Top e della cura sul patrimonio per realizzare nuovi progetti di vita e rispondere alle sue esigenze.



CLAUDIA CAPOZZA

NORD OVEST
FILIALE MILANO 2 NORD

«Diffondiamo una cultura finanziaria consapevole tra i cittadini»

È una sfida quotidiana che ti permette di metterti in gioco e di crescere da ogni punto di vista. La formazione e il confronto costante, vedere i clienti ad ogni appuntamento sempre più consapevoli del percorso che stiamo facendo insieme, sono aspetti che mi motivano ad impegnarmi nel mio lavoro. Penso che il nostro sia un ruolo cruciale anche dal punto di vista sociale, per trasferire ai clienti una cultura finanziaria sana e consapevole.



VALERIO CARBONE

NORD OVEST
FILIALE ALESSANDRIA 2

«Due milioni e mezzo in un giorno: il mio successo professionale»

Gli ingredienti del mio lavoro? Relazione con la clientela molto forte grazie agli incontri trimestrali programmati in modo da diventare il punto di riferimento dei clienti; pianificazione commerciale tramite gestione scadenze, monitoraggio quotidiano DNA, e chiamate ai clienti con alto valore aggiunto e multibancarizzati. Un caso di successo professionale è stato la gestione di due clienti per un totale di 2.500.000 euro nello stesso giorno (uno 1.500.000 e l'altro 1.000.000).



GIUSEPPE PANICE

NORD OVEST
FILIALE IMPERIA

«Sappiamo come far migliorare il portafoglio di chi investe»

La mia strategia commerciale è improntata a far combaciare l'obiettivo di raccolta investimenti con la consulenza ai clienti che presentino aree di miglioramento nella gestione dei propri risparmi e del proprio portafoglio. Sto avendo la possibilità di specializzarmi nel settore degli investimenti e della gestione del risparmio. Inoltre posso instaurare un rapporto più diretto con il cliente che mi permette di poterli offrire una consulenza personalizzata.



RAFFAELE LIPPI

NORD OVEST
FILIALE MILANO 5 EST

«Fondamentale la collaborazione con i colleghi dell'ufficio postale»

Nella mia esperienza, la gestione di clienti con portafogli elevati presuppone una solida collaborazione con l'ufficio postale e l'attitudine a porre il cliente al centro dell'attività, garantendo soluzioni personalizzate, servizi integrati e la massima discrezione per rispondere alle loro esigenze personali e finanziarie.



ALBA TOMAINO

NORD OVEST
FILIALE MILANO 4 OVEST

«Fidelizzazione e lavoro di squadra: il valore nasce nel quotidiano»

Per raggiungere gli obiettivi commerciali punto su pianificazione delle attività e lavoro di squadra. La fidelizzazione del cliente rappresenta un elemento centrale del mio approccio: costruisco relazioni di fiducia attraverso ascolto attivo e soluzioni personalizzate. La maggiore soddisfazione è ricevere dai clienti apprezzamenti per la qualità del servizio ricevuto oltre che per le performance.



LUCA FASSOLA

NORD OVEST
FILIALE ALESSANDRIA 1

«Con il nostro operato la consulenza diventa un servizio di valore»

Il servizio Premium mi impone di affiancare alle necessarie competenze tecniche, anche doti relazionali importanti. La strategia per raggiungere gli obiettivi commerciali e mantenere la relazione con i clienti è quella di instaurare con loro e con i colleghi un rapporto di fiducia, fornendo un servizio rapido, di alto livello e soprattutto personalizzato.



SIMONE FIZANI

NORD OVEST
FILIALE MILANO 1 CITTÀ**«Così ho trasformato una successione in un progetto di vita familiare»**

Voglio raccontare l'aneddoto di una successione. Quando Marco ha perso suo padre Luigi, si è trovato a gestire un'eredità importante e tanta incertezza anche perché Marco non era nostro cliente. Insieme abbiamo affrontato quel momento difficile trasformandolo in un progetto che coinvolgesse anche sua moglie e i loro figli. Un importante segnale di fiducia nei miei confronti e nei confronti del progetto premium e di Poste.



FERNANDO SALAS PAREDES

NORD OVEST
FILIALE PAVIA**«In me il cliente riconosce un vero partner di lungo periodo»**

Da oltre un anno accompagno la clientela Private di Pavia con un approccio fondato su ascolto, fiducia e visione di lungo periodo. Credo che ogni patrimonio racconti una storia: il mio obiettivo è trasformare esigenze e aspirazioni in soluzioni concrete. Il successo più grande? Quando un cliente non vede più solo un gestore, ma un vero partner nelle proprie scelte finanziarie.



PASQUALE MONDO

NORD OVEST
FILIALE MILANO 5 EST**«Empatia e buon senso: i nostri strumenti principali»**

Ogni cliente è un universo a sé, ogni situazione è unica. Al di là dell'approccio imprenditoriale che questa professione richiede, il buon senso e la capacità di mettersi nei panni dell'altro sono fondamentali. Sono proprio questi gli elementi che chi hai di fronte percepisce, in modo conscio o inconscio, e che permettono di costruire un rapporto di fiducia autentico e duraturo.



FABRIZIO TRISCARI

NORD OVEST
FILIALE MILANO 1 CITTÀ**«È il passaparola dei clienti a permetterci di ampliare la rete»**

La relazione tra Consulente Premium e la clientela di Poste si fonda su fiducia, ascolto e responsabilità; questa torna sempre al centro: per esempio quando un cliente soddisfatto mi ha presentato un imprenditore amico, anche grazie al passaparola si conferma la solidità del rapporto. È un onore gestire i clienti più importanti di Poste, viene permesso accrescere il proprio profilo consulenziale.



ROSA LO BALBO

NORD OVEST
FILIALE LODI**«Siamo come dei sarti di alta moda della consulenza patrimoniale»**

Nella gestione dei clienti Premium per me è fondamentale l'ascolto attivo che mi permette di far emergere i loro bisogni e di creare un fondamentale rapporto di fiducia. Avere a disposizione tante soluzioni di investimento personalizzabili, mi permette di avere un approccio "sartoriale" e per un cliente sapere che il tuo consulente lavora per costruire il tuo portafoglio esattamente come un sarto, che cuce un abito su misura apposta per te è molto importante.



MATTEO MAMMARELLA

NORD OVEST
FILIALE COMO**«La preparazione resta il valore distintivo per capire i mercati»**

Sono presente nel mondo della consulenza finanziaria dal 2005. Da allora il mondo si è evoluto e di conseguenza la conoscenza finanziaria dei clienti. Venti anni fa era prevalentemente il Consulente l'accesso agli investimenti, ad oggi - con l'avvento dei social, dell'AI e del web sempre più fruibile - il mondo della consulenza è cambiato. Il requisito fondamentale diventa l'essere sempre informati e preparati per poter rispondere ad ogni domanda.



PANTALEONE MANSI

NORD OVEST
FILIALE VARESE**«Entriamo nella vita delle famiglie con discrezione e competenza»**

Essere Premium va oltre la semplice consulenza, significa quasi essere un membro della famiglia per alcuni clienti. Andiamo oltre la consulenza, per essere un buon Premium non è necessario conoscere e fidelizzare il cliente, ma essere il suo centro finanziario, entrare a contatto con l'intero nucleo familiare e con la vita di tutti i giorni per comprendere come meglio rispondere alle sue esigenze e tutelare il suo patrimonio.



GIULIA MEINARDI

NORD OVEST
FILIALE SAVONA**«La forza della squadra per creare valore per l'Azienda»**

Il comparto Premium è differente da ogni altra realtà aziendale, ma deve sapersi rapportare con ognuna di esse; una relazione positiva con i colleghi è la mia più grande forza, che mi permette di incontrare i clienti Premium e, col tempo, migliorarne patrimonio e servizi, unendo le relazioni forti create nel tempo dai colleghi con le condizioni che posso offrire io attraverso il contratto Premium.



FABIO MENEGON

NORD OVEST
FILIALE COMO**«Ascolto gli obiettivi delle persone per creare una consulenza ad hoc»**

Raggiungo gli obiettivi commerciali attraverso un approccio di reale consulenza, basato su disponibilità, ascolto, analisi dei bisogni e soprattutto sulla proposta di soluzioni personalizzate. Con i miei clienti costruisco relazioni di fiducia, fondate su competenza, trasparenza e attenzione ai loro obiettivi.



LUCA VERIN

NORD OVEST
FILIALE PINEROLO**«Il vero successo è quando un cliente mi riaffida i suoi progetti»**

Affiancare clienti con patrimoni rilevanti richiede competenza e senso di responsabilità. Per me è un privilegio. Il vero risultato non è una vendita, ma un rapporto di fiducia: quando un cliente torna soddisfatto e mi riaffida i suoi progetti, considero raggiunto il mio obiettivo.



FABRIZIO MONACO

NORD OVEST
FILIALE MILANO 1 CITTÀ

«La forza del brand di Poste rappresenta un valore aggiunto»

In un territorio altamente competitivo come quello milanese, la forza del brand rappresenta il valore aggiunto. In Poste ho trovato una realtà solida e dinamica. Quale Gestore Premium ho la responsabilità di affiancare i clienti ad alto valore in molte delle loro scelte. Con metodo e disciplina, con l'ascolto attivo e pacato, sono riuscito a creare rapporti basati su fiducia e credibilità, ponendomi come principale obiettivo il consolidamento delle relazioni umane.



MATTEO TROTTA

NORD OVEST
FILIALE TORINO 1 CITTÀ

«Guardiamo oltre il presente per far guadagnare clienti e famiglie»

Bisogna gestire i clienti guardando a un orizzonte temporale lungo. Seguirli in tutti i percorsi della vita programmando e strutturando passaggi generazionali. Far emergere i veri bisogni e accompagnarli nel raggiungimento degli stessi. Nel gestire la clientela Premium ci troviamo di fronte a tutte le tipologie di clientela, dal piccolo risparmiatore che tramanda da generazioni il risparmio (la maggioranza dei clienti in Poste) a noti imprenditori a livello nazionale.



ANTONIO NAPOLITANO

NORD OVEST
FILIALE BRESCIA 1

«Grazie al Premium ho mantenuto un patrimonio di due milioni»

Ho vissuto sia particolari casi di successo nel territorio sia gestito patrimoni di valore particolarmente significativo. Ad esempio, nel mese di dicembre è venuta a mancare una signora con un patrimonio di quasi due milioni di euro, eredi le due sorelle e un nipote. La partita non è stata facile ma siamo riusciti a mantenere la quasi totalità del patrimonio in Poste anche grazie ai servizi e prodotti offerti dal mondo Premium di Poste Italiane.



LORENZO BOCCIARDO

NORD OVEST
FILIALE GENOVA 2 PONENTE

«Voglio diventare un riferimento nella gestione dei patrimoni»

Sono diventato Premium il 18 maggio e ho già capito quanto sia un lavoro stimolante e di responsabilità. Mi piace la possibilità di seguire un numero selezionato di clienti con patrimoni importanti, costruendo con loro una relazione di fiducia nel tempo. In questo ruolo posso unire competenza tecnica e attenzione alla persona: non si tratta solo di proporre prodotti, ma di fare una vera consulenza evoluta sulla gestione del patrimonio, considerando obiettivi, famiglia e progetti futuri.



RANGELES POLANCO

NORD OVEST
FILIALE CREMONA

«La trasparenza? Punto di partenza per un rapporto di valore»

È importante essere presenti e mantenere i clienti informati per costruire un rapporto di fiducia. Un caso di particolare successo è quello del cliente che aveva solo un fondo in PTF e avendo ricevuto la rendicontazione annuale a casa, in cui erano riportate le informazioni su tutti i prodotti di BP Fondi SGR, ha deciso di trasferire da noi gran parte del patrimonio (circa 2 milioni di euro) premiando la nostra trasparenza.



MATTEO PRIANO

NORD OVEST
FILIALE ALESSANDRIA 1

«Quella volta che lavorai a casa di una nostra cliente»

Lavorare con clienti Premium significa ascoltare, capire le esigenze e costruire fiducia nel tempo. Seguo patrimoni importanti con un approccio personalizzato. Tra i ricordi più belli c'è una consulenza svolta a casa di una cliente impossibilitata a venire in ufficio: un gesto semplice che ha rafforzato il nostro rapporto.



RICCARDO RE

NORD OVEST
FILIALE PAVIA

«Per noi è essenziale il dialogo continuo con l'Advisory Desk»

Sono Premium da oltre quattro anni e ritengo fondamentale accompagnare la clientela con una visione di lungo periodo. Sono convinto che il raggiungimento degli obiettivi commerciali si fondi su trasparenza, fiducia e sulla costruzione di relazioni solide e durature. A tal fine, considero essenziale mantenere un dialogo costante attraverso incontri periodici nel corso dell'anno, avvalendomi anche del supporto dell'Advisory Desk.



PAOLA RIZZO

NORD OVEST
FILIALE AOSTA

«Importante saper preservare la privacy dei nostri clienti»

Per raggiungere gli obiettivi commerciali lavoro su ascolto attivo, pianificazione e consulenza su misura. Con la clientela Premium la relazione si basa su fiducia, riservatezza e personalizzazione. Ho gestito patrimoni significativi, rafforzando la relazione nel tempo e contribuendo alla crescita commerciale tramite fidelizzazione e nuove opportunità.



MATTEO ELIA QUARTI

NORD OVEST
FILIALE BERGAMO 2

«L'offerta Fuori Sede di Poste è un vero valore aggiunto»

Grazie al ruolo di consulente Premium ho creato con i DUP e gli SCF una collaborazione paritetica volta al raggiungimento degli obiettivi comuni. Punto di forza della mia attività credo sia l'Offerta Fuori Sede, ovvero servo i clienti presso il loro domicilio, questo mi permette di migliorare la relazione umana alzando il livello di soddisfazione degli stessi.



ROSANNA SANDRINI

NORD OVEST
FILIALE MANTOVA

«App, consigli finanziari e saluti: così si crea l'attenzione a 360°»

Raggiungo i miei obiettivi curando la relazione nel quotidiano. Con i clienti Premium il successo nasce dai piccoli gesti: un aiuto veloce con l'App, una corretta pianificazione finanziaria, ma anche un messaggio di auguri sincero. Questa attenzione familiare sul territorio abbate le barriere, crea una fiducia profonda e trasforma la consulenza patrimoniale in un successo condiviso.



MARCO MORRONE

NORD OVEST
FILIALE TORINO 2 NORD

«Questo segmento ha fatto passi da gigante negli anni»

Sono entrato come consulente finanziario già iscritto all'albo OCF dopo diverse esperienze nel settore e sono Premium dal 2021. Occuparsi dei clienti Private qui è sfidante. Il segmento negli ultimi anni ha fatto passi da gigante, consentendoci di gestire al meglio gli aspetti più importanti per la clientela Wealth a livello personale e familiare che si affiancano all'area finanziaria, come le componenti immobiliari e i delicati aspetti successori di passaggio generazionale.



GENNARO VENERE

NORD OVEST
FILIALE MILANO 4 OVEST

«Poste ha ottimizzato il passaggio generazionale dei patrimoni»

Con la clientela Premium la relazione verte su fiducia assoluta, riservatezza e soluzioni su misura. La strada seguita per raggiungere gli obiettivi si fonda su un ascolto sartoriale e un'analisi rigorosa dei mercati. Recentemente, grazie ad un importante lavoro di squadra, è stato ottimizzato un passaggio generazionale di un importante patrimonio della filiale: un successo che ha consolidato la mia forte passione per il ruolo.



NICOLETTA TEDESCO

NORD OVEST
FILIALE MANTOVA

«Relazione e fidelizzazione dei clienti per un legame stabile e consolidato»

Sono in Poste da sei anni e Premium da circa un anno. Ho potuto consolidare capacità e competenze e acquisirne ulteriori; in particolare ho sviluppato maggiormente la relazione e la fidelizzazione con i clienti e relativi familiari in quanto gestisco un portafoglio stabile e quindi il legame che si instaura è di fiducia e duraturo nel tempo. Questo aspetto porta di conseguenza a lavorare con un'organizzazione efficace e a una pianificazione e gestione del tempo.



MATTEO ZULIAN

NORD OVEST
FILIALE LECCO

«Entriamo nella vita delle persone per diventare un loro punto fisso»

L'aspetto che più mi rende orgoglioso del mio lavoro è la possibilità di creare relazioni autentiche, fondate sulla fiducia e destinate a durare. Si inizia entrando in punta di piedi nella vita delle persone ascoltandole con attenzione e dedizione, ne si comprendono valori, obiettivi e aspirazioni. È da ciò che scaturisce un legame che si consolida nel tempo fino a diventare un punto di riferimento nelle decisioni della loro vita. Molto di più che "semplici" consigli sull'investimento del momento.



CARMELO GIACCONE

NORD OVEST
FILIALE MILANO 2 NORD

«Comprendere bisogni e aspettative per costruire relazioni con pazienza»

La mia strategia è costruire pazientemente una relazione professionale e umana con il cliente, con l'obiettivo di capire i suoi veri bisogni, preoccupazioni e aspettative. Tutto ciò rappresenta, a mio avviso, un passaggio imprescindibile per poter svolgere un servizio di elevata qualità e costruire una fiducia che duri nel tempo.



VERONICA TUNI

NORD OVEST
FILIALE BUSTO ARSIZIO

«Mi rende orgogliosa poter costruire dei patrimoni»

Nel mio lavoro l'ascolto e l'attenzione sono fondamentali. Il cliente è al centro, al fine di offrire tutto il supporto di cui ha bisogno attraverso un servizio personalizzato, con l'intento di trasmettere i valori che da sempre contraddistinguono la nostra azienda. Valorizzare e proteggere patrimoni significativi è motivo di orgoglio in questo lavoro, così da offrire quotidianamente una consulenza specifica e adeguata a 360 gradi.



MADDALENA BARAGGIA

NORD OVEST
FILIALE VERBANIA

«Laurea in Finanza, poi SCF E ora affronto la sfida Premium»

Dopo la laurea magistrale in Finanza ho iniziato il mio percorso lavorativo come SCF e da qualche mese sono passata al segmento Premium, dove si possono offrire ai clienti prodotti e servizi ancora più personalizzati e di alta qualità. Un aspetto importante è la relazione che sappiamo costruire con i nostri clienti, che ci aiuta a consolidare la fiducia e a realizzare i loro obiettivi.



MICHELE LUONGO

NORD OVEST
FILIALE BERGAMO 2

«Alla base di ogni nostra azione c'è sempre il saper ascoltare»

Ogni relazione nasce dall'ascolto. Con i nostri clienti costruisco percorsi personalizzati, basati su fiducia, competenza e continuità. L'obiettivo non è solo valorizzare il patrimonio, ma accompagnare ogni scelta con soluzioni coerenti con esigenze e obiettivi, trasformando la consulenza in una relazione di lungo periodo.



ROBERTA MAIOLO

NORD OVEST
FILIALE BRESCIA 2

«Quando il cliente mi disse: ho una squadra solo per me»

Coinvolgendo i colleghi nella partecipazione a Teams con gli Advisory e instaurando una relazione con i clienti, ho superato le prime ostilità. Rappresentativo del nostro ruolo è il commento di un cliente Top 50 advise che dopo i primi incontri ha affermato: "Ho a disposizione una squadra solo per me". La collaborazione con l'ufficio è fondamentale per poter fornire il miglior servizio al cliente.



SILVIO PAGNOTTI

NORD OVEST
FILIALE MILANO 3 SUD

«Creare valore e patrimoni a Milano è una doppia soddisfazione»

La mia più grande soddisfazione professionale è gestire patrimoni di rilievo in un contesto competitivo come Milano, dove fare la differenza è una sfida quotidiana. Aiuto i clienti a superare vecchie logiche d'investimento per guidarli verso percorsi più articolati e attuali. Vedere il cliente ricredersi e valorizzare concretamente la resa del suo capitale dà vero valore al mio lavoro.



LEO MAMONE

NORD OVEST
FILIALE NOVARA

«Con formazione e affiancamento sono pronto per questa sfida»

Sono entrato da poco come Premium, che rappresenta per me una sfida stimolante, poiché si inserisce in un modello di business evolutivo. Affronto questo percorso con grande motivazione e con l'obiettivo di migliorare costantemente le mie competenze e i miei risultati. La filiale mi ha già assegnato un portafoglio clienti che sto iniziando a gestire, sia in autonomia sia con il supporto del coordinatore, consolidando progressivamente la mia operatività sul ruolo.



GIOVANNI PORTERI

NORD OVEST
FILIALE BRESCIA 2

«Telefono, appuntamenti ed empatia così conquisto la clientela»

La clientela Premium, nella maggior parte dei casi, è già fidelizzata con Poste e non ha comportamenti troppo distanti da quelli degli altri clienti. Tutti i casi in cui il cliente è soddisfatto per me sono motivo di grande orgoglio. La possibilità di avere qualcuno su cui contare sempre è la ricchezza maggiore che offriamo al cliente Premium: rispondere sempre al telefono, appuntamenti più ricorrenti e conoscenza più approfondita sono i punti di forza del servizio.



MARCO BURIN

NORD EST
FILIALE LEGNAGO

«I clienti sanno di affidarsi a consulenti con alta professionalità»

La consulenza Premium è il servizio esclusivo di Poste Italiane per la clientela Private. Ciò significa che il Gestore Premium è tutto per il cliente, il quale sa di affidarsi ad una figura di elevato valore e di altissima professionalità. L'aspetto principale, dal mio punto di vista, è la fiducia che il cliente ripone su di me: ogni attesa deve essere rispettata, la disponibilità deve essere massima.



LEDA FATTORI

NORD EST
FILIALE VERONA

«La sinergia con l'Advisory Desk migliora l'approccio al cliente»

Dal giugno 2019 ricopro il ruolo di Consulente Premium sulla Filiale di Verona: sono stata selezionata a livello nazionale con altri colleghi per lanciare questo progetto. In questi anni ho trasformato la complessità dei mercati finanziari in soluzioni concrete per i miei clienti, sviluppando un approccio di consulenza basato sulla fiducia a lungo termine e sulla sinergia con l'Advisory Desk.



SARA BERTOLDO

NORD EST
FILIALE VENEZIA

«Dopo un anno di Premium ho capito cosa vuol dire fiducia»

Sono nel ruolo di consulente Premium da un anno e, in questa nuova veste, ho capito l'importanza della relazione con il cliente e il rapporto di fiducia che si instaura. Questa è la chiave per poter svolgere il lavoro con professionalità e successo.



MARCO CASTIGLIEGO

NORD EST
FILIALE TREVISO

«Anticipare le esigenze del cliente per centrare i nostri obiettivi»

La chiave del mio lavoro consiste nel creare una forte sinergia e fiducia con la clientela Premium, offrendo soluzioni dedicate e trasparenti che valorizzino i risparmi giorno dopo giorno. Ogni successo nasce dall'ascolto attivo e dalla capacità di anticipare le esigenze. Raggiungo gli obiettivi commerciali mettendo al centro la relazione con le persone e la tutela del patrimonio.



ANTONIO FALCO

NORD EST
FILIALE TREVISO

«Voglio essere la prima scelta negli investimenti dei clienti»

Il mio obiettivo è essere il primo consulente che i clienti contattano quando si presenta una nuova opportunità di investimento o una somma importante da gestire, anche in presenza di rapporti con altri istituti finanziari. Ascolto, disponibilità e consulenza personalizzata sono gli elementi che guidano ogni giorno il mio lavoro. I risultati commerciali, del resto, sono una conseguenza della fiducia costruita nel tempo.



FEDERICO LA PIRA

NORD EST
FILIALE UDINE

«Premium da 5 anni: non riesco a immaginarmi in altri ruoli»

Il lavoro del gestore Premium è cruciale per il modello di business della nostra azienda. Ha la responsabilità di tutelare, gestire e soddisfare i clienti più importanti ed esigenti. Tuttavia, non ci si ferma a questo: dobbiamo attenzionare aspetti come la pianificazione successoria del patrimonio e la salvaguardia delle masse dall'attacco della concorrenza. Da 5 anni ricopro questo incarico e non riesco ad immaginarmi in nessun altro ruolo.



DANIELE DOTTO

NORD EST
FILIALE TREVISO

«Prima ascoltare, poi proporre ecco perché è un lavoro speciale»

Gli anni trascorsi nel mondo della consulenza mi hanno insegnato che ogni cliente ha una storia e degli obiettivi diversi. Per questo motivo la mia strategia è ascoltare prima di proporre, con la finalità di costruire relazioni di fiducia, offrendo una consulenza realmente personalizzata. Credo siano proprio queste relazioni a rendere speciale il nostro ruolo e il nostro lavoro quotidiano.



ALESSIO SALVATORE ALÙ

NORD EST
FILIALE VERONA

«Contatti frequenti con chi investe e formazione per crescere»

Ho superato i corsi di formazione per l'esame di abilitazione all'OCF e da aprile mi è stato assegnato il primo pezzo di portafoglio. All'inizio ho cercato di conoscere i clienti e di instaurare una relazione. Ho notato che, rispetto al mercato retail, il settore Premium richiede competenze superiori. Cercare di guadagnare la fiducia del cliente è l'obiettivo principale e ciò può essere raggiunto attraverso dei contatti sempre più frequenti.



GIORGIA PAVANIN

NORD EST
FILIALE ROVIGO**«Gestione proattiva e monitoraggio costante del patrimonio»**

Il valore della consulenza Premium si basa sulla relazione di fiducia con il cliente e su un approccio orientato alla sua conoscenza e alla fidelizzazione, per coniugare la costruzione di un portafoglio efficiente e diversificato a un'elevata customer satisfaction. La gestione proattiva e il monitoraggio costante del patrimonio è il focus della nostra attività, con l'obiettivo di aiutare il cliente in ogni sua fase di pianificazione finanziaria.



ANDREA ZAGON

NORD EST
FILIALE PADOVA**«I clienti apprezzano molto la presenza dell'Advisory Desk»**

Per raggiungere gli obiettivi commerciali sfrutto moltissimo l'Advisory Desk, un servizio con il quale mettiamo in contatto i nostri clienti con uno specialista, in grado di fornire ulteriori consigli in tema di consulenza, contestualizzando le argomentazioni alle condizioni economiche e politiche attuali. Questo servizio (che i clienti sembrano apprezzare molto) ci permette di consolidare in modo ottimale la relazione con loro.



EMILIANO APOSTOLI

NORD EST
FILIALE GORIZIA**«Un milione di euro a Monfalcone grazie a un lavoro di team con l'UP»**

Ho imparato che, per raggiungere gli obiettivi, la chiave è ragionare in termini di priorità del cliente. Questi ricercano una persona su cui poter contare, anche per aspetti che esulano dalla sfera lavorativa. Il caso di successo più curioso riguarda l'ufficio di Monfalcone: con la squadra dell'ufficio postale abbiamo gestito una somma da 1 milione di euro, derivante da una liquidazione per sinistro, destinata a due clienti che non erano neanche censiti.



ANDREA SIMEONE

NORD EST
FILIALE TREVISO**«Fiducia e trasparenza: la ricetta con il cliente al centro»**

Nel mio lavoro i risultati più significativi si ottengono solo mettendo al centro il cliente e mappando in maniera accurata le sue esigenze. Fiducia e trasparenza, costituiscono, poi, i requisiti fondamentali per edificare un rapporto di lungo periodo. Essere sempre disponibili, saper intercettare i bisogni dell'interlocutore, proporre le soluzioni più adeguate, completano la ricetta di una consulenza ad alto valore aggiunto.



ANTONIO CARBONE

NORD EST
FILIALE VERONA**«Costruiamo un futuro finanziario solido per le nuove generazioni»**

Ogni patrimonio ha una storia che richiede una sua specifica strategia: il mio compito è comprendere gli obiettivi dei clienti e trasformarli in un piano finanziario coerente e sostenibile nel tempo, poiché i mercati finanziari e le esigenze personali possono cambiare. La soddisfazione più grande è contribuire a proteggere e valorizzare il loro patrimonio, aiutandoli a costruire un futuro finanziario solido per le generazioni che verranno.



FERDINANDO BELLESE

NORD EST
FILIALE TREVISO**«Amo il mio lavoro e lo svolgo con empatia ed equilibrio»**

Ho affrontato tutte le complesse fasi dei mercati degli ultimi anni e ho capito che, nel rapporto con il cliente, l'equilibrio nelle scelte e la fiducia reciproca sono essenziali. Ho imparato che il vero valore della consulenza nasce, oltre che dalla fiducia, anche dall'ascolto e dalla visione di lungo periodo. Amo il mio lavoro perché mi permette di accompagnare le persone nelle loro scelte patrimoniali con responsabilità, empatia e visione.



MARCO PIN

NORD EST
FILIALE PORDENONE**«Spiego con chiarezza i prodotti e i vantaggi della pianificazione»**

Svolgo questo incarico da circa tre mesi e sin dall'inizio ho cercato di creare una forte e solida relazione con i clienti, con l'obiettivo finale di proteggere e accrescere il loro patrimonio nel tempo. Per far questo, cerco di essere molto chiaro nella spiegazione dei vantaggi di una corretta pianificazione finanziaria, focalizzandomi sulle loro esigenze e sulle prospettive future dei clienti e dei mercati.



DANIELE PENTASSUGLIA

NORD EST
FILIALE TRIESTE**«Offro sempre la mia massima disponibilità a chi vuole investire»**

Fiducia con il cliente, tranquillità, precisione e controllo delle variabili: ecco perché pianifico gli incontri, preparo dettagliati report patrimoniali, offro sempre la mia massima disponibilità. Grazie a questo modus operandi, unito a una buona dose di perseveranza, sono stati raggiunti i successi più rilevanti. Nel caso di eventi esterni negativi, invece, questo metodo di lavoro non può fare molto per evitarli ma può fare molto affinché abbiano un epilogo meno negativo.



GRETA BUDO

NORD EST
FILIALE ROVIGO**«Ascolto, comprendo, costruisco: un'avventura che è solo all'inizio»**

Da giugno sono entrata a far parte della rete dei consulenti Premium. Svolgere questo ruolo significa creare relazione ancor prima di proporre soluzioni adeguate al cliente. E così, ascolto e comprendo le esigenze, costruendo un rapporto basato sulla fiducia: questi sono i valori alla base della mia consulenza.



MICHAEL VITANGELI

CENTRO NORD
FILIALE FERMO**«Un lavoro certosino per il tessuto economico unico del Fermano»**

Nel Fermano guidiamo un tessuto economico unico. Come Consulente Premium di Poste Italiane punto su empatia, trasparenza e fiducia. Gestisco ogni cliente in modo sartoriale con strategie mirate sui bisogni, orizzonte temporale e tolleranza al rischio, trasformando il risparmio in uno strumento di serenità e libertà.



LIVIO CASTELLARI

CENTRO NORD
FILIALE FERMO

«Biglietto e IBAN: con la simpatia ho conquistato una cliente»

Nel mio lavoro cerco prima di tutto di comprendere le persone e le loro esigenze. Ricordo la mia prima cliente che, dopo diversi incontri, mi confessò di non sapere cosa fare dei propri risparmi. Per scherzo, le scrissi il mio IBAN su un biglietto: quel gesto le trasmise serenità e decise di investire. Da allora ho capito quanto l'empatia e la vicinanza siano fondamentali per costruire un rapporto di fiducia duraturo.



LUDOVICA MUCCICHINI

CENTRO NORD
FILIALE FERMO

«Da consulenti a confidenti: lì capiamo che ce l'abbiamo fatta»

Credo che i risultati nascano prima di tutto dalle relazioni. Ascolto, presenza e fiducia sono gli strumenti con cui accompagno ogni cliente verso le sue scelte. Con la clientela Premium costruisco percorsi su misura, condividendo obiettivi e valori. Le soddisfazioni più grandi? Arrivano quando il cliente inizia a considerarti un punto di riferimento, prima ancora che un Consulente.



ALBERTO TOGNARELLI

CENTRO NORD
FILIALE FIRENZE 1

«Premium? Uso le parole di Battisti: "Tu chiamale se vuoi, emozioni"»

Gestire importanti patrimoni è una bella sfida. Tra gli aneddoti, quello di una cliente, pronta ad investire 1.600.000 euro. Il suo apprezzamento nei miei confronti fu immediato. Tuttavia, il sì finale dipendeva da un ultimo step: la descrizione del mio lavoro al figlio 25enne, che era al telefono e in viva voce. Dopo quasi un'ora, ecco il sì finale. Come canterebbe Battisti, "tu chiamale, se vuoi, emozioni".



ANDREA LELLI

CENTRO NORD
FILIALE FORLÌ

«Evitando scelte emotive ho gestito anche i periodi di crisi dei mercati»

Una consulenza Premium patrimoniale a 360 gradi si fonda su ascolto, competenza e professionalità. Per ogni cliente è fondamentale tutelare il patrimonio e garantirne la crescita nel tempo. Nei periodi di crisi ho gestito le preoccupazioni sull'azionario, evitando scelte emotive. Questo ha consolidato la relazione e costruito una fiducia solida nel tempo.



ELISA ANGELONI

CENTRO NORD
FILIALE MASSA CARRARA

«Una missione, senza giri di parole: entrare nel cuore dei clienti»

Per me la consulenza Premium significa entrare nel cuore dei progetti dei clienti, comprenderne obiettivi e priorità e costruire insieme un percorso personalizzato. La fiducia reciproca è il valore che guida ogni scelta e consente di trasformare i progetti in risultati concreti, offrendo un supporto costante in ogni fase della loro vita.



LUIGI D'AMBRA

CENTRO NORD
FILIALE REGGIO EMILIA

«Tutto si fonda sul valore umano ecco perché è un lavoro speciale»

Gestire grandi patrimoni è una responsabilità che va oltre i numeri. Il mio caso di successo più bello nasce dal trasferimento di un ingente capitale da parte di una nota scrittrice. Al di là del traguardo commerciale, questo lavoro offre il privilegio unico di affiancare persone di straordinaria caratura morale, costruendo relazioni di fiducia autentica, fondate sul valore umano.



MARCO MICHELANGELI

CENTRO NORD
FILIALE ANCONA

«Consulenti, UP e Advisory Desk: il modello operativo è sinergico»

Il raggiungimento dei nostri obiettivi commerciali si basa su un modello operativo sinergico, che unisce l'efficacia della relazione all'utilizzo delle piattaforme consulenziali più evolute. Valori aggiunti sono la competenza, rafforzata dalle numerose iniziative aziendali di formazione e aggiornamento professionale e un catalogo prodotti a disposizione variegato, che ci consente di soddisfare tutte le esigenze della clientela Premium.



MARCELLO SPAGNOLETTI

CENTRO NORD
FILIALE BOLOGNA 1

«Noi siamo quelli che mettono al sicuro i sogni di ogni famiglia»

Ascolto continuo, riservatezza e pianificazione sartoriale sono l'anima della mia consulenza Premium. In più, ecco un modello fatto di progetti di vita su misura, che mettono al centro la protezione dei patrimoni e la continuità del passaggio generazionale. L'obiettivo è dare serenità a chi si affida a me, mettendo al sicuro i sogni e i valori di ogni famiglia.



ELENA PAZZAGLIA

CENTRO NORD
FILIALE BOLOGNA 2

«Dal 2022 sono Premium e ho capito quanto conta l'empatia»

La mia esperienza come Gestore Premium è iniziata nel 2022. Il servizio Premium prevede un'offerta personalizzata articolata su una vasta gamma di prodotti di investimento. Tali prodotti consentono di essere monitorati costantemente, così da fornire un servizio attento e specifico. Esperienza, conoscenza, empatia e relazione sono gli ingredienti essenziali in grado di creare soddisfazione per il cliente e per noi consulenti.



FILIPPO BALDETTI

CENTRO NORD
FILIALE LIVORNO

«Fiducia e risultati per noi crescono sempre insieme»

Per me essere Consulente Premium significa prima di tutto costruire relazioni autentiche. Mi piace conoscere davvero le persone, ascoltare i loro obiettivi e accompagnarle nel tempo con disponibilità, trasparenza e attenzione. La soddisfazione più grande è vedere la fiducia crescere insieme ai risultati.



MIRCO MASSIMILIANO MELLO

CENTRO NORD
FILIALE BOLOGNA 2

«Pianificare è la chiave di una corretta consulenza»

Gestire patrimoni, e soprattutto clienti importanti, è il nostro ruolo, caratterizzato da un alto senso di responsabilità e da una forte attenzione. Cerchiamo di approfondire le esigenze e di comprendere al meglio i bisogni con strumenti ideati per andare oltre in ogni ambito. Svolgo il mio ruolo di Gestore Premium pianificando la mia attività con precisa strategia. Azione, reazione e comunicazione sono le chiavi della consulenza Premium.



GLORIA COSTA

CENTRO NORD
FILIALE SIENA

«Grazie a questo lavoro ho conosciuto bene il territorio»

Questo ruolo mi ha permesso di conoscere tutto il territorio provinciale, incontrando i clienti che detengono i portafogli più importanti. La relazione è il punto cardine di questa attività, che consente di unire il raggiungimento degli obiettivi alla soddisfazione delle esigenze dei nostri clienti, proponendo strumenti costruiti su misura per loro.



MASSIMILIANO BRACA

CENTRO NORD
FILIALE SIENA

«Guardiamo insieme alle persone i sogni che prendono forma»

Il cliente spesso cerca un tasso anziché degli obiettivi "veri" da raggiungere che abbiano un valore assoluto, un tempo e soprattutto un perché. Solo dopo averli definiti, io e il cliente siamo dalla stessa parte e insieme guardiamo ai sogni che prendono forma, con la consapevolezza che il proprio Consulente e il proprio Gestore sono sempre al loro fianco.



DELIA CICCIMARRA

CENTRO NORD
FILIALE BOLOGNA 1

«Il nostro lavoro? Non è fatto solo di numeri, grafici e mercati»

Questo ruolo ha accresciuto le mie competenze e la mia soddisfazione lavorativa. Spesso si associa il Consulente finanziario solo a numeri, grafici e mercati. Ma il mio ruolo è molto più profondo: essere un Consulente Premium significa accogliere progetti di vita, proteggere storie familiari e trasformare il patrimonio dei clienti in serenità e sicurezza. Il vero punto di forza del nostro mestiere è la fiducia.



LORENZO BAMBAGIONI

CENTRO NORD
FILIALE PISTOIA

«La modalità Fuori Sede è di particolare interesse»

Da quando ho intrapreso il nuovo percorso nel mondo Premium, mi sono reso conto che questo ruolo è veramente coinvolgente. Avere a che fare con i migliori clienti permette di avere soddisfazioni maggiori, in termini di accrescimento personale, professionale e lavorativo. Di interesse è anche la modalità Fuori Sede, che permette di avere un contatto e una relazione ancora maggiore e più profonda con i nostri clienti.



COSIMO ANNICCHIARICO

CENTRO NORD
FILIALE PARMA

«La consulenza deve essere proattiva per portare risultati»

Ritengo che i risultati più solidi nascano attraverso una consulenza proattiva, orientata alla creazione di valore e alla fidelizzazione della clientela. Con la clientela Premium privilegio un approccio consulenziale, riservato e personalizzato, trasformando esigenze complesse in soluzioni di valore e rapporti duraturi.



FRANCESCA SILVESTRI

CENTRO NORD
FILIALE ASCOLI PICENO

«Mi colpisce quanto l'Azienda investa su strumenti e competenze»

Sono entrata nel mondo Premium un anno fa e ciò che mi ha colpito fin da subito è stato il forte impegno dell'Azienda nel metterci a disposizione gli strumenti e le competenze necessarie per svolgere al meglio il ruolo. Essere un Gestore Premium significa prendersi cura del benessere finanziario dei clienti, costruendo con loro un rapporto di fiducia. Il mio obiettivo è continuare a crescere professionalmente, contribuendo a creare valore per i clienti.



ALESSANDRO MOSCA

CENTRO NORD
FILIALE FIRENZE 2

«Il ruolo ideale per creare un rapporto di fiducia»

Penso che questo sia il ruolo ideale per creare con la clientela una relazione duratura basata su una fiducia sempre crescente nel corso del tempo. A questo proposito, l'offerta Fuori Sede risulta lo strumento migliore per accrescere la fidelizzazione: infatti, ci consente di entrare nel loro mondo e di condividere aspetti della loro vita quotidiana.



VINCENZO NAVOBI PORRELLO

CENTRO NORD
FILIALE PARMA

«Ogni cliente ha la sua storia A noi il compito di ascoltarla»

Ogni cliente ha una storia, esigenze e obiettivi che meritano ascolto e attenzione. Credo che fiducia, trasparenza e competenza siano il valore di una consulenza di qualità. Per questo, affianco la clientela Premium con un approccio personalizzato, costruendo relazioni solide e durature e diventando un punto di riferimento nelle decisioni più importanti.



MONIA CANTERGIANI

CENTRO NORD
FILIALE MODENA

«Km, emozioni e patrimoni: se la mia auto potesse raccontare...»

Se il mio Pandino potesse parlare, racconterebbe delle strade di montagna percorse tra la neve per seguire la successione milionaria di una signora del paese, del parcheggio riservato davanti alla villa di un noto avvocato o delle giornate trascorse sotto il sole della bassa modenese per incontrare un imprenditore del settore biomedicale... Queste esperienze mi ricordano che dietro ad ogni patrimonio ci sono persone, famiglie e progetti di vita.



CALOGERO D'ANDREA

CENTRO NORD
FILIALE PARMA«Attenzione, tempo e ascolto:
cosa vogliono i clienti Premium»

Ho sempre svolto ruoli commerciali fin da quando sono stato assunto. Le mie esperienze con i clienti Premium riguardano il quotidiano: mi sono accorto che hanno bisogno di più attenzione e tempo, il tutto per cercare di guidarli al meglio nelle loro scelte, dando allo stesso tempo sicurezza ed instaurando una relazione forte.



AGOSTINO STAMPATORI

CENTRO NORD
FILIALE ASCOLI PICENO«Nella nostra consulenza
è importante essere credibili»

Gli aspetti che considero più importanti nella mia attività sono la profonda relazione che si stabilisce con i clienti e la sinergia che si crea con gli uffici, insieme alla credibilità che si costruisce attorno alla propria figura professionale. Ho sempre creduto che i risultati commerciali non siano un punto di partenza, bensì la conseguenza di questi elementi, uniti a una pianificazione rigorosa e a una costante regolarità negli incontri con la clientela.



ROCCO LUPO

CENTRO NORD
FILIALE PIACENZA«Realizziamo i sogni dei clienti
e questo ci ripaga degli sforzi»

Credo che la bellezza del nostro ruolo sia nell'avere la possibilità di aiutare i clienti a realizzare i loro progetti di vita, personali e familiari. Un aspetto fondamentale è dato dalla nostra professionalità che ci permette di essere il vero punto di riferimento nelle scelte finanziarie delle persone che ripongono in noi la loro fiducia, ed è proprio questa fiducia che rappresenta la maggiore soddisfazione e gratificazione del nostro lavoro.



NICOLÒ APPIOTTI

CENTRO NORD
FILIALE ANCONA«Dalla costa all'entroterra,
senza annoiarmi mai»

Lavorando su un territorio particolarmente ampio, che spazia dalla costa all'interno, ho la possibilità di confrontarmi con realtà sempre diverse e con clienti con background e bisogni estremamente differenti. Una relazione forte con chi si rivolge a te rappresenta la chiave per riuscire a raggiungere gli obiettivi assegnati, sempre mettendo il cliente al centro.



DEBORAH LUCCHESI

CENTRO NORD
FILIALE PISTOIA«Noi Premium investiamo
in ascolto e vicinanza»

In qualità di Gestore Premium, credo che ogni risultato nasca da una relazione solida basata sulla professionalità, l'empatia e la flessibilità. Investire nell'ascolto e nella vicinanza mi ha permesso di portare la consulenza fuori sede e, a sua volta, rafforzare la fiducia dei clienti, generando valore concreto per le persone e l'azienda.



ROBERTO GNESSI

CENTRO NORD
FILIALE AREZZO«Valorizziamo e proteggiamo
il patrimonio di chi investe»

Con la consulenza Premium, l'obiettivo è costruire relazioni solide e durature, basate sull'ascolto e sulla comprensione delle esigenze del cliente. Un approccio personalizzato, unito a competenza e continuità nel tempo, mi consente di affiancare i clienti e le proprie famiglie nelle scelte che valorizzano e proteggono il loro patrimonio.



SIMONE ROSSETTI

CENTRO NORD
FILIALE RIMINI«Il numero limitato di clienti
ci permette una consulenza ad hoc»

Il lavoro di un Consulente Premium credo possa essere paragonato al lavoro del sarto: ci permette infatti di fare consulenza personalizzando la soluzione proposta alle esigenze del cliente. La gestione di un numero limitato di clienti mi permette di seguirli in ogni loro bisogno con la massima qualità possibile.



GIANFRANCO LAGHEZZA

CENTRO NORD
FILIALE PARMA«Premium per me è stato
un traguardo professionale»

L'approdo nel mondo Premium ha rappresentato un importante traguardo professionale: un ruolo stimolante che mi fa sentire nel posto giusto. Il mio obiettivo è costruire connessioni reali, ponendomi come un professionista che si occupa della salute del patrimonio del cliente, in modo analogo al loro medico di famiglia o al loro commercialista di fiducia. La mia strategia è basata su ascolto e presenza, molto apprezzati dai miei clienti.



ELISA BOCCAROSSA

CENTRO NORD
FILIALE PESARO URBINO«Un lavoro dalla natura
dinamica e stimolante»

Amo profondamente il lavoro che svolgo, perché mi offre l'opportunità di confrontarmi ogni giorno con situazioni diverse, mantenendo vivo il mio interesse e la mia curiosità. La sua natura dinamica e stimolante mi permette di crescere continuamente, sia dal punto di vista professionale che personale, spingendomi a trovare soluzioni, acquisire nuove competenze e affrontare ogni sfida con entusiasmo.



MARCO MORGANTI

CENTRO NORD
FILIALE MACERATA«Credo fortemente nella
correttezza intellettuale»

È un ruolo che mi piace, perché è prevalentemente orientato alla gestione degli investimenti e alla consulenza. Credo nella correttezza intellettuale e nell'offrire sempre il consiglio più adatto al cliente. La mia soddisfazione è sapere di aver svolto il mio lavoro al meglio, mettendo il cliente al centro e creando valore attraverso una consulenza di qualità.



DANIELE NATALINI

CENTRO NORD
FILIALE PESARO URBINO

«Premium in Poste: è questo il posto giusto per crescere»

Poste Italiane è un'Azienda con un ambizioso progetto di crescita nel ramo investimenti e in particolare nella consulenza Premium. Amo il mio lavoro: in Poste ho la possibilità di esprimermi al meglio, in virtù di una sua spiccata presenza sul territorio, della fiducia che si viene a creare e di un eccellente lavoro di squadra. Le persone che incontro richiedono principalmente trasparenza, ascolto-empatia e competenze tecniche.



FEDERICA COBIANCHI

CENTRO NORD
FILIALE FERRARA

«Dai Buoni al Premium: cresce il patrimonio di un mio cliente»

Racconto l'esperienza di Alessio, un mio cliente. Da più di due anni, un'elevata liquidità se ne stava sul suo conto, senza nessun rendimento. Il risparmio postale ha generato in lui quella fiducia che sembrava perduta. Oggi, Alessio è un nostro cliente Premium e sta ricevendo enormi benefici economici. Un esempio di come, attraverso una consulenza capace di ascoltare le esigenze del cliente, Poste valichi i confini territoriali, diventando un vero punto di riferimento.



NICCOLÒ GALASSI

CENTRO NORD
FILIALE PISA

«Offriamo strumenti evoluti e un supporto costante»

Mi piace affiancare i clienti Premium con un approccio basato sull'ascolto e sulla fiducia. Ogni situazione richiede soluzioni personalizzate: la soddisfazione più grande è offrire strumenti evoluti e supportare i clienti nel raggiungimento dei loro obiettivi di tutela e valorizzazione del patrimonio.



ALICE AMBROSI

CENTRO NORD
FILIALE MACERATA

«Etica e trasparenza sono due elementi essenziali»

Essere Consulente Premium in Poste Italiane significa dare un valore aggiunto alla consulenza per la clientela più importante. Al cliente viene offerta una gamma maggiore di servizi e strumenti, al fine di soddisfare maggiormente e in maniera più personalizzata possibile le sue esigenze. Nel mio lavoro è importante l'etica e la trasparenza al fine di garantire al cliente il miglior servizio.



MARIO SASSO

CENTRO NORD
FILIALE MASSA CARRARA

«Il Premium? Una nuova sfida per rimettermi in gioco»

La mia esperienza da Consulente Premium è iniziata da poco. Ho deciso di rimettermi in gioco, accettando con entusiasmo questa nuova sfida. Il richiamo della sala e la gestione della clientela sono realtà nelle quali mi sono sempre sentito a mio agio. Continuerò a dare tutto me stesso, con un unico obiettivo: la soddisfazione del cliente.



STEFANO BANDONI

CENTRO NORD
FILIALE LUCCA

«Flessibilità e ambizione: ho iniziato da poco e sono pieno di stimoli»

Sono nel ruolo da pochi mesi e l'aspetto più interessante di questo lavoro, a cui ogni Consulente a mio avviso dovrebbe ambire se amante delle sfide, è la maggiore flessibilità ma soprattutto la possibilità di gestire clienti con esigenze ben precise, strutturate e con maggiori conoscenze finanziarie.



ALESSANDRO IACOPINELLI

CENTRO NORD
FILIALE LUCCA

«Quando un cliente ti invita a cena vuol dire che hai lavorato bene»

Lavorare con la clientela Premium significa assumersi la responsabilità di accompagnare patrimoni importanti. Il mio obiettivo è quello di costruire relazioni solide e durature, fondate sulla fiducia. L'offerta Fuori Sede mi permette di essere più vicino al cliente, offrendo un servizio personalizzato. Quando un cliente ti invita a cena, insieme alla sua famiglia, capisci che per lui rappresenti qualcosa di più rispetto ad un impiegato di un istituto finanziario.



CHIARA MANCINI

CENTRO NORD
FILIALE GROSSETO

«Anche ora che sono in maternità i clienti mi chiedono consigli»

Spesso i clienti Premium sono esigenti, ma con l'ascolto molte volte si crea un legame. Il mio obiettivo è proteggere le famiglie traducendo l'offerta Poste in investimenti mirati. La prova più bella? Anche ora che sono in maternità, alcuni mi contattano per consigli e per sapere come stiamo io e il piccolo. È la dimostrazione che la diffidenza iniziale si è trasformata in solida fiducia.



FABIO STOPPIELLO

CENTRO NORD
FILIALE AREZZO

«Personalizzare, il nostro mantra per un lavoro unico e stimolante»

È la personalizzazione del servizio che fa la differenza e rende questo lavoro unico e stimolante. Costruire una relazione solida con il cliente significa comprenderne i bisogni profondi per proteggere e valorizzare il suo patrimonio. La fiducia si conquista sul campo, offrendo soluzioni personalizzate di protezione e investimento, trasformando la complessità dei mercati in scelte serene e condivise.



DAVIDE FERRI

CENTRO NORD
FILIALE BOLOGNA 1

«Riservatezza e discrezione sono due componenti fondamentali»

Uno degli aspetti principali della mia attività si focalizza sulla definizione degli obiettivi del cliente e delle sue priorità. Da qui inizia un asset allocation coerente, che tenga conto della gestione del rischio. Altri aspetti importanti sono i comportamenti assunti con i clienti, un certo livello di continuità di assistenza e servizio, il coordinamento e la collaborazione con i propri esperti di prodotti finanziari, la riservatezza e la discrezione.



VALENTINA PISTILLI

CENTRO
FILIALE CAMPOBASSO

«Relazioni, sinergia e condivisione sono tante le nostre carte vincenti»

Specialista Premium dal 2025, ho sempre posto al centro il cliente e le sue aspettative future. In particolare, pianifico gli incontri con il cliente, durante i quali definisco assieme a lui il percorso di consulenza. Alla base c'è la relazione: bisogna entrare in empatia e cercare così di condividere i propri progetti, dandogli la giusta concretezza. Altresì importante è il lavoro di condivisione e sinergia all'interno della nostra squadra di filiale.



MARIO BRANCALEONE

CENTRO
FILIALE ROMA 1 CENTRO

«Una bellissima avventura, sono entusiasta di essere Premium»

Diventare Consulente Premium in Poste Italiane è l'inizio di una bellissima sfida professionale. Il mio obiettivo è costruire relazioni di fiducia durature con i clienti, offrendo soluzioni personalizzate e di qualità per valorizzare i loro risparmi. Sono entusiasta di fare squadra e di contribuire con il mio impegno quotidiano ai successi dell'azienda.



SALVATORE FEOLA

CENTRO
FILIALE ROMA 4 EST

«Gli interessi dei nostri clienti coincidono con quelli aziendali»

Credo che gli interessi del cliente coincidano con quelli dell'Azienda: per questo metto al centro una consulenza trasparente, orientata alla tutela e alla crescita del patrimonio. Un'esperienza significativa è quella di un cliente con un importante patrimonio che, sentendosi poco valorizzato nel precedente istituto, ha scelto progressivamente di affidarsi a me, trovando relazione, ascolto e fiducia.



MILO QUARCHIONI

CENTRO
FILIALE TERAMO

«Raggiungo i miei obiettivi personalizzando l'offerta»

Raggiungo i miei obiettivi commerciali attraverso una consulenza proattiva e personalizzata, fondata sull'ascolto e sulla conoscenza approfondita dei clienti Premium. La soddisfazione e la fidelizzazione della clientela rappresentano il mio principale indicatore di successo, generando nel tempo nuove opportunità e relazioni di valore.



STEFANO NOCCHI

CENTRO
FILIALE VITERBO

«Un rapporto di fiducia che va oltre il contesto lavorativo»

Nel segmento Premium, la chiave del successo risiede nell'ascolto empatico, nella passione per il lavoro e nella costruzione di strategie d'investimento su misura del cliente. Ciò mi permette di centrare gli obiettivi commerciali assegnati e, nel tempo, mi ha consentito di diventare il punto di riferimento per le famiglie che hanno scelto Poste per la gestione dei propri risparmi, consolidando un rapporto di fiducia che va anche oltre il contesto lavorativo.



RAFFAELE GAITO

CENTRO
FILIALE LATINA

«Presenti e vicini alle persone soprattutto nei piccoli centri»

La strategia che adotto parte dalla relazione con il cliente: capire le sue esigenze, conquistare la sua fiducia, per accompagnarlo nelle scelte per lui e per le persone a lui care. Fondamentale è la vicinanza alla persona. In particolare nelle piccole realtà, dove l'Ufficio Postale ha ancora un valore istituzionale e dove l'attività Premium ha contribuito a preservare relazioni che, con il tempo, potevano andare compromesse.



MASSIMILIANO TODINI

CENTRO
FILIALE VITERBO

«Premium da aprile dopo tante esperienze: è il posto giusto»

Ho svolto l'attività di promotore finanziario presso altri intermediari e in Poste dal 2014 al 2018; fino al 2026 sono stato Consulente di sala, avendo la possibilità di costruire rapporti solidi con la clientela. Da aprile opero nel Premium, dove la fiducia è centrale: ascolto, presenza e soluzioni su misura per la crescita del patrimonio sono i tratti essenziali della mia attività.



FEDERICA PANNO

CENTRO
FILIALE LATINA

«Siamo un porto sicuro per ogni decisione strategica»

Essere un Gestore Premium rappresenta per me una sfida entusiasmante. La vera soddisfazione non risiede solo nei traguardi economici, ma nella fiducia profonda che si costruisce giorno dopo giorno. Guidare clienti ad alto valore verso le scelte giuste richiede ascolto, competenza e dedizione. Il momento più gratificante? Diventare il loro punto di riferimento assoluto, il porto sicuro per ogni decisione strategica.



LORENZO ZUCCA

CENTRO
FILIALE SASSARI

«Una forte relazione di fiducia con il cliente alla base di tutto»

Il ruolo del Consulente Premium si caratterizza per la forte relazione che riesce ad instaurare con i propri clienti. Il rapporto di fiducia diventa poi la determinante che, nel tempo, permette di raggiungere i migliori risultati per entrambi.



PIERGIORGIO ARENA

CENTRO
FILIALE ROMA 2 NORD

«Sempre al fianco del cliente nelle scelte più importanti»

Essere Consulente Premium significa mettere il cliente al primo posto. Da ottobre 2025 accompagno i clienti Private nella tutela e nella valorizzazione del loro patrimonio. Il mio approccio si basa su ascolto, fiducia e soluzioni personalizzate, con l'obiettivo di costruire relazioni durature e di supportare ogni cliente nelle scelte finanziarie più importanti.



CARLA DIMALIO

CENTRO
FILIALE PESCARA

«Da poco ho aiutato una cliente in un pensionamento anticipato»

In Poste Italiane sono cresciuta professionalmente, fino a diventare Gestore Premium. Questo ruolo, così dinamico, mi permette di coniugare la preparazione tecnica con l'empatia. La mia sfida è realizzare progetti su misura, basati sulla massima trasparenza. Il mio obiettivo è conoscere la storia e i valori dei clienti per anticiparne i bisogni patrimoniali: ad esempio, recentemente, ho supportato una cliente nella scelta di un pensionamento anticipato.



MARCO GIAMMICHELE

CENTRO
FILIALE ROMA 5 OVEST

«Vedere le persone felici dà valore al mio lavoro»

Ogni relazione nasce dall'ascolto e dall'analisi di obiettivi, esigenze e propensione al rischio. La priorità è costruire strategie personalizzate e seguirle nel tempo con un confronto costante. Vedere clienti che, grazie a un'attenta pianificazione, raggiungono i propri traguardi patrimoniali è il risultato che dà più valore al mio lavoro.



VALERIO STANZIONE

CENTRO
FILIALE ROMA 3 SUD

«Quel cliente da 6 milioni che ho "strappato" a una banca»

Mi piace entrare in profondità nel rapporto con i clienti. Tante le esperienze che potrei raccontare. Come quella che mi ha visto invitato presso una libreria, dove un mio cliente presentava un suo romanzo. Grande soddisfazione l'ho provata anche quando un noto commercialista ha deciso di trasferire il suo patrimonio (6 milioni di euro) dalla sua banca a noi. Lì ho compreso la responsabilità di non tradire la fiducia che questi clienti hanno riposto in Poste Italiane.



ANDREA ALESSANDRINI

CENTRO
FILIALE ROMA 5 OVEST

«Pensiamo sempre a tutelare il patrimonio di chi si fida di noi»

Il mio approccio si basa sull'ascolto attivo e sulla personalizzazione estrema. Cerco di costruire relazioni di lungo periodo basate sulla trasparenza e sulla presenza costante, trasformando la gestione del patrimonio in un percorso condiviso, con il fine di tutelare il capitale del cliente ed ottimizzarlo nel tempo, affinché il patrimonio diventi un mezzo concreto per realizzare i progetti di vita.



FEDERICA MUZZI

CENTRO
FILIALE ROMA 4 EST

«È bello essere coinvolti nei progetti futuri delle persone»

Ogni obiettivo nasce da una relazione di fiducia. Per questo dedico tempo all'ascolto, all'analisi delle esigenze e alla costruzione di soluzioni personalizzate. La soddisfazione più grande è vedere clienti che, grazie a un confronto trasparente e continuativo, scelgono di affidarmi la gestione dei loro risparmi e di coinvolgermi nei loro progetti futuri.



DANIELE MOSETTI

CENTRO
FILIALE ROMA 4 EST

«Ho convinto un cliente a restare grazie a soluzioni Premium mirate»

Metto al centro disponibilità, gentilezza e competenza, costruendo rapporti di fiducia con ascolto e consulenza qualificata. Una delle esperienze più gratificanti è quella di un cliente ultraottantenne, intenzionato a trasferire il patrimonio, che ha scelto di restare grazie a soluzioni Premium mirate. Oggi ha risultati soddisfacenti e stiamo pianificando insieme anche il passaggio generazionale.



FEDERICA PALMIERI

CENTRO
FILIALE ROMA 5 OVEST

«Ogni consulenza è diversa, perché ogni persona è unica»

Far parte di Poste Italiane significa rappresentare un'Azienda che è vicina alle persone. Ogni giorno ho la possibilità di incontrare clienti con storie, obiettivi e aspettative diverse. Il mio compito è quello di accompagnarle nelle scelte. Essere Consulente Premium significa ascoltare il cliente, comprendendone le esigenze e costruendo insieme un percorso che rispecchi i suoi progetti di vita. Ogni consulenza è diversa, perché ogni persona è unica.



DANIELE FERRAIOLI

CENTRO
FILIALE ROMA 1 CENTRO

«A Roma Centro ogni giorno un incontro stimolante»

Lavorare nella Filiale di Roma Centro è una sfida continua e gratificante. Permette di interfacciarsi ogni giorno con imprenditori, professionisti, vip o gente comune in contesti unici, come l'UP nel Senato o alla Camera. Spesso l'ambiente formale lascia spazio a legami di amicizia inaspettati, mantenendo sempre la professionalità al massimo della qualità percepita dai clienti.



LAVINIA D'AGOSTINO

CENTRO
FILIALE L'AQUILA

«Gentilezza e professionalità sono i miei assi nella manica»

Ad aprile 2022 sono atterrata nel ruolo di Consulente Premium. In questi anni il modello è cambiato, si è aggiornato rispetto alle esigenze del cliente e alla competitività del mercato. La responsabilità di gestire patrimoni importanti mi ha permesso di mettermi in gioco, sempre. In un mondo che va di corsa, ne sono certa, la gentilezza e la professionalità fanno la differenza.



EMANUELE VIDAU

CENTRO
FILIALE ROMA 2 NORD

«La sfida è trasformare la fiducia in risultati di valore per il cliente»

Per raggiungere gli obiettivi commerciali adotto un approccio fondato su ascolto, pianificazione e costanza. Analizzo premurosamente i bisogni della clientela Premium, propongo soluzioni coerenti e seguo ogni relazione nel tempo. La vera sfida è quella di trasformare la fiducia e la competenza in risultati concreti, creando valore per il cliente, per l'Azienda e per il territorio, giorno dopo giorno, con metodo, formazione e dedizione vera.



SIMONE ROMASCO

CENTRO
FILIALE CHIETI

«Siamo i migliori a costruire progetti di vita condivisi»

Nel mio lavoro con la clientela Premium, metto sempre al centro l'ascolto attivo e la trasparenza. Costruire una relazione basata sulla fiducia reciproca permette di proteggere e valorizzare il risparmio nel tempo, trasformando gli obiettivi finanziari dei clienti in progetti di vita concreti e condivisi.



GIOVANNI SERAO

CENTRO
FILIALE LATINA«Sono Premium da pochi mesi
La formazione è il massimo»

Sono entrato da pochi mesi nel mondo dei Consulenti Premium. Tutte le aspettative sono state soddisfatte. Ho trovato un ambiente lavorativo stimolante, dove la formazione professionale è il fiore all'occhiello. Mi sento pronto e determinato nell'affrontare le nuove sfide che mi si presenteranno come Consulente Premium, forte della preparazione e della formazione che Poste Italiane ha saputo offrirmi.



FABIO LODDO

CENTRO
FILIALE ORISTANO

«Vado sempre alla ricerca delle soluzioni più adatte»

Il mio obiettivo è costruire relazioni solide e durature con la clientela Premium, attraverso un ascolto attento e una consulenza personalizzata. Comprendere le esigenze di ogni cliente mi permette di individuare le soluzioni più adatte e di accompagnarlo nel raggiungimento dei suoi obiettivi finanziari.



MARCO CIARAFONI

CENTRO
FILIALE ROMA 2 NORD

«Un chiodo fisso: il cliente è sempre al primo posto»

Raggiungo i miei obiettivi mettendo sempre il cliente al centro. Ascolto, competenza e attenzione alle esigenze personali mi permettono di proporre soluzioni su misura e di costruire rapporti di fiducia duraturi, accompagnando ogni cliente nel raggiungimento dei propri obiettivi di vita, attraverso la tutela e la valorizzazione dei propri risparmi.



CHRISTOPHER DE GRANDIS

CENTRO
FILIALE CHIETI

«Prima di tutto viene la tranquillità delle persone che si fidano di noi»

Con i clienti Private la vera differenza è la fiducia costruita nel tempo: ascolto, trasparenza e discrezione sono la base di ogni consulenza. Punto su un dialogo continuo e su soluzioni cucite addosso a ogni persona, mai standardizzate. Un cliente mi ha detto una volta: "Non cerco il rendimento più alto, cerco chi mi fa dormire sonni tranquilli". È la frase che mi guida ogni giorno.



ANTONELLO DE BERARDINIS

CENTRO
FILIALE PESCARA

«Dopo un anno di Premium le soddisfazioni sono parecchie»

Sono nel progetto da oltre un anno e le soddisfazioni più belle sono state quelle di certificare le mie competenze con l'iscrizione all'Albo e con il superamento dell'esame, ma soprattutto l'aver visto la gioia reciproca negli occhi di chi, con me, ha svolto la prima offerta Fuori Sede con vendita, rendendo il cliente raggiungibile ovunque e mettendolo a suo agio.



CAMILLA MASCI

CENTRO
FILIALE ROMA 3 SUD

«Stima e affetto: una cliente mi ha invitato al teatro della figlia»

L'obiettivo che mi sono posta è quello di riuscire a creare un rapporto basato su fiducia e ascolto. Il nostro successo non deriva solo dalle competenze tecniche, ma dalla qualità delle relazioni umane instaurate. Lavorare bene significa affiancare il cliente, con empatia e costanza. Un esempio di questo approccio è successo quando una cliente mi ha invitato allo spettacolo teatrale di sua figlia: un rapporto lavorativo si è trasformato in stima e affetto.



MARCO IGNAZIO DIANA

CENTRO
FILIALE SASSARI

«Ho aiutato un giovane finito in sedia a rotelle a investire con prudenza»

Lavorare come Gestore Premium significa accogliere storie, non solo numeri. Tempo fa ho assistito un coetaneo finito in sedia a rotelle dopo un grave incidente. Spaventato dai mercati, ha investito l'indennizzo assicurativo in una gestione patrimoniale a carattere prudente. Le cure alle quali si è sottoposto gli hanno consentito di riprendere a camminare. Abbiamo anche rivisto l'investimento con un profilo intraprendente ed è molto soddisfatto.



ANTONELLA CASTELLI

CENTRO
FILIALE FROSINONE

«Per i clienti Premium serve una gestione attenta e puntuale»

Sono molti anni che mi occupo di consulenza: da subito ho capito che i clienti Premium hanno bisogno di una gestione più attenta e puntuale. Posso raccontare l'esperienza di un decesso di un mio cliente Premium con patrimonio da milioni di euro, di cui gli eredi non erano a conoscenza. Sono riuscita a contattare i parenti e a gestire il patrimonio del de cuius all'interno di Poste, facendoli entrare nel mondo Premium e a farli scegliere tra le diverse alternative.



BENEDETTA PITTIGLIO

CENTRO
FILIALE FROSINONE

«Il rapporto con i clienti è fondato sull'ascolto attivo»

Il rapporto che si è stabilito, tra me e i miei clienti, è molto forte. Gli incontri sono frequenti e volti alla gestione del portafoglio, nell'ottica di una pianificazione finanziaria su misura. Alla base di ciò c'è un presupposto fondamentale: l'ascolto attivo. Insieme ci poniamo degli obiettivi e delineiamo una strategia per raggiungerli. Rappresentiamo un punto di riferimento per il cliente, il quale ricerca rendimento, stabilità e fiducia nella relazione.



MARCO CIPOLLONE

CENTRO
FILIALE L'AQUILA

«Con il DUP abbiamo portato molti clienti nel mondo Premium»

Nel 2023 avevo appena intrapreso l'avventura nel mondo Premium. Con l'RCF dell'epoca e con il mio RP andammo a conoscere il Direttore dell'Ufficio per valutare le opportunità di traghettare i migliori clienti nel nostro segmento. Notammo che, di clienti Private, ne erano presenti molti. Con il DUP, trovando la giusta sintonia, siamo riusciti a portare tutti i clienti del segmento Private nel canale Premium. Sono queste, le soddisfazioni del nostro lavoro.



ALESSANDRA FENU

CENTRO
FILIALE CAGLIARI

«Sappiamo trasformare un'esigenza in opportunità di valore per tutti»

Ogni obiettivo commerciale nasce da una relazione di qualità. Il mio approccio con la clientela Premium si basa su ascolto attivo e rapporti di lungo periodo, con l'obiettivo di offrire un servizio proattivo e personalizzato che trasformi ogni esigenza in un'opportunità di valore.



FABRIZIO PES

CENTRO
FILIALE CAGLIARI

«Solidità, innovazione e vicinanza: è un lavoro molto gratificante»

Il mio lavoro è importante e gratificante. Con la clientela Premium, coltivo una relazione basata sulla fiducia storica del nostro brand, sulla riservatezza e su una consulenza personalizzata e ad alto valore aggiunto. Il mio focus è proteggere e far crescere il patrimonio, coniugando solidità, innovazione e vicinanza concreta.



FEDERICO PASCUZZO

CENTRO
FILIALE ROMA 4 EST

«I nostri obiettivi si raggiungono con un'attenta pianificazione»

Da luglio 2024 ricopro il ruolo di Consulente Premium e questi due anni di esperienza mi hanno fatto capire che seguire questa clientela richiede una presenza costante. Perfeziono gli obiettivi unendo la pianificazione dell'agenda all'efficacia degli strumenti che l'Azienda mette a disposizione. La possibilità di sottoscrivere contratti presso il domicilio del cliente mi permette di offrire un servizio flessibile e personalizzato.



MATTEO GIACCIO

CENTRO
FILIALE FROSINONE

«Una coppia è passata da 400mila euro a 1,2 milioni in pochi anni»

Il cliente deve sentirsi seguito e curato. Questo significa che al termine dell'incontro prendo sempre l'appuntamento successivo e cerco di far incontrare i clienti con l'Advisory Desk. Un caso da riportare è quello di una coppia che aveva un patrimonio di circa 400.000 euro, cinque anni fa. Adesso, grazie ai continui apporti avvenuti nel corso del tempo, il patrimonio familiare ha raggiunto 1,2 milioni.



FRANCESCO MARCHESANI

CENTRO
FILIALE CHIETI

«I risultati sono la conseguenza di rapporti costruiti nel tempo»

Sono fermamente convinto che i risultati siano la naturale conseguenza di un rapporto di fiducia costruito nel tempo. Dedico ogni incontro all'ascolto, alla comprensione delle esigenze e alla pianificazione condivisa degli obiettivi. Accompagnare i clienti con continuità e trasparenza mi permette di offrire una consulenza di qualità e di consolidare relazioni solide e durature con la clientela Premium di Poste Italiane.



FEDERICO TOMASSETTI

CENTRO
FILIALE TERAMO

«Investimenti e protezione? Personalizzare è il segreto»

La mia strategia si basa su ascolto, pianificazione e continuità. Con i clienti Premium costruisco rapporti di fiducia duraturi, offrendo soluzioni personalizzate per investimenti e protezione del patrimonio. Ogni risultato nasce dalla capacità di comprendere esigenze e obiettivi, trasformando la consulenza in un valore concreto nel tempo.



GIANLUCA COLANGELO

CENTRO
FILIALE PESCARA

«Ripeto sempre: al fianco dei clienti, oltre gli obiettivi finanziari»

La chiave per raggiungere gli obiettivi aziendali è contenuta in questa frase: "Al fianco dei clienti, oltre gli obiettivi". La mission è prendere per mano i clienti nelle scelte finanziarie e di vita, creando un rapporto di fiducia. Una forte relazione si raggiunge con impegno, formazione e disponibilità, e si concretizza con proposte di investimento ad hoc, in base alle specifiche esigenze dei clienti.



MONICA PICCHI

CENTRO
FILIALE RIETI

«La fiducia nasce con il tempo E noi sappiamo aspettare»

L'aspetto più significativo di questo lavoro è il rapporto che si costruisce nel tempo con i clienti. Cerco di adottare un approccio basato su ascolto, continuità e attenzione costante, perché la fiducia non nasce subito ma cresce gradualmente. Ogni relazione ha i suoi tempi, ma vederla diventare solida e duratura è la parte più gratificante.



MICHELA RANALLO

CENTRO
FILIALE CAMPOBASSO

«Ho visto il Premium evolvere da progetto a cardine dell'Azienda»

Sono nel canale Premium dal 2022 e ho visto il servizio diventare, da progetto, a un modello di business consolidato sempre più rilevante all'interno della filiera commerciale. Quello che più mi gratifica di questo ruolo è la relazione, fondamentale sia con i clienti che con i colleghi. La condivisione di obiettivi e strategie comuni si rivela essere la chiave vincente, anche nelle trattative più complicate.



GIOVANNI FIORENTINO

CENTRO
FILIALE ROMA 1 CENTRO

«Redditività e protezione del patrimonio sono fondamentali»

Sono neoconsulente Premium, in Poste Italiane da ottobre del 2022. L'obiettivo di questa mia esperienza è quello di instaurare un rapporto fiduciario con il cliente, comprendendo i reali progetti di vita e creando una consulenza personalizzata in grado di ottimizzare la protezione del patrimonio, la continuità generazionale e la redditività degli investimenti.

ANTONELLO UCCI

CENTRO
FILIALE ISERNIA

«Siamo un accompagnamento costante nel tempo per i clienti»

Seguire clienti Premium significa instaurare un rapporto di fiducia basato su ascolto, competenza e presenza costante. Il mio obiettivo è accompagnare ogni cliente con soluzioni personalizzate per valorizzare e proteggere il patrimonio nel tempo.

VIRGINIA PRESENZA

CENTRO
FILIALE CHIETI

«Tanta esperienza da Consulente E ora la grande sfida Premium»

Posso certamente affermare che la mia sia una esperienza di lungo periodo in consulenza, prima come Specialista di sala, poi come Consulente mobile. Si tratta di esperienze molto formative, che mi hanno consentito, nel maggio 2026, di approdare nel mondo Premium.

ALESSANDRO CHIOCCHI

SUD
FILIALE AVELLINO

«La fiducia del cliente è come un'opera ingegneristica»

Occhi negli occhi, stretta di mano, poche volte amore a prima vista, impegno condiviso: la fiducia del cliente per il Consulente Premium è un'opera ingegneristica dalle fondamenta imprescindibili. Obiettivi concreti e azioni di valore per progettare il futuro.

ALESSANDRO MUCCI

SUD
FILIALE BENEVENTO

«Abbiamo la responsabilità di seguire patrimoni importanti»

Mi sento onorato nello svolgere questo prestigioso ruolo all'interno dell'Azienda. Il senso di responsabilità nella gestione di patrimoni così importanti mi consente di offrire una consulenza a 360 gradi, sempre nel pieno interesse dei clienti. E spesso ci si toglie delle soddisfazioni quando essi, contenti del servizio e della relazione, ci onorano apportando nuovi risparmi in Poste Italiane.

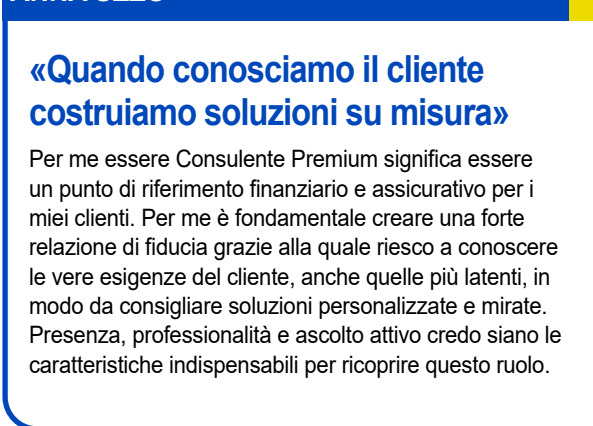
ANNA LASCO

SUD
FILIALE CASERTA 1

«Il cliente al centro, oltre lo slogan Così creo una sintonia profonda»

Sono Gestore Premium da dicembre 2019. Ho visto nascere questo progetto e sono orgogliosa di aver contribuito, nel mio piccolo, a trasformarlo in un modello di successo. Per me "Il cliente al centro" non rappresenta solo uno slogan ma significa creare legami di valore. Incontrare le persone a casa loro, nel loro spazio, abbassa le barriere e crea una sintonia profonda.

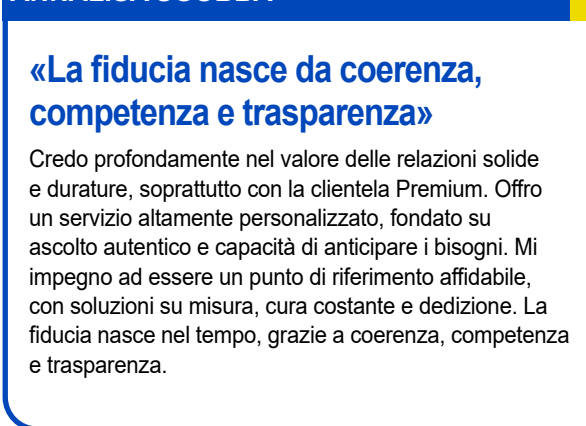
ANNA UZZO

SUD
FILIALE NAPOLI 1 CITTÀ

«Quando conosciamo il cliente costruiamo soluzioni su misura»

Per me essere Consulente Premium significa essere un punto di riferimento finanziario e assicurativo per i miei clienti. Per me è fondamentale creare una forte relazione di fiducia grazie alla quale riesco a conoscere le vere esigenze del cliente, anche quelle più latenti, in modo da consigliare soluzioni personalizzate e mirate. Presenza, professionalità e ascolto attivo credo siano le caratteristiche indispensabili per ricoprire questo ruolo.

ANNALISA SGOBBA

SUD
FILIALE BARI

«La fiducia nasce da coerenza, competenza e trasparenza»

Credo profondamente nel valore delle relazioni solide e durature, soprattutto con la clientela Premium. Offro un servizio altamente personalizzato, fondato su ascolto autentico e capacità di anticipare i bisogni. Mi impegno ad essere un punto di riferimento affidabile, con soluzioni su misura, cura costante e dedizione. La fiducia nasce nel tempo, grazie a coerenza, competenza e trasparenza.

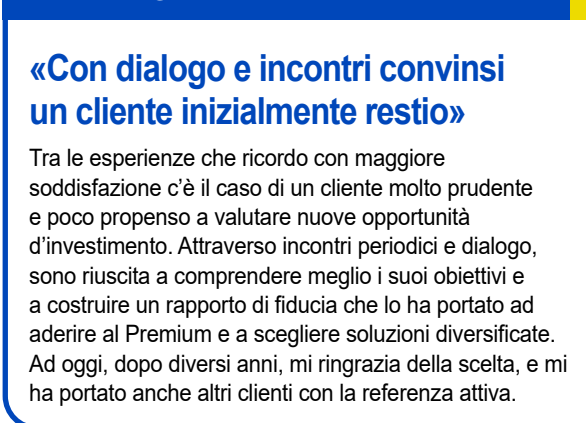
FRANCESCO MIGNOGNA

SUD
FILIALE NAPOLI 2 OVEST

«Cura e professionalità sono essenziali per i risultati»

Dopo otto anni di sala consulenza, ricoprire il ruolo di Gestore Premium, mi ha dato l'opportunità di migliorare le mie competenze e conoscenze ma la cura del cliente e la professionalità rimangono la chiave per il raggiungimento dei risultati. Ogni giorno è fondamentale fare del mio meglio per soddisfare le esigenze dei miei clienti Premium.

MARIAPIA GIZZI

SUD
FILIALE BENEVENTO

«Con dialogo e incontri convinsi un cliente inizialmente restio»

Tra le esperienze che ricordo con maggiore soddisfazione c'è il caso di un cliente molto prudente e poco propenso a valutare nuove opportunità d'investimento. Attraverso incontri periodici e dialogo, sono riuscita a comprendere meglio i suoi obiettivi e a costruire un rapporto di fiducia che lo ha portato ad aderire al Premium e a scegliere soluzioni diversificate. Ad oggi, dopo diversi anni, mi ringrazia della scelta, e mi ha portato anche altri clienti con la referenza attiva.

ANNAROSA GUERCIO

SUD
FILIALE SALA CONSILINA

«Il consulente non è un'isola, ma una squadra in armonia»

Il successo di un consulente non si misura mai in modo isolato. Il vero elemento distintivo è la capacità di fare squadra: collaborare in totale armonia con i colleghi dell'ufficio e con la struttura commerciale di filiale permette di offrire al cliente un'esperienza solida e coerente, dove l'intera azienda si muove unita per proteggere e valorizzare i suoi progetti di vita.



ANTIMO ANGELINO

SUD
FILIALE NAPOLI 2 OVEST

«La soluzione si trova lavorando in sinergia con il cliente»

Nel mio lavoro metto al centro l'ascolto e la conoscenza del cliente. Credo che una consulenza di valore nasca dalla fiducia e dalla capacità di comprendere obiettivi, esigenze e aspettative. Ogni soluzione proposta è il risultato di un percorso condiviso, costruito nel tempo con attenzione, competenza e presenza costante.



ANTONIO ANGELO COLLAZZO

SUD
FILIALE POTENZA

«Un mese di Premium, la chiave è quella della sensibilità»

Sono nuovo sul ruolo, da poco più di un mese, e ancora non ho maturato una grossa esperienza e non mi posso esprimere su fatti concreti. Per quanto riguarda invece la strategia da adottare, io credo che per raggiungere gli obiettivi commerciali, e gestire con successo la clientela Premium, è necessario muoversi da una parte con la pianificazione e studiare bene l'incontro e dall'altra parte, aspetti fondamentali sono: l'empatia, la sensibilità e la capacità relazionale, con un approccio orientato all'ascolto.



ANTONIO CORNACCHIA

SUD
FILIALE MATERA

«Il mondo è in fase di cambiamento, noi sappiamo attraversarlo»

Il momento storico che stiamo vivendo, caratterizzato da grandi cambiamenti sia a livello economico che sociale, ha indotto in prima persona il Consulente finanziario ad adeguarsi al cambiamento di paradigma profondo. Oggigiorno, il consulente non è un solo interprete dei mercati, ma sta diventando sempre più una figura di riferimento per le famiglie, imprese, giovani e per la società nel suo insieme. La centralità del cliente si traduce nel valore della relazione come principio cardine della consulenza finanziaria.



ANTONIO VELOTTI

SUD
FILIALE FOGGIA

«In un piccolo paesino, Premium diventa vita quotidiana»

Lo stile che adotto è un approccio molto relazionale: in un piccolo paese (Panni) ormai con i clienti si è instaurato un rapporto molto amichevole e di condivisione. I clienti apprezzano il modello di servizio e a prescindere dai prodotti, l'incontro settimanale ha il fine di condividere esperienze, anche personali, che si presentano nella vita quotidiana diventando uno spazio relazionale forte.



ARMANDO FERONE

SUD
FILIALE NAPOLI 1 CITTÀ

«Dopo anni di esperienza, affianco genitori e figli nelle loro scelte»

Sono Consulente Premium dal dicembre 2019, essere il punto di riferimento non solo finanziario di intere famiglie è una grossa soddisfazione e una responsabilità importante soprattutto in momenti difficili sui mercati o nella vita delle persone; solo con la relazione e l'empatia si costruiscono le basi di una consulenza duratura in grado di affiancare genitori e figli nelle loro scelte di vita.



BIANCA SAVIA CONDELLO

SUD
FILIALE VIBO VALENTIA

«La consulenza è una partnership fatta di etica e trasparenza»

Metto al centro l'ascolto empatico e profondo: solo comprendendo i reali obiettivi del cliente posso proporre strategie commerciali efficaci. Nella gestione della clientela Premium, la fiducia è il pilastro fondamentale. Si costruisce con trasparenza, etica e presenza costante, trasformando la consulenza in una vera partnership di valore che genera risultati solidi e duraturi.

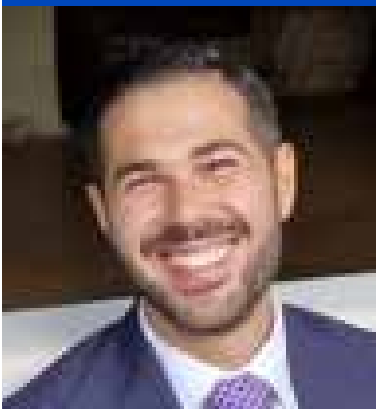


CARLO MENNA

SUD
FILIALE SALERNO 1

«La consulenza è un percorso verso maggiore consapevolezza»

L'esperienza più gratificante è riuscire a coinvolgere clienti e uffici che in passato erano meno attenti al tema Premium, accompagnandoli verso una maggiore consapevolezza del valore della consulenza personalizzata. Creare nuove opportunità di relazione, attraverso ascolto, competenza e fiducia, significa costruire percorsi di crescita condivisi e duraturi.



CATERINA BRIGANTE

SUD
FILIALE LECCE

«Strategie su misura, non semplici prodotti finanziari»

Il mio obiettivo è offrire una consulenza d'eccellenza, dove l'ascolto empatico incontra la pianificazione patrimoniale più evoluta. Non propongo semplici prodotti finanziari, ma strategie personalizzate, modellate sulle reali esigenze di ogni cliente. Un percorso guidato da trasparenza e presenza costante, perché la loro fiducia è il mio traguardo più importante.



CIRO DELL'AQUILA

SUD
FILIALE NAPOLI 1 CITTÀ

«Ecco la mia strategia di "Wealth Management"»

Grazie a Poste il concetto del Wealth Management attraverso la consulenza Premium viene riformulato potendo mettere al centro il cliente ad alto patrimonio. La parola chiave per costruire un rapporto duraturo e di scambio reciproco col cliente è la fiducia, accompagnata da professionalità ed empatia. Ascolto costante dei bisogni del cliente, gestione fortemente personalizzata esclusiva e trasparenza.



CLAUDIA CARRUEZZO

SUD
FILIALE BRINDISI

«Ogni interazione è un'opportunità di successo reciproco»

Sono nel ruolo di Consulente Premium dall'inizio di quest'anno. Nel mio lavoro punto su ascolto attivo e soluzioni personalizzate per anticipare i bisogni del cliente. Con la clientela Premium coltivo relazioni durature basate su trasparenza e attenzione ai dettagli, trasformando ogni interazione in un'opportunità di successo reciproco.



CLAUDIA MARIA ANACLERIO

SUD
FILIALE BARI

«Una guida gentile per generare valore»

Per me i risultati sono la conseguenza di relazioni autentiche. Gentilezza, mai scontata, ascolto e passione per il mio lavoro sono gli strumenti con cui accompagno ogni cliente Premium nelle proprie scelte, creando un rapporto di fiducia che si consolida nel tempo. È questo che genera davvero valore per entrambe le parti.



CLAUDIO DE ANGELIS

SUD
FILIALE NAPOLI 1 CITTÀ

«Impossibile una consulenza senza conoscenza profonda del cliente»

Il servizio Premium si caratterizza per la personalizzazione della consulenza, cucendo su misura le soluzioni per il cliente. Questo è possibile solo conoscendo a fondo la persona e instaurando un rapporto di fiducia nel tempo, che coinvolga anche la famiglia in un'ottica di passaggio generazionale. La trasparenza e la solidità di Poste si fondono così in un servizio esclusivo.



CONNY FRANCIOSO

SUD
FILIALE BRINDISI

«Ho trasformato momenti complessi in successi concreti»

Gestore Premium da quattro anni, sono entusiasta dell'evoluzione del canale. Adotto strategie mirate e misurabili per raggiungere gli obiettivi commerciali, valorizzando una relazione basata su ascolto attivo e soluzioni personalizzate. Ho seguito clienti in percorsi complessi trasformandoli in successi concreti, grazie a fiducia e attenzione costante.



DAVIDE NICOLAZZO

SUD
FILIALE VIBO VALENTIA

«La mission è elevare l'educazione finanziaria del cliente»

Dal 2004 ascolto le esigenze (finanziarie, patrimoniali, assicurative e pensionistiche) dei clienti; cerco per loro le migliori soluzioni al fine di accompagnarli a 360 gradi nel percorso per la realizzazione dei loro progetti di vita e della loro famiglia. La mia mission è quella di riuscire a elevare il livello di educazione finanziaria nei miei clienti, per realizzare insieme importanti risultati nella gestione del risparmio delle loro famiglie, per essere sempre vicini in ogni fase del loro ciclo di vita.



DAVIDE RANIERI

SUD
FILIALE BARI

«Insieme, verso il futuro e la serenità»

Ogni giorno metto le persone al centro, ascolto le loro storie e comprendo i bisogni, costruendo percorsi su misura insieme a loro. La fiducia che ricevo è un valore immenso. Con passione, dedizione e trasparenza trasformo obiettivi in soluzioni concrete, accompagnando ogni cliente verso serenità e futuro con i servizi Poste Premium, garanzia di qualità e sicurezza e affidabilità per ogni esigenza.



DIEGO DE CHIARA

SUD
FILIALE BENEVENTO

«Mi chiedono consigli su tutto, anche sui ristoranti»

Essere un Consulente Premium significa diventare un punto di riferimento per il cliente e per la sua famiglia; di recente un cliente si è recato al nord per un rogito immobiliare, insieme avevamo già stabilito la destinazione di quei soldi; durante il viaggio di ritorno mi chiama e, sapendo che spesso mi reco nel luogo dove si era fermato, mi chiede un consiglio su un ristorante vista mare...



FRANCESCO PAOLO DI FRANCO

SUD
FILIALE CASERTA 1

«Ognuno ha obiettivi diversi: sta a noi saperli interpretare»

Nel mio ruolo di Consulente Premium considero fondamentale costruire un rapporto di fiducia attraverso ascolto, competenza e trasparenza. Ogni cliente ha obiettivi ed esigenze diverse: per questo ritengo essenziale proporre soluzioni adeguate e responsabili, nel pieno rispetto delle regole. La fiducia si consolida nel tempo con disponibilità, attenzione e un confronto costante.



FRANCESCO ROSSI

SUD
FILIALE SALERNO 1

«Poste Premium è un punto fermo in uno scenario mutevole»

Il panorama della consulenza finanziaria e assicurativa ha subito una metamorfosi profonda negli ultimi anni. In questo scenario di continuo cambiamento, il servizio Poste Premium di Poste Italiane rappresenta un punto di riferimento assoluto per la gestione dei patrimoni. Al centro di questo ecosistema non ci sono semplicemente i capitali, ma le persone: il cliente è il fulcro attorno al quale ruota ogni singola soluzione finanziaria, assicurativa e previdenziale.



GAETANO ALESSANDRO LIBERTI

SUD
FILIALE BARI

«Pianificazione e confronto creano valore che dura nel tempo»

Nel mio ruolo di Consulente Premium in Poste Italiane, affronto ogni giornata con un approccio orientato alla qualità del servizio e alla crescita sostenibile della relazioni. Credo nel valore dell'ascolto, della collaborazione e della fiducia, sia nel rapporto con i clienti sia con i colleghi. Attraverso pianificazione, confronto e consulenza personalizzata, creo valore nel tempo.



GIANLUCA OCCHIUTO

SUD
FILIALE REGGIO CALABRIA

«Dobbiamo governare l'incertezza con metodo e chiarezza»

Gestire grandi patrimoni significa governare l'incertezza con metodo. Seguo un approccio tecnico basato sulla protezione del capitale e sulla diversificazione strategica, mantenendo la barra dritta anche nei momenti di volatilità. Parlare la lingua del cliente, spiegando chiaramente i meccanismi finanziari, è ciò che trasforma una consulenza tecnica in un successo relazionale e commerciale.



GIOVANNI GIORDANO

SUD
FILIALE REGGIO CALABRIA

«Ogni cliente ha una storia diversa da ascoltare: partiamo da qui»

Ogni cliente ha una storia diversa e il mio lavoro parte sempre dall'ascolto. Credo nella consulenza costruita su fiducia, disponibilità e presenza costante. È questo approccio che mi permette di creare relazioni solide, raggiungere risultati commerciali e offrire un valore concreto, soprattutto alla clientela Premium.



GIUSEPPE CICCARELLI

SUD
FILIALE CASTROVILLARI

«Costruire valore partendo dall'ascolto del patrimonio»

Per raggiungere gli obiettivi commerciali punto su un ascolto attivo. La relazione con il cliente Premium si basa su fiducia e trasparenza: grazie ai mezzi che l'azienda ci mette a disposizione per valorizzare i loro patrimoni, costruisco con loro soluzioni su misura. Il mio successo più grande è veder nascere nel cliente l'interesse a una sana e virtuosa gestione del patrimonio, sapendo di aver contribuito al futuro di un'intera famiglia.



GIUSEPPE MAROTTA

SUD
FILIALE CASERTA 2

«Per il Premium cerco di unire metodo, analisi e relazioni»

Nel servizio Premium unisco metodo e relazione: analisi puntuale, monitoraggio costante e soluzioni costruite su misura. In questo primo anno e mezzo ho visto che la vera differenza la fa la capacità di rendere i mercati comprensibili e le scelte dei clienti più sicure e orientate ai loro obiettivi.



GRAZIA MICUCCI

SUD
FILIALE POTENZA

«Un nuovo percorso fatto di formazione ed entusiasmo»

In Poste Italiane dal 2022, ho maturato esperienza come SCF e SCM. Dal 10 giugno sono Consulente Premium presso la filiale di Potenza. Attualmente sto seguendo l'induction: un percorso formativo di grande valore che mi permette di confrontarmi con i colleghi, acquisire nuove competenze ed entrare nel vivo del ruolo con entusiasmo e determinazione.



ILARIA PANETTA

SUD
FILIALE REGGIO CALABRIA

«Ascolto e analisi dei bisogni per creare soluzioni su misura»

Adotto un approccio consulenziale basato sull'ascolto attivo e sull'analisi dei bisogni, per costruire soluzioni su misura. Con la clientela Premium punto su fiducia, continuità e valore nel tempo.



IVAN DE PINTO

SUD
FILIALE BARI

«La continuità della relazione come leva di crescita»

Raggiungo gli obiettivi commerciali attraverso ascolto attivo, analisi dei bisogni e consulenza personalizzata. Con la clientela Premium costruisco rapporti di fiducia che possano durare nel tempo, offrendo soluzioni su misura. Ritengo che la continuità nella relazione sia il principale fattore di fidelizzazione e di crescita dei risultati.



MARCO CASSANO

SUD
FILIALE BARI

«Mi piace diventare il punto di riferimento nei progetti top»

Nel ruolo di Gestore Premium in Poste Italiane mi pongo l'obiettivo di costruire relazioni solide e durature con i clienti, basate su ascolto, fiducia e consulenza personalizzata. L'obiettivo più ambizioso che mi pongo quotidianamente è diventare per ogni singolo cliente un punto di riferimento con cui condividere la pianificazione e la realizzazione dei loro più importanti progetti di vita.



MARIA GENOVESE

SUD
FILIALE SALERNO 1

«Una visione completa tra patrimonio e progetti di vita»

La mia consulenza si fonda su un approccio olistico, che considera patrimonio, obiettivi di vita e passaggio generazionale. Attraverso ascolto, pianificazione e monitoraggio continuo, affianco il cliente come partner di fiducia, offrendo soluzioni personalizzate e una relazione stabile nel tempo. Ogni proposta nasce da un'analisi approfondita delle esigenze e delle priorità.



MARIANO MUSELLA

SUD
FILIALE CASERTA 2

«Esperienza e dialogo costante per anticipare i bisogni»

Metto a disposizione del cliente Premium l'esperienza acquisita nei 20 anni di attività, anticipando bisogni e costruendo un dialogo costante. Grazie a un approccio consulenziale trasformo sfide complesse in risultati concreti, creando relazioni di valore e successi realmente condivisi.



MARIATERESA BARILE

SUD
FILIALE FOGGIA

«Nove mesi di impegno Premium per valorizzare i patrimoni»

La mia esperienza nel mondo Premium è iniziata 9 mesi fa. Ho deciso di improntare il mio lavoro aiutando ogni cliente ad individuare le soluzioni che meglio valorizzano il loro patrimonio, per fare ciò mi impegno ogni giorno nel diventare il punto di riferimento dei miei clienti.



MARIO MACCHIA

SUD
FILIALE NAPOLI 1 CITTÀ

«Metodo, ascolto e rete per costruire relazioni proficue»

Il fulcro della mia attività consiste nel costruire relazioni di fiducia durature con i clienti Private, basate su ascolto, presenza costante e una consulenza personalizzata. La chiave per raggiungere risultati di successo è una pianificazione delle attività con metodo e creare una collaborazione con la rete per rafforzare le sinergie. Inoltre, analizzo con attenzione i bisogni dei clienti, trasformando ogni contatto in un'opportunità di valore.



MASSIMILIANO FESTINESE

SUD
FILIALE NAPOLI 2 OVEST

«La consulenza Premium è una relazione, non una transazione»

La consulenza Premium per me è una relazione, non una transazione. Studio ogni cliente come un caso unico, intreccio protezione e crescita del patrimonio con obiettivi di vita reali: una casa, gli studi dei figli, la serenità della pensione. I risultati commerciali arrivano come conseguenza naturale della fiducia costruita ogni giorno.



MICHELE TARTAGLIA

SUD
FILIALE AVELLINO

«Il vero patrimonio è il legame di fiducia costruito nel tempo»

La relazione con la clientela Premium si fonda su ascolto attivo, massima riservatezza e presenza costante ma discreta. Il vero patrimonio è il legame di fiducia che si crea nel tempo!



MICHELE TENACE

SUD
FILIALE FOGGIA

«Conoscere il territorio per valorizzare i progetti dei clienti»

Sono Gestore Premium del Gargano. Conoscere l'economia locale è fondamentale per realizzare i progetti di vita dei clienti. In questo percorso, empatia e competenze multisettoriali si uniscono alla sinergia strategica con DUP, SCF e RCZ: una collaborazione chiave, determinante per valorizzare il processo consulenziale e costruire relazioni di fiducia solide e durature con i clienti.



NICOLA CIOFFI

SUD
FILIALE CASERTA 2

«Dietro ogni patrimonio ci sono persone, sogni e progetti»

Nella consulenza Premium il mio obiettivo è costruire relazioni solide e durature, basate su ascolto e conoscenza approfondita delle esigenze del cliente. Dietro ogni patrimonio ci sono persone, famiglie, progetti e sogni. Conoscere davvero il cliente mi consente di proporre soluzioni coerenti con i suoi obiettivi e costruire nel tempo un rapporto di fiducia che considero il vero valore della consulenza Premium.



NUNZIA ROSANO

SUD
FILIALE NAPOLI 2 OVEST

«Va messo il cliente al centro nelle sfide del cambiamento»

Ho iniziato a far parte del canale Premium nel 2022 perfezionando negli anni capacità relazionali e conoscenze tecniche. Ho appreso che i cambiamenti pongono di fronte a sfide continue da fronteggiare con professionalità e passione. In tale contesto, occorre mettere il cliente al centro, ascoltandolo e facendone emergere i bisogni. Mi piace pensare che sia questo il segno distintivo del nostro lavoro.



ORNELLA TOSCANO

SUD
FILIALE BARI

«Il mio motto: proteggere il presente, coltivare il futuro»

Proteggere il presente, coltivare il futuro. Oriento il mio lavoro alla creazione di relazioni di reciproca fiducia con ciascun cliente. Mi occupo di proteggere e far crescere i loro patrimoni attraverso una diversificazione strategica e su misura, garantendo sempre una gestione trasparente e una presenza costante. Aiutare le persone a trasformare l'ansia in sicurezza finanziaria è il motivo per cui scelgo di fare questo lavoro ogni giorno.



RAFFAELE PESSOLANO

SUD
FILIALE SALA CONSILINA

«Trasparenza ed etica per essere un riferimento affidabile»

Come Consulente Premium di Poste Italiane, metto al centro l'ascolto attivo e la trasparenza per costruire relazioni di profonda fiducia con la clientela, oggi più che mai è necessario mantenere coerenza e serietà. Raggiungo gli obiettivi aziendali attraverso una pianificazione degli appuntamenti, incontri periodici e con la formulazione di soluzioni personalizzate definite con il cliente in base ai suoi obiettivi di vita.



RICCARDO CORNELIO

SUD
FILIALE NAPOLI 3 EST

«La fiducia nel brand Poste trasformata in soluzioni mirate»

Il successo con la clientela premium di Poste risiede nel trasformare la fiducia nel brand in soluzioni d'investimento mirate, coniugando gli obiettivi commerciali di Poste con un approccio sartoriale. Curiosità: un buon risultato è nato con un imprenditore agricolo quando, parlando, ha scoperto la mia passione per il giardinaggio e gli ho chiesto dei consigli.



VINCENZO VERZOLA

SUD
FILIALE SALERNO 1

«Prima l'ascolto, poi la fiducia E infine arriva il risultato»

Ai miei clienti Premium offro competenze, personalizzazione e trasparenza. Una cliente di 79 anni, con un vecchio libretto da pochi euro, dopo sette mesi di consulenza su esigenze complesse ha scelto Poste e nei giorni scorsi ha bonificato un milione di euro. Ascolto prima, fiducia dopo, raccolta poi.



NICOLA VERDE

SUD
FILIALE NAPOLI 2 OVEST

«Cerco di capire in quale momento della vita si trova il cliente»

Nel mio approccio la priorità è l'ascolto: capire in quale momento della vita si trova il cliente e comprendere la sua situazione familiare è fondamentale per percepirne i bisogni profondi e le reali esigenze. Questa forte sintonia e la personalizzazione del servizio permettono di costruire un rapporto di totale fiducia e, di conseguenza, di raggiungere anche gli obiettivi commerciali.



FRANCESCO MESSINA

SICILIA
FILIALE MESSINA 1

«Il Premium va percepito come un punto di riferimento»

Credo che la chiave per svolgere il ruolo che ricopro nel miglior modo possibile sia instaurare una relazione solida con i clienti, facendosi percepire come un punto di riferimento da contattare quando si tratta della gestione dei risparmi; di conseguenza lavoro quotidianamente per instaurare/rafforzare la relazione con le persone che incontro, avvalendomi anche degli strumenti che l'azienda ci mette a disposizione (Desk, Client Meeting, Fuori Sede).



MONICA LA SPISA

SICILIA
FILIALE PALERMO 1

«L'approccio personalizzato spinge a scelte di investimento»

Sono nel ruolo da gennaio 2025, ho sempre raggiunto gli obiettivi grazie a un approccio flessibile e personalizzato. Il risultato più rilevante l'ho ottenuto con un cliente da sempre refrattario ad ascoltare proposte diverse dalle forme di risparmio. Grazie all'empatia e alla relazione costruita nel tempo, sono riuscita a convertirlo accompagnandolo verso scelte di investimento più evolute.



FEDERICA MARIA SALERNO

SICILIA
FILIALE PALERMO 1

«La nostra consulenza parte dalla comprensione delle persone»

Nella consulenza Premium, l'ascolto attivo e la comprensione profonda delle esigenze del cliente sono al primo posto. Il risultato più gratificante del mio lavoro è la soddisfazione di contribuire concretamente alla tutela e alla valorizzazione del loro patrimonio. Credo fortemente in una customer care d'eccellenza, che di recente ho voluto arricchire con eventi relazionali e momenti di networking: un approccio che ha consolidato ulteriormente il nostro rapporto di reciproca fiducia.



ANTONINO VOLPE

SICILIA
FILIALE MESSINA 1

«La fiducia diventa il vero valore della nostra attività di consulenza»

La chiave del mio lavoro sta tutta nella relazione che vado a instaurare con i clienti che l'azienda mi ha assegnato in portafoglio. Sentire la fiducia da parte dei miei clienti sta alla base di ogni successo lavorativo. Menzionando uno dei casi più eclatanti su cui mi sono adoperato lo scorso anno, mi è capitato di gestire un cliente che aveva deciso di trasferire il suo cospicuo patrimonio da un ente bancario in Poste Italiane.



LUIGI SANTAMARIA

SICILIA
FILIALE MESSINA 2

«Così riusciamo a valorizzare un servizio sempre più evoluto»

Ho accolto con grande entusiasmo il ruolo di Gestore Premium un anno fa. Grazie alla collaborazione dei DUP, degli SCF e al supporto costante della filiale, dal DF all'RCF e RCZ, abbiamo raggiunto risultati importanti tra il 2025 e inizio 2026, concentrandoci sulla conoscenza dei clienti in portafoglio e valorizzando un servizio, come quello Premium, sempre più rivolto ad assecondare i bisogni della nostra clientela Premium.



GIULIO LUIGI DI MAURO

SICILIA
FILIALE CATANIA 2

«Pianificazione e diversificazione: così proteggiamo i patrimoni»

Costruisco relazioni di fiducia con la clientela Premium attraverso ascolto attivo e consulenza personalizzata. Punto sulla pianificazione e diversificazione per proteggere e valorizzare i patrimoni. In un recente caso, un approccio su misura ha consentito di consolidare la relazione del cliente con l'ufficio postale.



DALILA ILENIA GATTUSO

SICILIA
FILIALE CALTANISSETTA

«Il segreto? Trasformare esigenze e obiettivi in strategie concrete»

La fiducia dei clienti è il riconoscimento più importante del mio lavoro. Vederli affidarmi nel tempo una quota crescente del loro patrimonio significa aver costruito una relazione solida, basata su ascolto, competenza e presenza costante. Il mio obiettivo è affiancare ogni cliente nella pianificazione finanziaria con un approccio personalizzato, trasparente e orientato al lungo periodo.



JENNIFER COSTANZA

SICILIA
FILIALE MESSINA 1

«Ho cominciato col progetto pilota e ci ho creduto fin dall'inizio»

Rivesto questo ruolo dal 2022, quando si trattava ancora di un progetto pilota: ho creduto fin dall'inizio nel mondo Premium. La massima soddisfazione dei clienti, una volta "onboardati", testimonia la dedizione quotidiana che il servizio riserva a ciascuno di loro; questo è possibile anche grazie all'affidabilità del nostro Desk finanziario, diventato un punto di riferimento sempre più proficuo per la gestione e la crescita dei loro investimenti.



LUCA IUDICE

SICILIA
FILIALE RAGUSA

«Fiducia, continuità e valore nel tempo: così si entra in sintonia»

Adotto un approccio consulenziale personalizzato, basato su ascolto attivo e pianificazione di lungo periodo, costruendo strategie coerenti con obiettivi e profilo di rischio. La relazione Premium, per me, si fonda su fiducia, continuità e valore nel tempo che sono le caratteristiche distintive di Poste Italiane.



ANTONINO GRAVAGNO

SICILIA
FILIALE CATANIA 1

«Superata la diffidenza iniziale si apprezza il mondo Premium»

Per me la consulenza Premium si fonda su ascolto, presenza e un rapporto di fiducia che cresce nel tempo, entrando nel vivo delle storie familiari. Grazie a esperienza e profonda conoscenza dei prodotti di Poste, supero la diffidenza iniziale dei clienti. La soddisfazione maggiore è proprio questa: vedere chi era scettico stringerti la mano ed entrare con entusiasmo nel nostro mondo.



FABIANA FARRAUTO

SICILIA
FILIALE SIRACUSA

«La frase più importante del cliente: "Mi fido di te, occupatene tu"»

La soddisfazione più grande per un Gestore Premium è sentire il cliente dire: "Mi fido di te, occupatene tu". Perché dietro quelle parole c'è un rapporto consolidato, costruito con trasparenza e competenza. Nel mio lavoro la fiducia è il patrimonio più prezioso da costruire!



BARBARA MONTALTO

SICILIA
FILIALE PALERMO 2

«Sono ai primi passi ma sento già che sto nel "posto giusto"»

Sono Consulente Premium da maggio. Ho terminato il percorso formativo di circa due settimane, abbiamo avuto una visione completa e approfondita sui prodotti ed è stato anche fondamentale per conoscere i nuovi colleghi nel ruolo come me. Adesso sto entrando in campo passo dopo passo, pur non essendo operativa al 100%, di certo sono entusiasta di essere parte di questo mondo sfidante, e ho tutta l'energia per scoprirlo al meglio.



GIANLUCA GAGLIO

SICILIA
FILIALE PALERMO 1

«Ecco quello che si definisce "ascolto sartoriale" del cliente»

Da quattro anni in Poste come Consulente Premium, credo che la gestione dei grandi patrimoni non sia solo una questione di numeri, ma di profonda relazione col cliente. Nel nostro territorio, il successo nasce dall'ascolto sartoriale: tradurre gli obiettivi di vita in strategie d'investimento solide e personalizzate, valorizzando la fiducia che perdura nel tempo in un tritico vincente tra Consulente, Poste e Cliente.



MANUELA MICALIZZI

SICILIA
FILIALE CATANIA 1

«Collaborazione e fiducia: le due parole del nostro successo»

La soddisfazione più grande è quando riesci a conquistare la fiducia, non solo dei tuoi clienti, ma soprattutto dei tuoi colleghi: vuole dire che l'obiettivo verso il cliente diventa comune. Collaborazione e fiducia sono le due parole chiave del nostro lavoro e del nostro successo. I rapporti si costruiscono con il tempo, e i nostri clienti hanno bisogno di essere accompagnati un passo alla volta verso un mondo personalizzato ed esclusivo.



SALVATORE EUGENIO LANTERI

SICILIA
FILIALE CATANIA 2

«Spesso un sorriso del cliente ripaga tutta la fiducia ricevuta»

È un lavoro dinamico, in costante evoluzione, che ti sprona a metterti in gioco per crescere sia da un punto di vista delle competenze professionali che personali. Sebbene il nostro sia un mondo fatto di numeri e obiettivi, posso affermare con grande soddisfazione che il momento migliore rimane sempre quello alla fine di un appuntamento in cui il cliente ti sorride e ti ringrazia per aver ripagato la fiducia riposta nei tuoi confronti.



MARIA GIOVANNA VULLO

SICILIA
FILIALE AGRIGENTO

«È nei momenti più difficili che conquistiamo davvero i clienti»

In occasione della recente guerra in Iran, uno dei clienti con patrimonio più alto del mio portafoglio, circa 2 milioni e mezzo, in preda ad uno stato di ansia legato alla discesa del valore della polizza Premium, mi aveva "accusato" di avergli consigliato un cattivo investimento. Avendo percepito l'agitazione del cliente, ho mantenuto la calma e l'ho rassicurato sul fatto che l'investimento era adeguato al suo profilo e che si trattava di un'oscillazione dovuta al contesto geopolitico.



ALESSIA BACCARO

SICILIA
FILIALE PALERMO 2

«Diventiamo partner strategici di chi sceglie di investire con noi»

La valorizzazione e la protezione del patrimonio della nostra clientela Premium non possono prescindere dalla costruzione di una relazione solida, trasparente e duratura. Creare un legame di forte fiducia reciproca è la strategia cardine della mia missione: solo trasformando il ruolo del consulente in quello di un partner strategico e discreto è possibile intercettare le reali esigenze di tutela e sviluppo del patrimonio, guidando il cliente verso scelte consapevoli e coerenti nel tempo.



MARILENA TRIFILO

SICILIA
FILIALE MESSINA 2

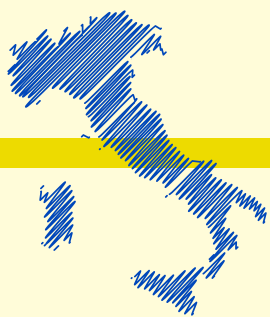
«Riesco a trasformare la relazione in un'opportunità di valore»

Sono stata sempre del parere che i risultati nascano dalla qualità delle relazioni. Ogni cliente Premium ha esigenze e obiettivi diversi: il mio compito è ascoltare, comprendere e trasformare la fiducia in valore concreto. Le soddisfazioni più grandi arrivano quando un cliente mi sceglie come punto di riferimento anche nei momenti più importanti delle sue decisioni finanziarie. Trasformo ogni relazione in un'opportunità di valore, coniugando visione commerciale e consulenza personalizzata.





In viaggio
per incontrare
tutta l'Italia
di Poste



L'Italia di Poste

Quante nuove leve tra i consulenti commerciali e i capisquadra dei centri di distribuzione

A **Como** c'è un mix generazionale che fa correre la Filiale e il recapito

Quasi 5 miliardi e mezzo di patrimonio, 150mila pacchi al mese: sono questi i numeri di una provincia florida, ma allo stesso tempo difficile dal punto di vista logistico

Non si può parlare dell'impegno dei nostri colleghi di Como, senza partire dalla Strada Statale Regina, l'antica arteria che costeggia il ramo occidentale del Lago, gioia (per lo splendido paesaggio) e dolori (per il traffico e perché in molti punti non esistono alternative) per la popolazione, i turisti e – naturalmente – anche per chi lavora in Poste Italiane, tra gli uffici dei comuni di montagna da aprire tutte le mattine e le consegne dell'e-commerce da rispettare. A questa peculiarità se ne aggiunge un'altra che incide profondamente sulla realtà comasca di Poste Italiane: la vicinanza con il confine svizzero che, nel caso dell'ex enclave di Campione d'Italia, determina addirittura un unicum nazionale: **Giuseppina Gangi** è l'unica direttrice d'Italia a gestire un ufficio postale situato di fatto in un altro Stato, circondato dal territorio svizzero del Canton Ticino e dal lago di Lugano, mentre **Salvatore Vommaro** è il portafoglio del centro di recapito di Menaggio autorizzato ad attraversare ogni giorno il confine, dopo aver svolto tutti gli adempimenti alla dogana, per consegnare prevalentemente quotidiani e riviste (i pacchi possono invece essere ritirati solo all'ufficio postale).

Una Filiale "olimpionica"

Non a caso **Dario Sciacca**, storica figura di Poste Italiane, da 5 mesi a capo della Filiale di Como dopo aver girato mezza Italia partendo dalla sua Palermo, comincia il Forum organizzato da Poste-



La squadra commerciale



Gli specialisti small business



Lo staff di Risorse umane

news mostrandoci la vignetta delle autostrade svizzere, necessaria anche per far visita alla collega di Campione d'Italia, uno dei 185 uffici postali della rete di Como, molti dei quali "polverizzati" tra il lago e la Svizzera, da quello più a Nord – Sorico, che vanta 500mila euro di risparmio postale sopra il target – a quello più alto dei 1.070 metri sul livello del mare di Carvagna: 170 abitanti, che hanno portato a Poste risultati rilevanti (+12%) sul target dell'offerta Energy. «Abbiamo tantissimi uffici postali disseminati ovunque e riusciamo ad aprirli

tutti i giorni», sottolinea il Direttore affiancato dal responsabile Gestione operativa **Carmelo Cuzzucoli**. Le difficoltà logistiche e la concorrenza dei promotori finanziari, particolarmente aggressiva nei piccoli centri, non intaccano il patrimonio della Filiale di Como: 5,4 miliardi di euro, sostenuti dal lavoro di una squadra commerciale composta da consulenti giovanissimi, che girano in lungo e in largo la provincia, e dai risultati invidiabili degli uffici postali, illustrati dal Responsabile commerciale **Carmelo Sciarone**: +123% nei finanziamenti a



UP Albavilla



Il team di Gestione Operativa



UP Vighizzolo di Cantù



UP Rovellasca



UP Cadorago

Antonella, la DUP mamma con i migliori KPI

Antonella Guerra, giovane direttrice dell'ufficio postale di Cantù (vestita color panna nella foto), ha recentemente annunciato la sua seconda gravidanza ai colleghi. Già mamma di una bambina piccola, Antonella e la sua squadra si distinguono come miglior ufficio sui Kpi della filiale.



Cadorago; +140% nella Protezione a Vi-ghizzolo di Cantù, per citare alcuni casi. Un successo commerciale rappresenta anche dalla vittoria della Filiale nelle Olimpiadi Small Business.

PCL, la forza della gioventù

Gli incantevoli borghi del lago, le località di villeggiatura rese celebri dal turismo vip, i caratteristici orridi, le gole rocciose scavate dall'erosione millenaria di torrenti e fiumi, fanno da cornice al lavoro quotidiano dei portalettere del centro logistico Como San Gottardo (che gestisce circa 150mila pacchi al mese), dal centro di recapito di Como Gallio, dai 9 centri di distribuzione e 4 presidi di distribuzione della provincia lariana, accomunati tutti da un intenso ricam-

bio generazionale, come sottolinea la Responsabile RAM **Maria La Rosa**: «Le persone che scelgono Poste Italiane scoprono una azienda solida con prospettive di crescita, che offre diversi percorsi di sviluppo e un contratto solido. Chi inizia a lavorare in Poste generalmente si innamora di Poste, per l'autonomia del lavoro e per il contatto con il cliente». Oltre la metà dei 403 dipendenti in forza a PCL ha un'età inferiore a 40 anni e il 23% addirittura sotto i 30. L'età media è di 41,1 anni con un'anzianità inferiore a 10 anni, spiega il Responsabile risorse umane della RAM, Antonio Zollino, illustrando diversi percorsi di



Leggi gli articoli
su Como
sul sito
tgposte.poste.it

Giuseppe, a 28 anni già responsabile di CD

Giuseppe Di Cresce, 28 anni, è stato da poco nominato responsabile del Centro di distribuzione di Cantù: «Sto vivendo questo nuovo incarico con un mix di entusiasmo e senso di responsabilità, da un lato sono motivato dall'opportunità di crescere professionalmente e di contribuire ai risultati del CD; dall'altro sono consapevole delle sfide che il ruolo comporta, soprattutto nel guidare un team composto da persone spesso anche più grandi di me per età».



Da postina a caposquadra la rapida crescita di Alessia

Alessia Cassibba, 27 anni, stabilizzata nel 2022, ha iniziato il suo percorso in Poste Italiane sul territorio, muovendo i primi passi a Bellagio. In poco tempo è arrivata a ricoprire il ruolo di caposquadra nel CD di Como San Gottardo: «Conoscere da vicino il lavoro operativo mi aiuta a comprendere le esigenze dei colleghi, a supportarli nelle attività quotidiane e a contribuire all'organizzazione del servizio».



crescita che hanno interessato i portalettere. Il mix generazionale determinato dai nuovi ingressi di personale ha dato vita a due buone pratiche: una tecnologica e una umana. Nel CL di Como San Gottardo le lavorazioni di posta descritta vengono effettuate con l'applicativo DSX, che permette il riconoscimento della zona di competenza del portalettere

per una facile ripartizione per il personale di nuova applicazione, mentre le task force di supporto consistono in squadre di portalettere e di staff a supporto degli uffici che accolgono nuovi ingressi e che, di conseguenza, possono andare incontro a criticità fisiologiche. «Il valore della nostra squadra – conclude la Responsabile della RAM – si misura dalla capacità di sostenersi nei momenti difficili, tanto che il successo di uno appartiene a tutti».

Addetti produzione Como San Gottardo



CD Cantù



CD Como Gallio



CD Erba



CD Lomazzo



CD Mariano Comense



CD Menaggio



CD Olgiate Comasco



Recapito Como San Gottardo



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

I numeri e le persone della filiale di Levante

Genova 1 cresce insieme ai suoi giovani direttori: «Faranno strada»

Il Responsabile Antonio Ruvo illustra i risultati che hanno portato a un patrimonio di 4 miliardi e i casi di successo degli uffici postali

Piazza De Ferrari è il salotto della città: è lì che tra la sede della Regione Liguria, il Teatro Carlo Felice e il Palazzo Ducale, si trova il Palazzo della Borsa, che ospita la Filiale di Poste Genova 1 Levante e l'ufficio postale di Genova Centro, uno dei principali di tutto il Nord Italia, sia per stock (380 milioni) sia per pedonabilità (530 clienti al giorno), con un andamento commerciale, al 30 giugno 2026, sensibilmente in crescita: +950mila euro nella raccolta netta investimenti, +31% nella Protezione rispetto al target. Il nuovo direttore **Gianmarco Cosseddu** sta prendendo le misure di questa piccola filiale di Poste Italiane: 15 sportelli, oltre 30 dipendenti, tra cui 6 consulenti, e un viavai cittadino senza pausa.

I risultati commerciali

Dagli uffici del centro cittadino ai piccoli comuni dell'entroterra, la Filiale Genova 1 Levante interpreta ogni giorno la missione di Poste Italiane: essere vicina alle persone, accompagnando l'innovazione senza perdere il valore della relazione. I risultati ottenuti nel 2026 raccontano una realtà dinamica, capace di coniugare crescita, qualità del servizio e trasformazione digitale. «La nostra – spiega il direttore di Filiale **Antonio Ruvo** durante il forum con Postenews – è una filiale molto mista: in parte cittadina, in parte di provincia, che copre un'area estesa della costa di Levante e dell'entroterra ligure». In tutto 94 uffici postali, distribuiti tra quartieri cittadini, località costiere e borghi montani, con caratteristiche profondamente diverse ma accomunati da un unico obiettivo: garantire un servizio capillare, efficiente e sempre più orientato alle esigenze delle comunità. Una rete articolata, sostenuta da otto hub, 51 spoke

Genova Centro è tra gli UP con la più alta pedonabilità di tutto il Nord Italia: 530 clienti al giorno

e da numerosi uffici coinvolti nel progetto Polis, che testimonia l'impegno di Poste Italiane nel rafforzare la propria presenza anche nei territori più piccoli. La Filiale comprende quindi l'astronave di Piazza De Ferrari e il piccolo ufficio postale monopartore di Portofino, per un patrimonio complessivo di 4 miliardi, con 229mila clienti in portafoglio e una crescita particolarmente marcata nel comparto dei premium: +35% rispetto a inizio anno. La crescita interessa anche la valorizzazione dei portafogli clienti, segno di una relazione sempre più strutturata e continuativa. In un contesto economico in continua evoluzione, la capacità di offrire consulenza personalizzata diventa infatti un elemento decisivo e rappresenta uno dei punti di forza della Filiale Genova 1 Levante. «Specialmente nel centro cittadino la concorrenza – sot-

La Filiale di Genova 1 Levante



UP Genova Centro



Leggi gli articoli
su Genova
sul sito
tgposte.poste.it

UP Genova 23

**Così l'Ufficio multietnico del Porto Antico aiuta gli stranieri nell'integrazione sociale**

L'ufficio postale di Genova 23 si trova in Piazza Cavour, affacciato sull'area del Porto Antico. È stato il primo UP in città pensato per gli immigrati e le loro esigenze. Inaugurato dieci anni fa come semplice servizio di assistenza per stranieri, l'ufficio è diventato da subito un presidio sul territorio a 360 gradi. Nonostante una clientela in alcuni momenti difficile da gestire, riesce a performare ottimi risultati: merito anche degli operatori di sportello che parlano spagnolo e arabo e che ben rappresentano la capacità di Poste Italiane di evolvere insieme ai cambiamenti sociali e alle esigenze dei clienti.

La squadra di Gestione Operativa



UP Genova 22



tolinea ancora il Direttore di Filiale – è molto alta, negli ultimi due anni siamo stati “attaccati” dai promotori finanziari e dalle banche, che in tutta la Città Metropolitana sono 287». Accanto ai risultati complessivi emergono le esperienze dei singoli uffici, che contribuiscono a comporre il mosaico della performance della Filiale. Chiavari conferma un andamento particolarmente positivo negli investimenti (+1,2 milioni al 30 giugno 2026) e nella protezione assicurativa, con risultati superiori agli obiettivi (+25%) e un’elevata capacità di intercettare i bisogni della clientela. Genova Centro, come detto, si distingue per la crescita degli investimenti e per l’attenzione alla consulenza assicurativa, mentre l’ufficio di Genova 22, nei pressi del carcere e dello

stadio di Marassi, evidenzia una significativa progressione nel comparto dei prestiti e della raccolta complessiva. Tre esempi diversi, accomunati dalla stessa capacità di trasformare il lavoro di squadra in risultati concreti.

Tra digitale e integrazione

La qualità di una rete non si misura soltanto attraverso gli indicatori commerciali, specie in una realtà che comprende sotto lo stesso ombrello le zone più “in” del centro cittadino ma anche i quartieri periferici, quelli multietnici, i borghi marini e dell’entroterra, così diversi per tipo di popolazione e di patrimoni. A livello di Gestione operativa si registrano risultati significativi: il tempo di attesa medio è sceso a 7,22 minuti con una percentuale

Il tempo di attesa medio è sceso a 7,22 minuti: l’83% dei clienti servito entro un quarto d’ora

di clienti serviti entro 15 minuti che ha raggiunto l’83%. Parallelamente prosegue il percorso di innovazione digitale: cresce l’utilizzo delle prenotazioni tramite canali digitali, aumenta la diffusione delle ricevute dematerializzate. Anche in questo caso spiccano alcuni uffici particolarmente virtuosi: Genova 36, nei

pressi della stazione Brignole, a maggio 2026 in valutazione 1 su tutti gli indicatori; Genova 61, in una zona popolare alla periferia nord della città, che presenta “semaforo verde” su tutti gli indicatori; l’ufficio multietnico di Genova 23, l’ufficio del porto antico, riesce a performare ottimi risultati. Il filo conduttore che lega queste esperienze è rappresentato dalle persone, il vero motore della Filiale: professionisti che ogni giorno operano in contesti molto diversi tra loro, mettendo a disposizione competenze, ascolto e capacità di adattarsi alle esigenze dei territori. «Tutti i direttori di questi uffici postali – conclude Ruvo – stanno crescendo e sono destinati a continuare il loro percorso in Poste Italiane con incarichi di sempre maggiore responsabilità».

UP Genova 61



UP Chiavari



UP Genova 36



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Una presenza capillare tra il mare e l'entroterra che serve oltre 500mila clienti l'anno

Dal commerciale alla gestione operativa Genova 2 Ponente scala le classifiche

Il Direttore di Filiale Francesco Napoli illustra i i passi avanti compiuti negli ultimi mesi, gestendo un patrimonio da 3 miliardi e mezzo con ottimi risultati anche nei KPI sulla digitalizzazione e sulla customer experience. Spicca l'ufficio postale di Sampierdarena

Ma chi lo ha detto che il numero 17 porta sfortuna? Anzi, per **Francesco Napoli**, Direttore della Filiale di Genova 2 Ponente, non è altro che un punto di partenza per raggiungere risultati migliori e scalare le classifiche anche a livello nazionale. La Filiale che dirige da febbraio 2025 ha chiuso l'anno scorso al 17esimo posto nello scoring commerciale italiano: 114% rispetto al target nella raccolta lorda totale, 115% nei buoni fruttiferi, 102% negli investimenti, 108% nella protezione pura e via così. Risultati che sono andati di pari passo con la rimonta nel ranking di Gestione Operativa, dove la Filiale ha centrato nel periodo gennaio-maggio 2026 un 51esimo posto che ha almeno parzialmente riparato alcuni ritardi del passato, come ben illustrato dal Direttore di Filiale Francesco Napoli, durante il forum organizzato da Postenews: «Ci siamo chiusi in una stanza e abbiamo parlato con le persone, abbiamo condiviso i punti di forza e le aree di miglioramento, riorganizzando le attività, riconoscendo alcune cose che non avevano funzionato. Tutti si sono messi a disposizione, hanno contribuito con il loro pezzetto di strada e i risultati sono arrivati. Siamo solo all'inizio, perché vogliamo fare sempre meglio».

Il territorio "presidiato"

Dal mare alle vallate dell'entroterra genovese, la Filiale di Genova 2 Ponente presidia un territorio ampio e articolato, che comprende parte del capoluogo e Comuni come Arenzano, Cogoleto, Busalla, Campomorone, Sestri Ponente, Voltri, i centri della Val Polcevera e delle valli circostanti. Una presenza capillare costruita attraverso una rete di 58 uffici postali, organizzati per rispondere alle diverse esigenze delle comunità locali, con 27 Uffici mifid con sala di cui 14 PPC&F, 11 senza sala, 10 uffici base e 10 uffici mono. La struttura comprende inoltre 3 Hub e 19 Spoke, a supporto di un modello operativo sempre più integrato ed efficiente.

Il patrimonio della Filiale

La Filiale di Genova 2 Ponente si distingue per la qualità della consulenza, con

«Abbiamo condiviso con tutta la squadra i punti di forza e le aree di miglioramento»



Il team della Filiale di Genova 2 Ponente

un patrimonio complessivo pari a 3,5 miliardi di euro e su una struttura commerciale composta da diverse figure specialistiche dedicate ai clienti. Nel 2025 la Filiale ha consolidato il proprio posizionamento, come ci ha raccontato il capo commerciale **Lucia Pastorino**, con una particolare attenzione alla qualità della relazione e alla capacità di intercettare nuovi bisogni. Un esempio concreto arriva dagli uffici postali centrali del territorio: Sampierdarena (la DUP Elisabetta Ferullo gestisce un patrimonio di 248 milioni di euro), Sestri Ponente (DUP Anna Raimondi), Genova 43 Voltri (DUP Vincenzo Arcamone), Genova 47 Pegli (DUP Eloise Garibaldi), Genova 54 Certosa (DUP Maddalena Piucci) e Genova 58 Bolzaneto (DUP Sara Serluca), che hanno registrato importanti performance nei



La squadra di Gestione Operativa



La squadra Commerciale



UP Rossiglione

UP Sestri Ponente



UP Genova 58



UP Genova 47



UP Genova 31



UP Borgo Fornari

diversi ambiti di offerta, dalla protezione ai prestiti, dall'energia ai servizi finanziari, confermando la capacità delle persone di Poste Italiane di essere affidabili e presenti.

Qualità in crescita

Accanto ai risultati commerciali, un ruolo fondamentale è svolto dalla qualità dell'esperienza offerta ai cittadini, garantita dal team di Gestione Operativa di cui è responsabile **Giuseppe Iacovone**. Nell'ultimo anno la Filiale di Genova 2 ha servito oltre 516 mila clienti, con un tempo medio di attesa pari a 7,9 minuti e una

percentuale dell'83% di clienti serviti entro 15 minuti, un dato che conferma l'efficacia del modello organizzativo adottato. Anche il percorso di digitalizzazione registra numeri significativi: le prenotazioni digitali hanno superato gli obiettivi previsti, raggiungendo oltre 52 mila clienti serviti digitalmente, pari al 104,4% dell'obiettivo YTD. Cresce inoltre l'utilizzo delle ricevute digitali e dei servizi evoluti, strumenti che rendono l'esperienza in ufficio postale più semplice, veloce e sostenibile. In quest'ambito si distingue ancora l'ufficio postale di Sampierdarena con tutti i KPI in valutazione 1.

UP Sampierdarena



Fra le 313 persone di Genova 2 il 71% è donna, il 37% laureato



Con una quota del 42% la generazione Y, i nati tra il 1981 e il 1996, ha messo la freccia superando i colleghi della generazione X, i nati tra il 1965 e il 1980, che rappresentano il 34% della popolazione aziendale della Filiale di Genova 2 Ponente. Responsabile delle Risorse Umane è **Irene Marsiglia** che, insieme agli specialisti **Simonetta Serra** e **Nicolò Zorich**, gestisce 313 persone, per il 71% donne. «L'età media della Filiale – conferma la Responsabile – si è ridotta a poco più di 45 anni e il 37% delle nostre persone è laureato».

UP Genova 54



UP Genova 43



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Nel capoluogo ligure l'implementazione del progetto ha portato con sé una ventata di novità

Genova, così la Rete Corriere ha messo il turbo alle consegne

Avviata a marzo 2026, si affianca al lavoro quotidiano del centro di smistamento cittadino, che ha registrato nell'ultimo anno +48% nei volumi di pacchi in arrivo, e dei 13 centri di distribuzione che coprono l'area compresa tra Arenzano e Sestri Levante



Rete Corriere Genova Ponente



Rete Corriere Genova

Ci sono Carla, che consegna la posta nei caruggi e tra le antiche piazze del centro storico cantato da Fabrizio De André, Antonella, che si muove tra Boccadasse e Nervi, e Loredana, che sale fino al Santuario della Madonna della Guardia, altro luogo iconico per i genovesi. E poi ci sono i portalettere della riviera, da Ponente a Levante, da quelli di Arenzano – come Luigi – a cui i clienti offrono la focaccia, a Roberta, che consegna la posta a Prà tra il profumo del basilico più famoso del mondo, da Luca, che si destreggia tra boutique eleganti, yacht e i vicoli pieni di fiori di Portofino, fino a Francesca, che si gode la Baia del Silenzio, d'inverno tutta per lei durante la gita per il recapito a Sestri Levante. La Città Metropolitana di Genova è un "viaggio" difficile per chi consegna la posta: vicoli, passaggi nascosti, salite e discese a picco sul mare, ma anche campagne e alture, vincoli infrastrutturali, strade strette a cui d'estate bisogna aggiungere il turismo, che trasforma i piccoli centri disabitati d'inverno in paesi densamente popolati. Cambiando l'ordine degli addendi, tuttavia, il risultato non cambia: i risultati si ottengono grazie alle persone, in particolare i portalettere, «i nostri centravanti», come li definisce il responsabile della RAM, **Umberto Giannatti**, introducendo l'incontro organizzato da Postenews con i colleghi di Genova.

I nuovi ingressi

Un centro di smistamento, che lavora il prodotto destinato anche a Imperia, Savona e La Spezia, 13 centri di distribuzione, la nuova Rete Corriere per un totale di 806 persone con un'età media di 45 anni: «Siamo molti e questo è una risorsa notevole – spiega **Elisabetta Garbarino**, responsabile Risorse umane della RAM – L'equilibrio di genere è sinonimo di compliance e di cultura aziendale ma all'interno del nostro personale troviamo anche un mix generazionale: persone che



Lo staff della RAM e del CS che lavorano a Genova



CD Arenzano



CD Genova Ponente



CD Rapallo



CD Recco

Al Porto con Stefania: «Le nostre consegne hanno un valore internazionale»

Stefania Allegri

cura il recapito destinato ai grandi operatori commerciali che si trovano nel porto di Genova, il secondo più grande d'Europa: 7 km quadrati di superficie, 22 km di banchine operative, grandi navi portacontainer, 25 terminal specializzati, centinaia di imprese: «Lavoro come postina nel porto di Genova da moltissimi anni: ogni giorno consegno numerose raccomandate e pacchi alle grandi aziende e agli operatori del Porto commerciale di Genova. La mobilità nel porto non è come quello cittadino: passare tra i container e i cantieri navali è comunque sempre un po' un'emozione. Ogni consegna è importante, sapere che il porto di Genova ha un'importanza internazionale mi dà orgoglio e rende ogni giornata stimolante».



CD Sestri Levante



CD Mura Zingari



CD Orsini



CD Valpolcevera

sono in Poste da 30 anni, e hanno visto cambiare tutto, e abbiamo ragazze e ragazzi che portano idee nuove e ossigeno». Gli ultimi ingressi riguardano proprio la Rete Corriere: 73 persone stabilizzate a marzo 2026, «un progetto nuovo che ha galvanizzato tutti, portandoli a lavorare per raggiungere la massima qualità», sottolinea **Andrea Pedroni**, responsabile Produzione della RAM. «L'adeguamento dei volumi è andato di pari passo con la Rete Corriere - aggiunge - con tutta la squadra della Città Metropolitana di Genova e con tutto il nostro staff stiamo raggiungendo dei risultati importanti». Risultati, spiega, favoriti anche dall'integrazione - anche fisica - tra la RAM, che ha sede al terzo piano dello stesso edificio dove si trovano Centro di smistamento e Rete Corriere, che ha come responsabile **Simone Roccarina**, direttore anche del CD Ponente: «Oltre a cambiare la vita a 73 persone, questa opportunità rappresenta

anche una responsabilità per ripagare la fiducia. Tutti noi viviamo questo progetto con orgoglio e penso che dobbiamo trasformare questo progetto in un modello per tutte le reti d'Italia».

La crescita dei pacchi

E poi arriviamo al CS di Genova, il "motore" della Liguria, che ha visto forti incrementi sui pacchi in partenza e in arrivo, rispettivamente +10% e +48% rispetto al 2025, come spiega la Responsabile **Carmen Granitto**: «Siamo 213 persone e gestiamo mediamente 31mila pacchi al giorno, da anni seguiamo il metodo Lean che ci ha portato a un miglioramento continuo anche a livello produttivo, riducendo gli sprechi e abbattendo le perdite. A gestire le risorse umane del Centro è **Gabriele Sclafani**, che racconta i tanti percorsi di crescita interni allo stabilimento: **Denise Calì**, 33 anni, assunta a dicembre 2020, è diventata in quattro anni capo

CD Valbisagno



CD Busalla



turno del Reparto Prodotto Indescritto; all'incirca nello stesso periodo il 31enne **Antonio Diglio** è diventato Capo Turno del Reparto Prodotto Registrato; **Mirko Costa**, 36 anni, arrivato da Nexive a ottobre 2021, ed è diventato capo squadra nel 2023; **Giuliana Pigolotti**, 60 anni, anche lei ex Nexive, a dispetto dell'anagrafe, ha brillantemente avviato un nuovo

percorso in ambito accettazione; **Luigi Clemente**, 40 anni, attuale Responsabile del Reparto Prodotto Registrato (più del 50% dell'intera produzione del CS), ha aggiunto un altro tassello al suo percorso iniziato come portalettore e passato dalle mansioni di operatore, specialista staff di RAM e Responsabile di CD via via più complessi.

Il nuovo light sorter nel CS di Genova: «Ci aiuterà a ottimizzare i processi»



Da 1.200 a 3.500 pacchi lavorati ogni ora: l'installazione del nuovo impianto light sorter triplicherà la produttività all'interno del centro di smistamento di Genova. Le risorse che oggi producono 1.200 pacchi l'ora servendosi del Pro Glove, beneficeranno del nuovo macchinario, che in nessun modo cancella l'esperienza e il ruolo degli addetti di produzione. Sono proprio loro - **Daniela Armiliato**, **Simona Corigliano**, **Monica Ianni** e **Roberto Russotti** - a sostenerlo: «Si tratta di una grande opportunità. La lavorazione meccanizzata non cancella l'esperienza che abbiamo accumulato manualmente, anzi, ci permetterà di applicare quella stessa competenza per supervisionare la macchina e assicurarci che il risultato finale sia ottimale, faticando meno e ottimizzando il processo. Il sistema meccanizzabile ci consentirà di ridurre gli sforzi, lo stress e i rischi di infortunio».

CD Chiavari



CD Terralba



IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Ecco come lavorano PCL e MP sul territorio della provincia del Friuli-Venezia Giulia

Pordenone, rete da 2.800 pacchi e un patrimonio totale di 2,9 miliardi

La realtà logistica descritta dal responsabile RAM Poggiani: «Gli staff del recapito di Pordenone sono performanti a 360 gradi e questo è veramente un valore aggiunto per noi». Molti i giovani neoassunti: «La filiale ha affrontato un ricambio generazionale» spiegano da MP

Ci sono territori in cui il modo di lavorare riflette perfettamente il carattere delle persone che li abitano. La provincia di Pordenone è uno di questi. Operosa, concreta, fortemente orientata alla collaborazione, rappresenta uno dei distretti produttivi più dinamici del Nord Italia. Una realtà nella quale l'organizzazione non è un obiettivo da raggiungere, ma una cultura condivisa che si ritrova nelle aziende, nelle comunità e anche nel lavoro quotidiano di Poste Italiane, come spiega **Marco Poggiani**, responsabile RAM di origini umbre: «A Pordenone si percepisce la volontà di avere un metodo per lavorare nell'ordine, non c'è la Lean ma è come se, inconsciamente, ci fosse. Il fatto di sapere mentalmente quello che c'è da fare, essere preparati. Gli staff del recapito di Pordenone sono performanti a 360 gradi e questo è veramente un valore aggiunto per noi».

Volumi significativi

I numeri raccontano una struttura capace di sostenere volumi significativi. Nel primo semestre del 2026 la rete provinciale ha gestito mediamente ogni giorno circa 2.800 pacchi, oltre 4.600 raccomandate e più di 2.100 kg di posta indescritta, confermando il ruolo strategico della provincia all'interno della rete logistica di Poste Italiane. A supportare questa attività c'è una flotta composta da 153 mezzi, nella quale la componente a basse emissioni rappresenta già il 42% del totale. Grande attenzione viene riservata anche alla qualità percepita dal cliente, come spiegano il responsabile Qualità **Patrizio Maestri** e la responsabile Produzione della RAM, **Laura Sorcini**, umbra ed ex responsabile del CL di Pordenone. Le iniziative adottate nei centri di recapito – dalla diffusione di materiale informativo ai portallettere fino all'utilizzo di check list operative – testimoniano un approccio orientato al miglioramento continuo, con l'obiettivo di garantire elevati standard di servizio e un'esperienza sempre più positiva per cittadini e imprese.

Una filiale in prima linea

A descrivere la filiale di Pordenone, guidata dalla direttrice **Saveria Nudo**, è **Alfredo De**



Filiale di Pordenone



Squadra Commerciale Filiale di Pordenone



UP Porcia



UP Pordenone Santa Caterina



Squadra GO di Pordenone

Mattheis, commerciale RCF: «Sono in Poste da dieci anni, è stato il primo lavoro da neolaureato. Sono nato e cresciuto in questa filiale, un territorio con un tessuto imprenditoriale vivo e un settore bancario competitivo». Sono 84 gli uffici postali. Ci sono 8 UP con Punto Poste Casa&Famiglia, 11 OFE, uno specialista front end e un operatore di accoglienza. Il tutto per un patrimonio totale di 2,9 miliardi. I dati, poi, confermano



Squadra GO di Pordenone



UP Spilimbergo



UP Montereale Valcellina



UP Pordenone 3



UP Sacile 1



UP Castions di Zoppola



UP Pordenone 6



UP di Maniago

Le consegne del futuro si testano attraverso due modelli di cargo e-bike

L'innovazione passa anche dalla flotta dei mezzi. Il centro logistico di Pordenone ha testato un nuovo veicolo green, che sarà poi sperimentato dalla struttura di sede centrale per un'eventuale adozione futura. Si tratta di un nuovo mezzo a quattro ruote realizzato da un'azienda friulana. Nello specifico, Wings S.r.l. (Latisana, UD) ha proposto di sperimentare per le attività di recapito due modelli di cargo e-bike a quattro ruote prodotti dalla VOK: VOK S (Small) e VOK XL.



Così nell'UP di Frisanco si convincono i clienti scettici a restare con Poste

Un dubbio che diventa un'opportunità. La consulente mobile **Chiara Bratti**, a giugno, ha gestito un cliente nell'UP di Frisanco, un piccolo UP BASE C. Nel primo appuntamento, ha manifestato l'intenzione di voler liquidare una polizza vita di importo rilevante (850mila euro). Essendo un cliente molto importante, L'SCM ha coinvolto nella trattativa anche il consulente premium **Stefano Vettori**. I due sono riusciti a fargli cambiare idea grazie alle azioni di Caring. Si tratta di iniziative commerciali che prevedono il riconoscimento di un "bonus" ai clienti titolari di polizze Ramo I o Multiramo che confermeranno il mantenimento della polizza in portafoglio. In caso di conferma da parte del cliente, il bonus viene erogato da Poste Vita direttamente all'interno della polizza stessa. Inoltre, il cliente ha deciso di portare 100mila euro che deteneva presso un altro istituto e di versarli sulla polizza che all'inizio voleva disinvestire.



RAM 5 Nord Est

PCL, il 64% dei 210 dipendenti è nato fuori dal Friuli Venezia Giulia

Il 64,29% dei 210 dipendenti di PCL di Poste Italiane della provincia di Pordenone è nato fuori dalla regione Friuli Venezia Giulia. A sottolineare questo aspetto è il responsabile di Risorse umane **Salvatore Vitale**, siciliano, che qui è arrivato nell'aprile del 2024 e che ha presto eletto Pordenone a città dove rimanere: «Quando mi sono approcciato a questa esperienza ero pieno di dubbi e di paure. Invece, ho da subito percepito un abbraccio non soltanto da parte dallo staff ma anche dei colleghi: hanno accelerato il mio processo di integrazione lavorativa e umana.



CD Sacile



CD Spilimbergo

l'eccellenza del lavoro svolto: il YTD rispetto anno precedente registra +10 milioni nella raccolta netta totale, +1,3 milioni nella raccolta netta investimenti e +11,3 milioni nella raccolta netta risparmio. «La sfida futura è chiara – afferma De Mattheis – La filiale ha affrontato un cambio generazionale che ha toccato tutti i livelli e tutti i ruoli. Il 65% dei consulenti lavora in azienda nel ruolo di SCF da meno di 3 anni. 2 RCZ su 3 sono nel ruolo da meno di 2 anni. Dobbiamo essere bravi a farli crescere, anche grazie a **Barbara Forza**, delle Risorse umane». De Mattheis, per raccontare l'eccellenza della filiale, fa l'esempio dei risultati rispetto al target di giugno: +837mila euro di raccolta netta investimento all'UP Pordenone Santa Caterina; +584mila per raccolta netta investimenti all'UP di Porcia; +1,1 milioni di raccolta netta totale all'UP di Spilimbergo (dove si trova un mosaico degli Anni '60 realizzato in collaborazione con la Scuola di Mosaicisti del Friuli); +600mila per raccolta lorda investimenti all'UP di Maniago; +654mila per raccolta netta totale all'UP di Montebelluna Valcellina.

Gestione operativa

Daniela Maggio, RGOF, fa il punto sulla gestione operativa: «Sono in azienda dal 2007 e RGOF dal 2021. Ho fatto tutti i ruoli e in ogni mansione il cardine di tutto è sempre stata la qualità. Oggi puntiamo sul digitale, cercando di abituare i clienti alle nuove modalità. Lo facciamo grazie a 8 zone hub e 28 spoke. Inoltre, non abbiamo avuto eventi criminosi né l'anno scorso né quest'anno». Al 7 luglio 2026, il tempo d'attesa medio è di 6,6 minuti, mentre la percentuale clienti serviti entro 15 minuti con bonus commerciale è dell'87%. Al 6 luglio, la percentuale di clienti serviti digitali è di 98,9% (valutazione YTD 2). Valutazione YTD 1 per le ricevute digitali (numero 75.754, percentuale ricevute digitali 67,8%) e per RDS (numero 3.191, numero operazioni di sportello 100.673). Tra i casi citati da Maggio: «Pordenone 3 ha una valutazione 1 sulle prenotazioni digitali, Castions di Zoppola ha 1 sulle ricevute digitali, Sacile 1 ha 1 su RDS e Pordenone 6 ha 1 su tempi di attesa e incremento bonus commerciale».



CL Pordenone



CD San Vito al Tagliamento



PDD Chions



PDD Zoppola



PDD Cordovado



PDD Pasiano



Prata di PN



Fontanafredda



CD Maniago



Leggi gli articoli su Pordenone sul sito tgposte.poste.it

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

La metà del patrimonio è collocato sul risparmio postale e spalmato su 77 uffici postali

Piacenza, patrimonio di 3,5 miliardi E il recapito punta su Rete Corriere

Il DF Biscotti spiega le caratteristiche del territorio: «Siamo una delle filiali maggiormente coinvolte nel progetto Polis».

Sul versante PCL, dopo il via a Reggio Emilia, la nuova rete si estende: «96 assunzioni nel 2025» spiega il responsabile Magno

Quattro valli, 287mila abitanti, un territorio rurale con una grande capacità di risparmio: è il contesto in cui opera la Filiale di Piacenza, da un anno e mezzo diretta da **Antonio Biscotti**: 3,5 miliardi di patrimonio complessivo, quasi la metà collocato sul risparmio postale e spalmato su 77 uffici postali. «E siamo una delle filiali maggiormente coinvolte nel progetto Polis», aggiunge il DF Biscotti. In questo territorio esteso (l'ufficio postale di Zerba è a 84 km da Piacenza), con apparato complesso, dove l'ingresso di molti giovani ha comportato l'arrivo di nuove energie ma anche una fisiologica fase di adattamento, diventano ancora più significativi i risultati ottenuti dal team di Gestione operativa, di cui è responsabile dal 2017 **Teresa Balletti**: «Da inizio 2026 siamo stabilmente ai primi posti del ranking nazionale e ad aprile abbiamo ottenuto il primato. Questo si deve a un profondo lavoro di collaborazione con la squadra commerciale, con le risorse umane e alla relazione solida con il territorio».

Una filiale giovane

Il motore di questo successo sono naturalmente gli uffici postali, da quelli di Piacenza a Fiorenzuola d'Arda, fino a Bobbio, un UP medio montano dove, nonostante i problemi di rete, si sono ottenuti risultati invidiabili in termini di digitalizzazione. **Daniele Vinci**, responsabile risorse umane, spiega: «Siamo 260 persone, quando sono arrivato cinque anni fa c'erano 160 persone sopra i 58 anni, oggi sono solo 63». Questo, come dicevamo, presenta pro e contro: una filiale giovane ha dei vantaggi, ma maggiore difficoltà a coprire le posizioni che richiedono una conoscenza aziendale più profonda.

Come cresce la raccolta

Nunzia Esposito, referente commerciale di zona, in rappresentanza della responsabile commerciale **Tommasina Porcelli**, illustra i risultati dei primi sei mesi



La Filiale di Piacenza



La squadra commerciale



UP Fiorenzuola d'Arda



UP Piacenza 4



La squadra di Gestione operativa



UP Bobbio



UP Piacenza Centro



UP Piacenza 7

UP Piacenza 1



UP Piacenza 5



UP Castell'Arquato



UP Podenzano



dell'anno: +53% sulla raccolta netta risparmio rispetto al 2025, con performance particolarmente positive a Piacenza 4 (170% rispetto all'obiettivo della netta investimenti), Fiorenzuola d'Arda (110% nella lorda investimenti), Castell'Arquato (125% nella Protezione pura) e Podenzano (130% nei Prestiti+Cessione del Quinto).

La mappa della logistica

A presentare PCL è invece **Alessandro Magno**, responsabile RAM da febbraio: «La RAM 3 CN comprende il territorio delle province di Parma, Reggio Emilia, Piacenza, per una copertura di 8324,60 km². I centri di recapito sono 2 CL, 1 CD

Superiore, 14 CD Standard e 1 CD Base. Sono 11 i PDD. La flotta totale è di 723 mezzi. A Piacenza, su 92 veicoli il 38% è elettrico». Aggiunge: «Siamo un gruppo competente che dà il massimo con professionalità e spirito di squadra».

Le assunzioni

Di recente, c'è stata la partenza della Rete Corriere su Reggio Emilia, come spiega **Federico Solidoro**, responsabile produzione RAM: «Abbiamo fatto un passo avanti con questo nuovo progetto. Cambiano tipi di prodotti, orari e approcci, ma siamo partiti molto bene con 85 pacchi a corriere nella prima settimana. Su questo versante abbiamo 38

corrieri e 35 Scudo». Una realtà che sta evolvendo anche a livello di personale. **Mattia Borrini**, responsabile RU RAM, racconta che «sono 907 le risorse, di cui 88 addetti di produzione e 683 portalettere. Il merito viene premiato e, non a caso, nel 2025 abbiamo assunto 96 portalettere a tempo indeterminato e nel 2026 è previsto un totale di 84 stabilizzazioni indeterminate. L'età media si è molto abbassata nell'ultimo periodo, arrivando a 42,5 anni». Una struttura che consente ottimi risultati a livello di business e qualità, dovuti anche all'impegno di **Alfonso Alonci**, responsabile qualità RAM, e **Gioacchino Virzì** per quanto riguarda safety e security.

Una rete al servizio della gente

A parlare dei CD sono **Anna Di Stefano** dello staff produzione RAM e **Claudio Liconso**, responsabile CD Fiorenzuola d'Arda: «C'è il CD Piacenza Recapito Marconi e la sua squadra con alta quota rosa, che usufruisce di un'ampia autonomia per la distanza dalla RAM e che gestisce anche grandi clienti – affermano – E ancora il CD Fiorenzuola D'Arda con il suo spirito di squadra, il CD Podenzano che deve operare su un vasto territorio, la realtà familiare del CD Fiorenzuola d'Arda, i buoni risultati del CD Caorso e CD Castel San Giovanni con il suo gruppo coeso. Una rete al servizio delle persone».

CD Piacenza Recapito Marconi



CD Caorso



Leggi gli articoli
su Piacenza
sul sito
tgposte.poste.it

CD Podenzano



CD Fiorenzuola d'Arda



CD Castel San Giovanni



PCL, il miglioramento continuo passa per nuove soluzioni e innovazioni

Per il perfezionamento del servizio, la RAM 3 CN ha introdotto nuove soluzioni organizzative per rendere più semplici ed efficaci le operazioni di rientro. Innanzitutto, è stata creata una cartellonistica apposita per la gestione del prodotto ADER al rientro dei portalettere, favorendo ordine, rapidità e uniformità nelle operazioni. Inoltre, per la Rete Corriere è stato creato un percorso post-gita per i portalettere, che illustra passo dopo passo le attività da svolgere al termine del servizio. Il progetto è stato sviluppato da **Anna Di Stefano**, dello staff produzione RAM: «Ci siamo resi conto che mancavano indicazioni chiare e per questo abbiamo coinvolto il personale, raccogliendo suggerimenti sulle criticità riscontrate e sulle possibili soluzioni. Ad esempio, sono in fase di realizzazione nuove indicazioni visive con sacchi di colore diverso in base alla tipologia. Queste innovazioni verranno implementate man mano nell'area di Piacenza».

Zerba, il comune meno popolato e il 4x4 del portalettere Filippo

Tra i comuni serviti dalla RAM 3 CN, un posto particolare è occupato da Zerba, piccolo comune montano della provincia di Piacenza, nell'alta Val Trebbia, al confine con Lombardia e Piemonte. Tra i meno popolati d'Italia, è servito dal PDD Bobbio, di competenza del CD di Podenzano. Qui consegna il portalettere **Filippo**, che recapita nella stessa giornata anche in alcune frazioni del Comune di Ottone e Cortebruggatella e in alcune vie di Bobbio. Questo perché la corrispondenza per i soli abitanti di Zerba risulterebbe esigua. Lo fa con la sua Fiat Panda 4x4 per affrontare le strade montuose. Nella stagione estiva, molti abitanti rientrano nelle case native e di conseguenza aumenta anche il prodotto da recapitare. La quantità di corrispondenza destinata agli utenti del Comune si attesta a circa 10 pezzi di posta descritta e circa 30 pezzi di posta indescritta. Non a caso i maggiori clienti sono Comune, ristorante e l'unico bar.

IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

In tutta la provincia quasi 800 persone di Mercato Privati e oltre 500 per la logistica

La Filiale di Lecce tocca i 10 miliardi nel Salento della nuova Rete Corriere

Il patrimonio da top ten nazionale si deve a 623mila clienti in portafoglio su una popolazione residente di 760mila abitanti

Il centro logistico gestisce oltre 50.000 pacchi a settimana, che arrivano a raddoppiare nei periodi di massima affluenza estiva

Con 9,8 miliardi di euro la Filiale di Lecce, guidata da **Teresa Cozzolino**, si colloca tra le prime dieci filiali italiane per valore complessivo, forte di 623mila clienti in portafoglio su una popolazione provinciale di circa 760mila abitanti, in un territorio caratterizzato da settori produttivi diversi e radicati nella tradizione locale: dal turismo al commercio, dall'agroalimentare alla manifattura, fino all'abbigliamento, alle calzature e alla trasformazione agricola. «Stiamo lavorando con iniziative ad hoc per supportare le imprese del territorio», è il messaggio della direzione della filiale, in un contesto in cui il sistema bancario tradizionale ha visto negli ultimi anni una progressiva riduzione degli sportelli fisici e in cui diventa sempre più importante garantire servizi accessibili e vicini alle comunità.

Il pilastro dell'inclusione

Un elemento centrale della presenza di Poste Italiane a Lecce è rappresentato dalla rete delle persone. La responsabile delle risorse umane **Monica Lettore** sottolinea il valore della squadra: tante persone che ogni giorno lavorano nella filiale, contribuendo al funzionamento della rete e alla qualità del servizio offerto a cittadini e imprese. Sul fronte della qualità, il responsabile della Gestione Operativa **Rocco Ratano** evidenzia il percorso di trasformazione che coinvolge quotidianamente gli uffici postali. «L'impegno per l'inclusione sociale è un pilastro importante della cultura aziendale: la qualità del servizio richiede un impegno costante ogni giorno», spiega Ratano, sottolineando l'importanza di migliorare continuamente l'esperienza del cliente. In questo semestre, particolare attenzione è stata dedicata alla qualità dei tempi di attesa e alla gestione dei flussi negli uffici postali. La digitalizzazione rappresenta un altro elemento strategico. La filiale di Lecce si distingue infatti per il numero di prenotazioni digitali dei servizi, risultando la seconda filiale della macroarea per questo indicatore.

La crescita commerciale

Il responsabile commerciale **Gian Luca Greco**, in carica da luglio 2024, evidenzia i risultati raggiunti dalla filiale nell'ambito dei servizi finanziari con il patrimonio complessivo gestito che arriva a sfiorare i 10 miliardi, con una crescita di circa 500 milioni negli ultimi due anni. Un risultato che non riguarda soltanto il risparmio postale, ma l'intera offerta finanziaria proposta da Poste Italiane. Sul fronte della raccolta netta totale, al 30 giugno la filiale ha registrato un risultato superiore all'obiettivo previsto, con 30 milioni in più rispetto al target. «Possiamo dire, con grande umiltà, che le azioni messe in campo ci stanno dando grande soddisfazione».

Il team della Filiale di Lecce



La squadra di Gestione Operativa



UP Copertino



Leggi gli articoli su Lecce sul sito tgposte.poste.it

Il team commerciale



La squadra dei consulenti mobili



I successi del recapito

La realtà leccese si dimostra particolarmente vivace anche sul versante dei pacchi: nel mese di giugno, proprio all'inizio della stagione del picco estivo, che da queste parti significa il raddoppio dei volumi dei pacchi, è cominciata l'esperienza della Rete Corriere che ha portato alla stabilizzazione di 36 persone che servono oltre il 50% della provincia in territori molto vasti, dall'Adriatico allo Ionio, che d'estate diventano anche affollati di turisti, tra i lidi e i villaggi delle marine salentine. I numeri presentati dal responsabile della RAM 2 **Giuseppe Policarpo**, affiancato dal Responsabile Produzione **Andrea Franccone**, parlano di 96 comuni serviti, 364 mezzi, 280 portalettere e un totale di 515 persone, con un forte equilibrio tra esperienza e nuove generazioni, come sottolinea la Responsabile Risorse umane **Maria Molinari**. Nel primo quadrimestre dell'anno la provincia di Lecce ha visto dei volumi di corrispondenza pari a una media settimanale di 53.466 invii, 16.422 kg di posta ordinaria e 20.874 pacchi. Alla guida del Centro logistico di Lecce, dal 2025 c'è **Fabio Sparapane**: «Il nostro successo non è solo consegnare. È consegnare bene: con qualità, responsabilità e spirito di squadra». **Barbara Sabato** è invece dal 2020 responsabile del centro di distribuzione di Copertino, in testa insieme a Gallipoli nel cruscotto qualità 2026 che misura le performance del servizio: «Siamo orgogliosi di garantire ogni giorno il nostro servizio a una comunità che sa trasformare il lavoro in bellezza e le proprie radici in futuro».

UP Melpignano



UP Monteroni di Lecce



Tutti all'UP di Maglie per i "mercoledì digitali"

Carla Verri, operatrice di sportello dell'ufficio postale di Maglie, è la protagonista dell'iniziativa il "Mercoledì Digitale", che dedica momenti di supporto pratico ai clienti per l'attivazione e l'utilizzo dell'App Poste Italiane. Il passaparola generato dai clienti soddisfatti ha favorito una forte crescita delle adesioni digitali, portando presso l'ufficio il KPI abilitazioni App al 204,6% dell'obiettivo.



All'UP di Corsano si danno lezioni di App

Il DUP di Corsano **Daniele Nuccio** ha notato che molti clienti non conoscevano la possibilità di predisporre le operazioni tramite App. Ha coinvolto colleghi e clientela promuovendo l'utilizzo dell'App e del QR Code, supportando i clienti meno digitalizzati. L'iniziativa ha aumentato le operazioni precaricate e migliorato l'efficienza dello sportello.



A Lecce 6 la regola per seguire i clienti

Maria Eugenia Bonanno, operatrice di sportello dell'ufficio postale di Lecce 6, ha introdotto la regola del "minuto in più per il cliente", dedicando tempo all'ascolto, al riepilogo delle operazioni e alla gestione preventiva dei dubbi. L'approccio è stato condiviso con il team, contribuendo a raggiungere un NPS pari a 75.



Maurizio, il portalettere "salva-vita"

Portalettere da oltre 20 anni, **Maurizio Capilungo**, 65 anni, si è reso protagonista di un episodio che va ben oltre il recapito. «In un piccolo paese, dopo qualche mese, conoscevo già i nomi di tutti e le loro abitudini. C'era una signora anziana che ogni mattina mi aspettava alla finestra. Non vedendola, un giorno, ho allertato i vicini e poi i soccorsi: effettivamente era caduta in casa. Mi ripete sempre che quel giorno non le ho portato la posta, ma le ho fatto un dono molto più grande».



Ludovica e i 36 nuovi volti della Rete

Ludovica Franco, 28 anni, è una delle 36 risorse stabilizzate con l'avvio della Rete Corriere. In poco tempo si è fatta apprezzare tra clienti e colleghi per il suo sorriso spontaneo e la sua naturale ospitalità salentina. Fiera della propria divisa e del proprio ruolo, vive ogni giornata come un'occasione per entrare in contatto con le persone e offrire un servizio concreto al territorio: «Spesso – dice – basta il grazie di un cliente per capire di aver fatto bene il proprio lavoro e tornare a casa con la soddisfazione di aver lasciato un segno positivo».



CR Nardò



CR Copertino



CR Poggiardo



CR Galatina



CL Lecce Recapito Lequile



CR Campi Salentina



Rete Corriere Lecce



CR Martano



CR Gallipoli



CR Casarano



REPORTAGE

Il caso del comune di 13mila abitanti in provincia di Lecco

Il tesoro di Casatenovo

77 milioni di patrimonio

La maggior parte della clientela è formata da persone oltre i sessant'anni con risparmi accumulati nei periodi più floridi dell'economia italiana. Tra le nuove generazioni spopola il libretto smart young

di **Carla Falconi**

Se il risparmio racconta qualcosa delle persone, e di un popolo, Casatenovo, piccolo centro della provincia di Lecco, ci racconta la storia tutta italiana di un piccolo ufficio postale che gestisce un patrimonio di oltre 77 milioni euro. Un numero record (visto che il paese conta poco più di 13mila abitanti), che il direttore **Gregorio Sommese**, 40 anni, da Saviano, Napoli, spiega così: «Si tratta di una zona ricca: gente benestante e molto bancarizzata, orientata sia verso i classici e sicuri buoni fruttiferi, sia verso prodotti nuovi, come supersmart, premium e polizze, che hanno contribuito ad avvicinare clienti a diversificare gli investimenti».

Anatomia del risparmio

In questa fase di trasformazione, dalle forme di risparmio più tradizionali e quelle legate ai mercati finanziari più dinamici, un ruolo molto importante lo hanno svolto i consulenti di Poste. A Casatenovo, questo ruolo è stato affidato a **Katia Riva** che, entrata in azienda come portalettere, ha poi percorso tutte le tappe della formazione fino a diventare consulente finanziaria. «La maggior par-



Il team dell'ufficio postale di Casatenovo

te della clientela – dichiara Riva – è formata da persone oltre i sessant'anni con risparmi accumulati in passato, nelle fasi più positive dell'economia italiana. Per le nuove generazioni, che studiano molti anni, che sono più precarie, che hanno stipendi bassi rispetto al costo della vita, la propensione al risparmio è minore ma anche per loro ci sono soluzioni ad hoc che comprendono, oltre ai buoni fruttiferi, polizze assicurative e fondi di investimento bilanciati rispetto al reddito. Poi c'è una novità che riguarda i nuovi diciottenni, che magari hanno appena deposto il libretto per minori, aperto da nonni o

genitori. Potranno aprire, fino all'età di 30 anni, il libretto smart young che ogni sei mesi matura un piccolo interesse». L'analisi del risparmio di Riva corrisponde ad uno spaccato dell'azienda che è anche uno spaccato del Paese visto dal suo ufficio.

Front end e Progetto Polis

Giuseppe Floramo, da due anni in Poste, è uno dei quattro sportellisti che, come i suoi colleghi, svolge anche funzioni di front end e quelle legate al rilascio di documenti e passaporti poiché Casatenovo è uno dei 78 uffici postali della provincia lecchese, e uno dei mille nella regione Lombardia, in cui è attivo il nuovo progetto Polis. «Mi sono subito reso conto che siamo un punto di riferimento. Di noi si fidano, sia quando ci chiedono di valutare le bollette, per capire se le nostre offerte sono convenienti (e al 90 per cento è così), sia quando ci scelgono per fare il passaporto. Sono occasioni in cui la fiducia si rinnova e si fidelizzano i clienti, vecchi e nuovi».

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Manzi Annapia.....	Resp. Processi e Qualità CS Milano Roserio - Macro Area Logistica
Odino Lorena.....	Resp. Comm. Privati Filiale Alba - Macro Area Mercato Privati
D'Alessio Fabio.....	Resp. Comm. Privati Filiale Alessandria 1 - Macro Area Mercato Privati
Negro Andrea.....	Resp. Comm. Privati Filiale Alessandria 2 - Macro Area Mercato Privati
Pezzella Paola.....	Resp. Comm. Privati Filiale Asti - Macro Area Mercato Privati
Puleo Serena.....	Resp. Comm. Privati Filiale Bergamo 1 - Macro Area Mercato Privati
Marasco Giuseppe.....	Resp. Comm. Privati Filiale Bergamo 2 - Macro Area Mercato Privati
Bertoldo Ornella Maria Lucia.....	Resp. Comm. Priv. Fil. Biella - Macro Area Mercato Privati
Pontillo Antonella.....	Resp. Comm. Privati Filiale Busto Arsizio - Macro Area Mercato Privati
Sciarrone Carmelo.....	Resp. Comm. Privati Filiale Como - Macro Area Mercato Privati
Emilio Luigi.....	Resp. Comm. Privati Filiale Cuneo - Macro Area Mercato Privati
Labriola Silvana.....	Resp. Comm. Privati Filiale Imperia - Macro Area Mercato Privati
Salerno Marciano.....	Resp. Comm. Privati Filiale Mantova - Macro Area Mercato Privati
Valva Maria Pia.....	Resp. Comm. Privati Filiale Milano 2N - Macro Area Mercato Privati
Aliberti Federica.....	Resp. Comm. Privati Filiale Milano 4O - Macro Area Mercato Privati
Venerito Filomena.....	Resp. Comm. Privati Filiale Milano 5E - Macro Area Mercato Privati
Settembre Clelia.....	Resp. Comm. Privati Filiale Pinerolo - Macro Area Mercato Privati
Calà Impirotta Antonio.....	Resp. Comm. Privati Filiale Sondrio - Macro Area Mercato Privati
Caputo Antonio.....	Resp. Comm. Privati Filiale Varese - Macro Area Mercato Privati
Vitabile Gianpaolo.....	Resp. Comm. Privati Filiale Vercelli - Macro Area Mercato Privati
Polvara Giulia.....	Coord. Comm. Affil. e Upper Mass Lombardia - Macro Area Mercato Privati
Boscaro Federica.....	Coord. Comm. Mass Mark. Piemonte Nord e Valle D'Aosta - Macro Area Mercato Privati

La Giornata dei Nonni



Nonna Marina, direttrice dell'ufficio postale di Bosco Marengo (AL), ha partecipato alla "Giornata dei nonni", raccontando la sua professione alla scuola dell'infanzia del nipotino Edoardo a Milano: «Ho spiegato ai piccoli come una semplice letterina possa diventare un prezioso mezzo di comunicazione, capace di portare notizie e messaggi speciali a parenti e amici anche molto lontani, in qualsiasi parte del mondo. Con l'aiuto delle insegnanti, i bambini hanno voluto ringraziarmi preparando una lettera speciale».

RECAPITO

Organizzazione e tecnologia per la logistica di Biella

Il centro serve quasi tutta la provincia: circa 168mila residenti e le aziende agricole e turistiche della zona collinare, a ridosso delle Alpi

Ogni giorno nel centro logistico di Biella arrivano circa 1.120 kg di posta indescritta (stampe e lettere) e 3.500 pezzi di posta descritta (pacchi e raccomandate) che 77 portalettere, con sabauda precisione provvedono a distribuire nel territorio.

Un "modulo" calcistico

Sulla base di questi volumi, dei mezzi e del personale a disposizione, tre capisquadra organizzano il lavoro quotidiano seguendo un modello che **Daniele Pisano**, uno dei tre, definisce «calcistico poiché è fatto di un'attenta programmazione strategica ma anche di improvvisazione tattica davanti agli imprevisti». «La qualità si costruisce così: grazie alle persone, all'organizzazione e alla tecnologia – dice la direttrice **Annalisa Fantolin**, che parla inglese e francese ed è in Poste da 20 anni – Lo dimostra il livello del nostro servizio che, insieme



La squadra del centro logistico di Biella

a quello dell'ufficio decentrato di Pray, è alto e documentato dai numeri e dai Kpi».

Il valore della varietà

Il centro serve quasi tutta la provincia: circa

168mila residenti, ditte e imprese, situate soprattutto nella zona pianeggiante, aziende agricole e turistiche, posizionate nella zona collinare, a ridosso delle Alpi Biellesi. **Stefano Villa**, giovane portalettere laure-

ato in scienze dell'amministrazione, sottolinea che alla varietà fisica del territorio corrisponde un'altrettanta varietà umana. «Faccio consegne al pensionato che aspetta il suo quotidiano e al ragazzo che attende il pacco Amazon. I pacchi, comunque, sono in continuo aumento, sia quelli spediti direttamente a noi, sia quelli che arrivano dalla rete dei tabaccaï». Il suo collega, **Vincenzo Orlacchio**, arrivato 4 anni fa da Benevento, dopo gli studi in economia, si occupa del recapito a Biella. «Tra i miei clienti ci sono soprattutto residenti e titolari di studi o attività commerciali. Il confronto con loro è positivo ma la differenza tra la città e i piccoli centri limitrofi a livello di cordialità è evidente e va a favore dei secondi». (C.F.)

REPORTAGE

Il lavoro dei portalettere nelle zone rurali della provincia di Venezia

Mirano, un centro di distribuzione per il recapito a lunga percorrenza

A 18 km da Venezia e 11 da Mestre si trova Mirano, paese in posizione strategica dell'entroterra veneto, dove opera un centro di distribuzione con 60 addetti, tra cui un direttore, due capisquadra e un MQ in pool con Jesolo. Il territorio comprende altri sei comuni e un bacino di popolazione che supera le 140mila persone, servito ogni giorno con 55 mezzi di cui 17 green.

I volumi e l'attenzione al cliente

Alla guida del CD dal 2024 c'è **Tommaso Zito**, giovane direttore che racconta il lavoro quotidiano attraverso i numeri generati e le nuove sfide, prima fra tutte l'NPS ossia la qualità percepita dal cliente: «Ogni giorno – racconta – consegniamo 583 kg di posta indescritta e 1.838 pezzi di descritta, tra cui 1.123 pacchi che durante i picchi salgono del 30%. Abbiamo molti grandi clienti, tra cui l'acqua San Benedetto, e 50 Punto Poste. Adesso stiamo lavorando sul parametro NPS attraverso la formazione dei nostri portalettere, che stanno tornando al ruolo che avevano un tempo, quando il rapporto interpersonale con i clienti era importante. La qualità percepita ci sta portando nel futuro grazie ai valori di un tempo».

Il lavoro dei portalettere

Nel territorio di Mirano si alternano zone rurali ad aree urbanizzate. Ogni giorno i portalettere percorrono circa 50 km e in alcuni tratti tra una consegna all'altra si arriva a percorrere fino a un



La squadra del CD di Mirano

chilometro. **Michele Pizzo**, portalettere di 31 anni, serve il comune di Spinea con circa 5mila abitanti: «Per consegnare la prima corrispondenza – racconta – percorro circa 15 minuti di strada. La mia zona è popolare, ho un rapporto cordiale con gli utenti, cerco di svolgere il mio lavoro col sorriso». **Manuel Vavassori** invece si occupa della linea mercato dal 2022 e ha in carico nove Punto Poste, dove consegna 100 pacchi al giorno e ne ritira 120, con picchi che a Natale sfiorano i 200 ritiri: «Ho in carico i comuni

di Salzano e Martellago – racconta – e se prima durante l'estate c'era un calo dell'attività, adesso le persone ordinano continuamente».

Gestire le relazioni

A coordinare le attività del CD ci sono **Guendalina Frizziero**, memoria storica dell'ufficio, che svolge attività di coordinamento dal 2010, ed **Elisa Zuin**, caposquadra in forza a Mirano dal 2025: «Mi occupo della sala portalettere e dei mezzi. Non è sempre facile coordinare e ge-

stire 60 risorse ma qui ho imparato molto, a cominciare dalla capacità di gestire le relazioni e le diversità di ognuno». In Pool con Jesolo lavora invece **Stefania Bet**, MQ che monitora tutte le attività del CD: «Con l'introduzione dell'NPS – racconta – il lavoro è più impegnativo. Abbiamo lavorato per trasmettere ai nostri collaboratori i concetti di gentilezza, educazione e pazienza verso i clienti e i risultati ci stanno premiando. A maggio abbiamo raggiunto un punteggio vicino al 9». (Alessandra Venzo)

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Bari Davide Domenico.....	Resp. Produzione CS Padova - Macro Area Logistica
Scolaro Enrico.....	Resp. Produzione RAM 2 NE - Macro Area Logistica
Briganti Antonino.....	Resp. Produzione RAM 1 NE - Macro Area Logistica

CD Jesolo



Dalla vita di tutti i giorni del Centro di distribuzione di Jesolo sono nate due canzoni originali, realizzate con intento ironico, positivo e aggregante, ispirate a persone, situazioni e momenti che molti colleghi del recapito possono facilmente riconoscere. Il brano "Linea Mercato Vola" racconta con energia e leggerezza l'impegno quotidiano di chi contribuisce al raggiungimento degli obiettivi aziendali.



Inquadra il QR Code per ascoltare la canzone

Sul sito tgposte.poste.it

Treviso, Laura aiuta a superare il divario digitale



«Accogliere significa prima di tutto ascoltare». **Laura Salemi**, Operatrice di Accoglienza all'ufficio postale di Treviso Centro, riassume così il senso di un ruolo che rappresenta il primo punto di contatto tra cittadini e servizi di Poste Italiane. Originaria della provincia di Palermo, è in azienda da cinque anni fa, iniziando allo sportello prima di diventare ODA.



Inquadra i QR Code e leggi le loro storie sul sito del TG Poste

Sonia, la neomamma che dirige il CD di Cervignano del Friuli



Sonia Fileti è la responsabile del Centro di Distribuzione di Cervignano del Friuli, in provincia di Udine, traguardo raggiunto dopo essere diventata mamma della piccola Adele. Coordina una squadra di circa 70 persone, svolgendo un ruolo che richiede capacità organizzative, e attenzione alle persone. «Sono grata a Poste perché mi permette di svolgere un lavoro che amo e, allo stesso tempo, di essere madre, aiutandomi a conciliare vita professionale e familiare».



Dolegna del Collio: un DUP 32enne per 285 abitanti



Nel comune di Dolegna del Collio, il più piccolo della provincia di Gorizia con i suoi 285 abitanti, **Luca Bregant**, 32 anni, direttore dell'ufficio postale, racconta un percorso di crescita professionale costruito giorno dopo giorno a stretto contatto con il territorio e con le persone. «In una realtà così piccola il rapporto umano è importante quanto il servizio offerto», spiega. «Molti utenti li ho conosciuti durante gli anni trascorsi come portalettere e oggi continuo ad assisterli dall'altra parte del bancone».



Il consulente eroe salva una giovane nelle acque di Trieste



Davide Mostarda, consulente finanziario di Poste Italiane, ha ricevuto un riconoscimento dal sindaco di Trieste Roberto Dipiazza per aver salvato una ragazza che rischiava di annegare in mare. «Stavo passeggiando sul Molo Audace con i miei amici, quando le urla di alcune persone hanno attirato la nostra attenzione. Ho visto la ragazza in acqua che annaspava e mi sono tuffato per aiutarla» spiega. «Lo rifarei - dice - non ho pensato un secondo al pericolo ma a salvare chi era in difficoltà».



REPORTAGE

Uno degli uffici con maggiori volumi della RAM

San Benedetto del Tronto

131mila pacchi nel 2025:

«Così risolviamo gli imprevisti»

Circa 70 persone si alternano sui 50 veicoli nella consegna di corrispondenza e pacchi in tutta la costa della provincia di Ascoli, fino a Marina di Massignano e anche all'interno

di **Barbara Perversi**

A San Benedetto del Tronto, celebre per la sua "passeggiata" punteggiata da palme, il mare non è soltanto sinonimo di vacanza, ma anche di un'importante tradizione legata alla pesca. **Duilio Mora**, postale da più generazioni e con una ventennale carriera nella logistica postale, guida un Centro Logistico con circa 70 persone che si alternano sui 50 veicoli nella consegna di corrispondenza e pacchi in tutta la costa della provincia di Ascoli, fino a Marina di Massignano e una porzione dell'interno. **Gabriele Di Emilio**, giornalista e laureato in scienze politiche, è uno dei capisquadra insieme a **Massimo Moccia**, dopo numerosi anni nella qualità in più RAM. «Organizzare la squadra significa affrontare anche gli imprevisti quotidiani in un territorio in cui si percorrono molti chilometri, dalla collina alla costa rispettando i tempi dettati da ogni prodotto» spiega, aggiungendo che per lui «Poste rappresenta una crescita personale importantissima: per questo devo cercare di fare il meglio per rappresentarla al meglio».

Crescere lavorando

Titolare a Grottammare, **Danilo Rocchi** è un portalelettere che ha molto a che fare con i turisti «che mi fanno i complimenti perché lavoro sotto al sole». **Silvana Coccia**, anche lei di tradizione postale familiare, è Linea Mer-



I colleghi del Centro Logistico di San Benedetto del Tronto

MERCATO PRIVATI

Il lavoro dei colleghi nell'iconica località turistica romagnola

Residenti e turisti: all'ufficio postale di Riccione l'impegno è al massimo

I romagnoli son sanguigni, si sa, e Riccione non è da meno: considerata la "Perla Verde dell'Adriatico", è la capitale del divertimento e della movida in Riviera. Qui **Silvia Muccini**, che ha alternato l'esperienza da commerciale in filiale e quella da DUP, da novembre 2025 ha concertato una piccola orchestra di 9 colleghi (dall'8 luglio si è spostata nella natia Rimini). «Qui confluisce tutto ciò che non è stato possibile chiudere nell'orario di chiusura negli altri UP di Riccione», esordisce. **Filippo Pizzinelli**, SCF laureato in economia e di ruolo da fine 2025. Il suo obiettivo è essere «un punto di riferimento per il cliente per l'ecosistema dei prodotti di Poste. Non è mera vendita e consulenza ma anche gestione del portafoglio di clienti soprattutto tra 45 e 70 anni». **Loredana Paoletti** è operatrice di sportello. Di origine maceratese si è spostata per lavoro,



Riccione, i colleghi dell'ufficio postale

sempre nell'UP di Riccione. «Mi piace capire il cliente che ho davanti, la sua esigenza e che esca soddisfatto – rivela – Per me Poste è stata una grande famiglia, sono cresciuta in questo luogo, ho avuto anche dei riconoscimenti dalle persone con cui ho lavorato. Noi postali esauriamo tutto

il lavoro da fare: lo abbiamo dentro di fare tutto fino alla fine». **Francesco Ribatti** è il Collaboratore del DUP, dopo molti anni a Roma come sportellista multilingue e in filiale. A chiedergli quale sia l'ingrediente per essere in ruolo, risponde: «Essere risolutore di problemi. Non tutti i clienti sono uguali». Qui «ho conosciuto il mondo del lavoro e sono entrato in contatto con la clientela: prima vedevo il rapporto interpersonale in maniera diversa».

Le caratteristiche di Riccione

Silvia racconta come d'inverno l'ufficio, che ha le caratteristiche di un UP centrale, sia frequentato da persone del posto. Mentre d'estate l'affluenza quasi raddoppia, e cambiano le tipologie di operazioni. Con una netta maggioranza di clienti titolari di Libretti (quasi 4.000), e una forte propensione ad investire nel ramo assicurati-

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Rocchetti Davide Maria.....	Resp. Comm. Privati Filiale Ancona - Macro Area Mercato Privati
Severini Laura.....	Resp. Comm. Privati Filiale Fermo - Macro Area Mercato Privati
Domizi Katia.....	Resp. Comm. Privati Filiale Macerata - Macro Area Mercato Privati
Tucci Antonio.....	Resp. Comm. Privati Filiale Prato - Macro Area Mercato Privati
Lampa Sofia.....	Coord. Comm. Mass Market Emilia-Rom. e Marche - Macro Area Mercato Privati

cato per scelta: «Da portalelettere diventi uno di famiglia, i clienti aspettano il mio buongiorno, come il signor Federico che mi attende sul balcone. E un buongiorno cambia il rapporto con le persone». «Abbiamo -prosegue Silvana- la responsabilità di prodotti delicati e del rapporto con i clienti, con i quali si crea fiducia. Non esiste che lascio qualcosa indietro. Il mio lavoro deve essere tutto finito bene entro la giornata». **Clelia Fares** è portalelettere linea business nel comune di Acquaviva Picena: «Mi piace portare i pacchi che i clienti aspettano. Se il mondo è quello degli ordini on line, bisogna essere puntuali». **Duilio Mora** racconta ancora della crescita umana e professionale che i vari ruoli e i vari centri in cui è stato applicato gli hanno consentito: «Esperienze che mi hanno arricchito perché mi sono confrontato con molti colleghi e situazioni diverse, ad avere una visione di gruppo e non individuale. La posta a firma non manca (oltre 335 mila pezzi nel 2025) e per i pacchi (131 mila pezzi nel 2025) siamo tra gli uffici con i maggiori volumi della RAM. Con la stagione turistica la popolazione aumenta, con problematiche di viabilità» conclude il responsabile del CL. ●

Coast to coast



Guido Nola, Responsabile Mercato Privati, Francesco Bianchi, Responsabile MP Nord Ovest e Prospero Borea, Responsabile Eventi, hanno preso parte a "Chase the Sun": 280 km in bicicletta - coast coast dell'Italia, da Cesenatico a Tirrenia - nel giorno del solstizio.

vo, Silvia ci conduce nel variegato mondo dei circa 8.000 clienti serviti ogni giorno nel 2025. «Tra Postepay per clienti che desiderano avere un secondo conto e per i lavoratori stagionali e i buoni, riusciamo a mantenere clienti giovani titolari di buoni per minori che rimangono in Poste anche dopo la maggiore età». La fiducia è l'ingrediente magico: «Due clienti che hanno perso i mariti mi hanno chiesto consiglio perché erano completamente sole». (B.P.)

REPORTAGE

Il Centro di Distribuzione serve circa 41mila abitanti

Vasto, consegne di qualità in 49.254 punti di recapito

Le zone di lavorazione coperte dal CD sono 42: ecco i percorsi lavorativi e le testimonianze di chi ci lavora ogni giorno



di **Ernesto Taccone**

Il Centro di Distribuzione di Vasto serve la città (circa 41mila abitanti) e il territorio circostante per un totale di 27 comuni e 49.254 punti di recapito. Le zone di lavorazione sono in totale 42 (ripartite in 26 articolazioni di base, 13 linee business, 3 linee mercato) coperte con una flotta composta da 34 Panda, 5 tricicli, 3 furgoni, un'auto elettrica con un organico complessivo di 51 risorse, tra direttore, specialista SMQP, 2 capisquadra e 47 portalettere. Dal marzo 2024 la responsabile del centro abruzzese è **Simona Merolli**, di 54 anni, entrata in Azienda nel 1997 come portalettere, presso il CD di Lanciano, poi promossa caposquadra ptl e nel 2013 passata nelle diverse attività di monitoraggio e qualità: «Un ruolo che mi ha permesso di crescere professionalmente e di formarmi al fianco dei colleghi della RAM» spiega Simona «nel 2024 mi viene data la

qualifica di responsabile del CD di Vasto. Un lavoro impegnativo ma stimolante, con mille variabili e tante problematiche da affrontare ogni giorno».

Il recapito

Nel ruolo di SMQP-Specialista Monitoraggio Qualità Processi presso il centro di Vasto c'è **Cristina Maria Di Palma**, 51 anni, entrata in Poste come portalettere CTD nel 2000, assunta nel 2004 e poi nel 2010 cresciuta a Caposquadra ptl. «Nel novembre 2023 ho preso l'incarico di SMQP presso il Cd di Termoli e, dal marzo 2025, sono rientrata nel centro di Vasto e seguo anche Casoli: si tratta di due realtà molto diverse sia per dimensioni e sia per caratteristiche del territorio. Questo mi permette di arricchire il mio bagaglio professionale». La rete di ritiro e raccolta è composta da 74 punti (32 UP, 37 punti poste, 5 locker) e a gestire la squadra dei portalettere ci sono le colleghe **Paola Natale** e **Michela Reale**. «Ho iniziato - spiega Paola - nel 2000

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Di Magno Domenico ... Resp. Comm. Priv. Filiale Campobasso - Macro Area Mercato Privati
Simone Armando Resp. Gest. Op. di Filiale Campobasso - Macro Area Mercato Privati



Il team del Centro Distribuzione di Vasto

come CTD che nel 2007 si è trasformato in indeterminato, poi ho fatto tre anni a Campobasso e 15 a Termoli. Nel 2022 divento caposquadra e arrivo a Vasto». «Il mio percorso in Poste è iniziato nel 2003 come ptl a Notaresco (Teramo) - risponde Michela - nel 2011 divento caposquadra nel Cd di Atri e nel 2012 sono rientrata a Vasto. Ed è qui che ogni giorno mi confronto con i portalettere nel delicato compito di mediare tra le loro esigenze e quelle dell'Azienda».

Un territorio variegato

In rappresentanza dei portalettere c'è **Stefano Mastrianni**, 32 anni, entrato nel luglio del 2022. «Il territorio servito è una realtà ampia e variegata - sottolinea il collega campano - dalla costa adriatica di Vasto si arriva fino alle zone interne di montagna, dove durante l'inverno le condizioni climatiche sono molto impegnative, con neve e strade da percorrere con attenzione. Questa varietà rende il servizio di recapito ancora più significativo».

MERCATO PRIVATI

L'UP sardo ha chiuso il primo semestre con solidi risultati su molti dei principali kpi

Patrimonio, investimenti e buoni postali come cresce l'ufficio di Tempio Pausania

Situato ai piedi della montagna più alta della Gallura, l'ufficio postale di Tempio Pausania ha chiuso il primo semestre del 2026 registrando solidi risultati: uno stock del Patrimonio complessivo in crescita, così come il totale della raccolta Investimenti; buoni anche i numeri nel Risparmio Postale e il totale Liquidità. Da registrare anche un netto miglioramento del numero dei conti correnti gestiti, delle carte Postepay emesse, della media giornaliera servita con prenotazioni digitali e della peditività dell'ufficio.

Verso gli obiettivi

Dall'agosto 2024 il direttore è **Franco Orecchioni**, 46 anni, entrato in azienda dal 2002 e dopo alcuni anni come portalettere, ha iniziato a gestire uffici postali, partendo dall'UP monoperatore di San Pantaleo, per poi passare anche da Sassari centro e Alghero centro. «Il ruolo del direttore è di collante tra l'azienda e i collaboratori dell'ufficio - spiega - ogni giorno devo agire da coordinatore locale, traducendo e indirizzando sul territorio le strategie aziendali affinché vengano raggiunti gli obiettivi prefissati. La pres-



Lo staff dell'ufficio postale di Tempio Pausania

sione commerciale esiste ed è inevitabile in un'azienda orientata ai risultati, ma il compito di un responsabile è trasformarla in un'opportunità di crescita professionale e personale, non in uno strumento che mortifichi o annichilisce le risorse». Al fianco del direttore c'è **Giorgio Delogu**, 54 anni, veterano del ruolo, in azien-

da dal 2004 che, dopo quattro anni allo sportello, ha deciso di intraprendere il percorso di crescita interna come collaboratore del responsabile. «Questo ufficio ormai è come la mia casa - sottolinea Giorgio - vivo in questa cittadina e conosco tutti, in pratica rappresento un punto di continuità per l'ufficio. È un lavoro che

mi piace soprattutto perché posso mettermi al servizio della mia comunità».

OFE e OSP, a contatto col cliente

Nella squadra dell'UP gallurese ci sono anche le OFE-Operatrici Front End, **Lucrezia Attanasio** (57 anni) e **Rossella Pillitteri** (56 anni), entrambe di Tempio Pausania. «Il ruolo dell'OFE è fondamentale per il commerciale dell'ufficio - dichiarano le due colleghe - sicuramente è dinamico e impegnativo, ma allo stesso tempo molto gratificante. Lavoriamo in stretta sinergia tra noi, in primis per la lavorazione delle campagne commerciali, ma anche con il resto della squadra, affinché possano essere raggiunti gli obiettivi comuni». Tra gli OSP-Operatori di Sportello troviamo **Rosina Cusceddu**, 51 anni, in azienda dal 2013: «Ogni giorno siamo a contatto con i clienti, ascoltiamo le loro difficoltà, proponiamo le nostre soluzioni e il segnale che ci fa capire di stare migliorando la qualità della vita delle persone arriva quando a volte ci ringraziano con dolci o piante: un'usanza ancora viva a Tempio». (E.T.)

REPORTAGE

Tra i prodotti vola l'Energia con 160 contratti sottoscritti dall'inizio del 2026

UP **Cinecittà Est**: 24mila clienti e 340 milioni di euro di patrimonio

I numeri dell'ufficio "vetrina" nel quadrante orientale della Capitale: «Le nostre qualità? Competenza, fiducia, empatia e sinergia» spiega il DUP Simone Martini. Bene anche i prodotti assicurativi, come racconta il giovane consulente Simone Bello



di **Alessandra Venzo**

Nel quartiere Cinecittà, una delle zone più popolate nel quadrante sud-est di Roma, con oltre 300mila residenti e una densità di 9mila abitanti per km quadrato, si trova l'UP Roma Cinecittà Est. In via Terzilio Cardinali, all'interno di una zona prettamente residenziale, l'ufficio conta un DUP, un RGUP, due SUP, sette SCF, due OFE e 19 sportellisti con il Punto Poste Casa e Famiglia. Si tratta di un "ufficio vetrina", cosiddetto per dimensioni ed entità di patrimonio e risorse. Con 23.900 clienti totali, 7.174 correntisti e 10.703 librettisti, ha una peditività giornaliera di 330 persone servite, per il 70% entro i 15 minuti, e una percentuale di prenotazioni digitali del 27%.

Una passione antica

Alla guida dell'UP dal 2019 c'è il 43enne **Simone Martini**, con l'ambizione, fin da bambino, di lavorare in Poste. Forse ricordando sua nonna che lavorava con il telegrafo nell'Azienda Simone, una volta terminati gli studi universitari con due tesi dedicate a Poste Italiane,



Lo staff dell'UP Cinecittà

e assunto in un'altra realtà, lascia tutto appena riceve la chiamata e inizia il suo percorso in sala consulenza, fino a ricoprire il ruolo di direttore, iniziando ad Ardena per arrivare poi a Cinecittà Est: «Dal mio ingresso in azienda - racconta - non ho mai smesso di imparare da ogni ruolo ricoperto. Oggi sono orgoglioso del percorso fatto e lavoro per far in modo che la

mia squadra raggiunga gli obiettivi in armonia; gestiamo un patrimonio totale di 340 milioni ed è un onore che richiede competenza, fiducia, empatia e sinergia».

L'empatia con i clienti

Tra le leve utilizzate una delle più importanti è il Cross, gestito anche dalla collaboratrice

Eleonora Pellegrini, a Cinecittà dal 2020: «Si tratta di una scheda cliente utilizzata allo sportello che, vedendo le aree di bisogno, suggerisce il prodotto giusto prendendo appuntamento in sala consulenza. Io affianco gli sportellisti - racconta - e da aprile il 72% degli appuntamenti è stato fissato con i nostri consulenti. I 13mila clienti portafogliati sono gestiti dai 7 consulenti, 4 dedicati al portafoglio Personal e 3 al dinamico, che conta 783 affluenti totali. **Simone Bello**, giovanissimo consulente di 29 anni al terzo anno di apprendistato, ne gestisce 497 di cui 213 affluenti: «Il prodotto che accomuna quasi tutti i clienti affluenti - sottolinea - è quello assicurativo. Del patrimonio totale, 108 milioni riguardano investimenti e 98 BFP, l'età media sta scendendo. Da quando ho iniziato - racconta - ho applicato la teoria alla pratica ma quello che ho davvero sviluppato sul campo è la capacità comunicativa». Allo sportello l'OFE **Cristina Ottaviani** racconta che il prodotto più richiesto dai clienti di Cinecittà è l'Energia, con 160 contratti sottoscritti dall'inizio dell'anno. ●

RECAPITO

550mila abitanti, 79 portalettere: la forza del **CD Cinecittà**

Il Centro lavora 600 kg di posta indescritta giornalieri e 5.500 pezzi di descritta

Usciti dall'ufficio postale di Cinecittà Est e facendo il giro del palazzo, ci troviamo all'interno del CD dove, 79 portalettere insieme a 3 capisquadra, un direttore, un SP e un Mq assicurano la consegna della corrispondenza con 61 mezzi di trasporto di cui 14 green, a 550mila abitanti compresi in un territorio che va da Cinecittà a Morena passando per Torre Spaccata, una parte della Tuscolana e Centocelle.

La sinergia tra generazioni

Dal 2010 in Poste Italiane ha iniziato come portalettere per poi diventare caposquadra e dopo un passaggio intermedio in RAM, direttore in diversi CD della Capitale, **Simone Venturi**, alla guida di Cinecittà da pochi mesi gestisce un Centro che lavora 600 kg di posta indescritta giornalieri e 5.500 pezzi di descritta, di cui 800 /1.000 pacchi. A questo si aggiungono i 45 RTZ (Reti Terze) servite, ossia punti di consegna/ritiro nei tabac-



I colleghi del CD Cinecittà Est

cai, con 1.000 /1.500 pacchi giornalieri: «È un lavoro che faccio da molto tempo - racconta - ho visto l'evoluzione di Poste e oggi siamo chiamati a mettere a terra i cambiamenti, primo fra tutti la messa al centro del cliente che oggi non è più solo chi spedisce ma anche chi riceve. È un cambiamento non solo di prospettiva ma di operatività. I portalettere sono i primi

ambasciatori dell'Azienda e diventa sempre più importante formarli in modo corretto. Personalmente, cerco di lavorare e di far lavorare senza quelle pressioni che diventano poi controproducenti».

La carica dei 79 portalettere

I 79 portalettere hanno un'età media di 35/40 anni ma a guidare il gruppo insie-

me a Simone sono i veterani, come **Angelo Cortonesi**, in Poste dal 1988, MQ da tre anni e mezzo a Cinecittà: «I cambiamenti sono stati moltissimi in questi decenni - racconta - siamo passati dalla chiusura dei pacchi con lo spago alla grade attenzione riservata oggi alla sicurezza mentre per le consegne abbiamo fatto un passo indietro ma in positivo, riscoprendo e valorizzando il ruolo del portalettere per il raggiungimento della qualità percepita dal cliente. Se prima la consegna era l'unico obiettivo, adesso a questa si accompagna l'interazione, la gentilezza e l'educazione». Al raggiungimento dell'obiettivo contribuisce sicuramente l'esperienza di **Everalda Rampichini** SP, dal 1996 in Poste e da 9 anni a Cinecittà, che descrive i prodotti full digital come un valore aggiunto a un lavoro che oggi è qualitativo: «Lo specialista è un ampliamento del caposquadra, con una visione complessiva ma sinergica. È fondamentale creare un gruppo che si possa definire squadra, non solo sulla carta ma nella quotidianità». A fare da collante sono i tre capisquadra **Martina Poletti**, **Giuseppe Maragliano** e **Giuseppe D'Agostino**. (A.V.)

REPORTAGE

Nel primo quadrimestre 67 mila pezzi di posta registrata

Matera, recapito 10 e lode grazie al lavoro di 62 colleghi

Il Centro serve ogni giorno oltre 69mila abitanti distribuiti su circa 568mila chilometri quadrati:

«Il nostro motore sono le persone» afferma il responsabile Vincenzo Spacciante



di **Francesca Turco**

Il Centro di Distribuzione di Matera integra recapito tradizionale, linee mercato e linee business, assicurando continuità del servizio e una gestione differenziata dei flussi. «Sono le persone il vero motore del Centro: una squadra di 62 risorse, composta da 24 portalettere, 13 addetti di produzione, 19 corrieri, un monitor Qualità e 5 risorse di staff, che ogni giorno garantiscono il servizio su un territorio ampio e articolato», racconta il responsabile **Vincenzo Spacciante**.

Le aree coperte

Dai vicoli dei Sassi alle contrade della Murgia, il recapito si confronta quotidianamente con un territorio molto eterogeneo, dove la conformazione urbana e le diverse densità abitative richiedono flessibilità operativa e una profonda conoscenza del territorio. «Il Centro serve ogni giorno oltre 69mila abitanti distribuiti su circa 568 chilometri quadrati, coprendo Matera, la frazione di La Martella e Montescaglioso. Attraverso la Rete Corriere, avviata nel novembre scorso, il servizio si estende anche a Miglionico, Pomarico e Grottole e raggiunge le province di Bari e Taranto, con consegne ad Altamura, Gravina, Santeramo in Colle, Ginosa e Laterza», spiegano i capisquadra ptl **Gianluca Frisenna, Lucia Irene Marciello e Flavio**



La squadra del Centro di Distribuzione di Matera

Mandriota. «Un'organizzazione che fa del Centro un punto di collegamento strategico tra territori diversi e sempre più interconnessi», aggiunge la specialista Audit e Processi Marianna Mescia.

La crescita dei volumi

L'attività quotidiana continua a garantire volumi significativi di corrispondenza: «Nel primo quadrimestre del 2026 il Centro ha lavorato complessivamente circa 67 mila pezzi di posta registrata e 1.115 chilogram-

mi di posta ordinaria a settimana», spiega lo specialista Produzione **Arcangelo Benevento.** Accanto al recapito tradizionale cresce il comparto dei pacchi: nei primi cinque mesi del 2026 le consegne legate all'e-commerce sono aumentate del 90,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. A supportare questa evoluzione, una flotta di 39 mezzi, tutti conformi agli standard ambientali Euro 6E, di cui il 26% a basse emissioni, a conferma dell'impegno di Poste per una logistica sempre più sostenibile. ●

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Arnone Emanuela Resp. Produzione CS Lamezia T. - Macro Area Logistica
Caporale Rosetta Resp. Processi e Qualità CS Lamezia T. - Macro Area Logistica
Cariglia Chiara Resp. Spoke Centro Servizi Reggio Calabria - DTO/CO/SBO

Bagnara Calabria

«Non consegno solo posta
porto anche presenza»



«In un territorio sospeso tra mare e montagna – ci racconta **Rocco Ruggiero** - fare il portalettere per me è diventato qualcosa che va oltre una semplice professione. Ogni mattina percorro le strade di Bagnara Calabria, in provincia di Reggio Calabria, con la consapevolezza che il mio lavoro non significa soltanto consegnare posta, ma portare presenza, ascolto e senso di comunità».

Le famiglie di Poste



Alessandro Macchitella, della Filiale di Brindisi, con i suoi due figli, rispettivamente di 4 e 7 anni.

MERCATO PRIVATI

Nel cuore di Catanzaro, un ufficio dalla “vocazione” artistica

Il murale sulla facciata della sede è opera del maestro calabrese Mimmo Rotella

Operativo in Corso Giuseppe Mazzini, l'UP Catanzaro Centro coniuga numeri importanti, servizi, innovazione e uno storico legame con la città. Il DUP è **Romolo Arcuri** che coordina una squadra di 19 colleghi: 11 OSP, 2 OFE dedicati al Punto Casa & Famiglia, 2 collaboratori e 5 consulenti commerciali, di cui 4 Retail e 1 POE. «Accogliamo quotidianamente oltre 250 persone e seguiamo un bacino di quasi 14mila clienti, tra cui oltre 3.000 correntisti, 6.700 titolari di Libretto di Risparmio. Il patrimonio gestito è superiore a 201 milioni di euro», dice. Inserito in un contesto economico fortemente orientato al commercio e alle attività professionali, l'ufficio «serve anche 25 clienti Premium, segmen-

to ad elevato valore, che beneficiano di un servizio di consulenza dedicato e personalizzato, a conferma della capacità dell'ufficio di rispondere efficacemente alle esigenze di tutte le fasce, sia retail sia business», spiega la SCF **Flavia Mazza.**

Arte e filatelia

«Particolarmente rilevante è il supporto ai servizi digitali, soprattutto per la clientela meno avvezzata ai canali online, così come l'assistenza ai numerosi cittadini stranieri che, grazie alla vicinanza della Questura, si rivolgono a noi per le pratiche relative ai permessi di soggiorno e per l'accesso ai servizi di Poste», raccontano l'OSP **Antonio Gallo** e l'OFE **Barbara Morrone.** A testimoniare il legame storico tra Poste Italiane e la città è il murale che impreziosisce la facciata della sede, realizzato nel 1949 dal maestro catanzarese Mimmo Rotella durante la sua esperienza come disegnatore presso il Ministero delle Poste e delle Telecomunica-



I colleghi dell'UP Catanzaro Centro

zioni. Oltre alla sua dimensione storica, l'ufficio guarda anche al futuro: il coworking di “Spazi per l'Italia” conferma infatti l'impegno dell'Azienda nel promuovere innovazione, inclusione e sviluppo del territorio. Grazie alla sua centralità, l'ufficio è spesso coinvolto in manifestazioni culturali della città, come la “Notte Piccante” e il “Caffè Letterario” celebrate con iniziative filateliche dedicate. (F. T.)

REPORTAGE

L'ufficio postale in provincia di Siracusa, punto di riferimento per gli 8.000 abitanti

«Palazzolo Acreide, per noi la fiducia delle persone è un biglietto da visita»

BACHECA

Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Pulvirenti Carmen.....	Resp. Comm. Privati Filiale Agrigento - Macro Area Mercato Privati
Bellamacina Gloria.....	Resp. Comm. Privati Filiale Caltanissetta - Macro Area Mercato Privati
Morana Buscemi Emanuele.....	Resp. Comm. Priv. Fil. Palermo 1C - Macro Area Mercato Privati
Giacchetto Antonio.....	Resp. Comm. Privati Filiale Trapani - Macro Area Mercato Privati
Santangelo Alessio Pietro.....	Resp. Gest. Oper. di Fil. Messina 1C - Macro Area Mercato Privati
Ciccarello Vincenzo.....	Resp. Gest. Oper. di Fil. Palermo 1C - Macro Area Mercato Privati
Cingari Angelo.....	Resp. Gest. Operativa di Filiale Palermo 2P - Macro Area Mercato Privati
Bonelli Lavinia.....	Resp. Gest. Operativa di Filiale Siracusa - Macro Area Mercato Privati
Camalò Marco.....	Coord. Comm. Affluent e Upper Mass Sicilia - Macro Area Mercato Privati
Carozza Davide.....	Resp. Spoke Centro Servizi Palermo 1 - DTO/CO/SBO

Agli ottimi risultati ottenuti a livello commerciale si aggiungono i dati positivi sulla digitalizzazione. Ma i numeri non dicono tutto:

«Chi viene qui, oltre ad affidarci i propri risparmi, ci rende partecipe della sua quotidianità», sottolinea la consulente Daniela Guzzardo



di **Mariangela Bruno**

La direttrice **Nella Spadola** dell'Ufficio Postale di Palazzolo Acreide, un affascinante borgo della Sicilia sud-orientale, in provincia di Siracusa, ha le idee chiare: «Il segreto del nostro successo? Puntiamo sui rapporti umani e costruire un rapporto di fiducia con la clientela è il nostro biglietto da visita». L'Ufficio postale è il saldo punto di riferimento per tutti gli 8.000 abitanti, avendo consolidato ottimi rapporti con l'amministrazione comunale, come il sindaco, cliente affezionato, o i Carabinieri, pronti a fornire sicurezza e interventi. Una squadra affiatata, composta dal collaboratore **Massimiliano Genovese** e cinque persone allo sportello: **Simona Cataldi, Anna Sbriglio, Maurizio Veneziano, Nadia Gianfriddo** e **Daniela Quattropiani**, vera capoclasse per la vendita dei contratti energia, abbondantemente sopra gli obiettivi prefissati.



La squadra dell'ufficio postale di Palazzolo Acreide, in provincia di Siracusa

Umanità e risultati

La consulente **Daniela Guzzardo** è piena di orgoglio: «La nostra clientela, oltre

ad affidarci i loro risparmi, ci rendono partecipi della loro quotidianità raccontandoci le loro storie». «In noi - prosegue - vedono oltre alle consulenti, anche persone che si predicano alla risoluzione dei problemi con cortesia e col sorriso». E i risultati testimoniano questa serena e proficua operosità, come conferma il Direttore della Filiale **Giuseppe Catalfo**. «Sono fiero di questo ufficio dove si respira costantemente l'umana professionalità, la sana tensione verso i risultati e un reale senso di squadra». Secondo i dati estrapolati dal cruscotto aziendale, non certificati e quindi potenzialmente soggetti a variazione, molto positivo l'andamento sui prodotti di front-end che soddisfano l'esigenza della clientela, soprattutto Energia con 56 contratti, ma anche PM Casa 16 e SIM

48, tutti ben allineati alle attese. Risultati ottimali anche su: Raccolta lorda totale +6,3 milioni; Raccolta Netta BFP +1,1 milioni; Conti correnti 35 aperture; CQ finanziato 81mila euro. In ambito Gestione Operativa positivi i risultati dell'ufficio postale sugli indicatori digitali, in particolare Ricevute digitali e Richieste dei Servizi; nota interessante è l'alta percentuale d'ingaggio dei clienti che fruiscono del mondo digitale. I numeri dicono tanto di un ufficio ma non tutto; per l'operatrice **Nadia**: «Siamo parte integrante di questa grande famiglia che è Poste Italiane, che sa davvero accogliere la clientela. Mi ricordo con affetto un cliente che, soddisfatto del nostro lavoro, mandò a Natale un rinfresco per tutto l'Ufficio, dichiarando di trovarci sempre efficienti e professionali ma soprattutto autentici». E la direttrice Nella lo dice sempre della sua squadra speciale: «Qui cerchiamo di amare e lavorare sempre con la nostra parte più vera, esprimendoci in modo sincero e trasparente».

RECAPITO

Fra il barocco e le contrade di **Avola** 350 pacchi al giorno

Ivana Monterosso è responsabile del centro di distribuzione: «Puntiamo a un servizio che superi sempre le aspettative»

Le parole di **Ivana Monterosso**, Responsabile del Centro di distribuzione di Avola, accorpato recentemente al PDD di Noto, trasmettono tutta l'energia del lavoro giornaliero: «Qui noi crediamo fortemente nel valore di una rete logistica dinamica: ogni giorno cerchiamo di migliorare per garantire un servizio che superi le aspettative». A comporre la squadra e svolgere questa missione ci sono 6 portalettere e almeno 4 linee Business che ogni mattina partono dal CD di Avola direzione Noto, che dista pochissimi km, per recapitare pacchi e corrispondenza su tutto il vasto territorio. «La nostra organizzazione è una macchina che deve funzionare quotidianamente», conti-

nua Ivana. «Si arriva al centro postale dove sono custoditi i MyMoover a benzina e 4 di loro recapitano con gli stessi tricicli. Altri due portalettere recapitano con le macchine per raggiungere tutto il vasto territorio di Noto». Quello della Capitale del Barocco dichiarata Patrimonio Unesco famosa anche per la pasta di mandorle e cannoli siciliani, è un territorio ampio: alcune contrade arrivano a servire il territorio di Pachino, Rosolini, Canicattini, Florida.



Il team del centro di distribuzione di Avola

Le emozioni della consegna

I volumi del territorio di noto si aggirano su una media di 350 pacchi giornalieri e posta descritta intorno alle 400: sono numeri rilevanti ma che raccontano qualcosa di più importante: «Noi portalettere non portiamo solo posta e pacchi, portiamo notizie che la gente aspetta da mesi e silenzi che non voleva sentire», così racconta la portalettere **Pamela Lorefice**. E in questa rete logistica di mezzi composta da 5 fiori-

ni, due panda, dieci tricicli e di persone che consegnano la corrispondenza e i pacchi c'è la piccola grande bellezza di un lavoro che tiene unite persone e territori: con voce emozionata il portalettere **Alessandro Cottone** racconta: «Conosciamo case e famiglie meglio dei vicini, sappiamo chi aspetta una lettera di amore, chi una bolletta, chi una raccomandata che gli cambierà la giornata. E noi speriamo sempre in meglio». (M.B.)

Gioco di squadra

Siracusa, una Filiale in festa per l'estate

Una filiale in festa: bel momento di coesione a Siracusa dove, tra risate, musica e divertimento, la squadra di MP si è unita ancor di più con un party all'insegna della leggerezza e della positività.





ISCRIVITI AL CANALE WHATSAPP DI POSTE ITALIANE
Un modo semplice, rapido e smart per consultare e condividere sul tuo smartphone una selezione dei principali contenuti di TGPoste e restare sempre aggiornato sulle novità e le iniziative dell'Azienda. Inquadra il QR code e iscriviti



Volontariato, dall'ufficio all'impegno sociale

Dalla Maratona di Roma alla Caritas, tante le iniziative con il Terzo Settore: cresce il volontariato d'impresa di Poste Italiane, che coinvolge sempre più dipendenti in progetti di inclusione, solidarietà e sviluppo delle comunità



di **Manuela Demarco**

Il volontariato d'impresa rappresenta una scelta etica di Poste Italiane e un impegno concreto a favore dello sviluppo sostenibile delle comunità. Attraverso il proprio programma di volontariato, l'Azienda promuove, sostiene e valorizza la partecipazione attiva delle proprie persone alla vita delle comunità locali e delle organizzazioni del Terzo Settore e dell'imprenditoria sociale su tutto il territorio nazionale. Un percorso avviato nel 2023 con la campagna "Faccio bene", che ha dato vita al modello di volontariato d'impresa di Poste Italiane, oggi sempre più partecipato e arricchito da iniziative che coinvolgono dipendenti volontari in esperienze di valore per le comunità.

Sport senza frontiere

Come nel caso della 31ª edizione della Maratona di Roma, evento nel quale tanti colleghi hanno partecipato come volontari, contribuendo alle attività dello stand di "Sport Senza Frontiere" all'interno dell'Expo Village, per la prima volta ospitato nel suggestivo scenario del Circo Massimo. Proprio grazie alla collaborazione avviata con "Sport Senza Frontiere", realtà impegnata nel sostegno di giovani in contesti di fragilità, le colleghe e i colleghi hanno



così contribuito a diffondere un messaggio di inclusione e riscatto sociale. All'interno dello stand le volontarie e i volontari hanno affiancato l'organizzazione nella consegna di oltre mille pettorali e aiutato a raccontare la missione dell'associazione.

Le voci dei volontari

Fra i tanti volontari, anche Emanuele, portalettere presso il CL Roma Recapito Ostiense, e Tiziana, applicata presso la sede centrale in ambito Mercato Privati, a testimonianza di un impegno che ha reso i dipendenti di Poste ambasciatori dei valori di Sport Senza Frontiere: «Ho scoperto questa possibilità tramite NoidiPoste e mi sono interessata all'attività di Sport senza

Frontiere. Da subito ho pensato che fosse una bellissima iniziativa a cui partecipare, con la consapevolezza di fare una cosa utile per i nostri ragazzi e per il nostro futuro», ha raccontato Emanuele, lavoratrice ma anche mamma, fiera dell'impegno di Poste nel sociale. Le ha fatto eco Tiziana, che si è dichiarata «felice di aver dedicato un po' del mio tempo libero per questa iniziativa di volontariato». L'iniziativa, che si è ripetuta con altri colleghi di Poste Italiane anche in occasione delle ultime maratone di Milano e di Bari, conferma l'importanza del contributo attivo delle persone di Poste nel sostenere progetti ad alto impatto sociale e nel promuovere lo sport come strumento di inclusione e crescita.

Emozioni alla Caritas

Un incontro vero con le persone, con le loro storie, con la loro dignità, è andato in scena anche presso la Caritas di Roma, dove alcuni colleghi hanno contribuito a far vivere un giorno speciale a tutti gli ospiti della mensa. Attraverso gesti semplici (un pasto servito, uno sguardo, una parola), i dipendenti di Poste hanno sperimentato quanto valore possa avere anche il più piccolo aiuto prestato. Oltre al servizio diretto in mensa, Poste Italiane e Caritas di Roma collaborano attivamente al progetto "Valori Ritrovati", che coinvolge i volontari di Poste nella catalogazione e vendita nei Mercati della Solidarietà dei pacchi anonimi o abbandonati che hanno superato il periodo di giacenza e che, altrimenti, sarebbero andati al macero.

Le altre iniziative

Poste Italiane sostiene altre numerose iniziative in collaborazione con gli enti del Terzo Settore, tra cui Save the Children, AISM, Anteeas e Let's Do It, nell'ambito di un modello di volontariato sempre più diffuso e partecipato. Un'evoluzione dell'impegno sociale dell'Azienda che ha portato anche alla valorizzazione delle iniziative individuali di raccolta fondi promosse dai propri volontari, come la partecipazione alla Race for the Cure, alla 12 Ore "Nuotando con Amore" e alla Traversata dello Stretto di Messina.

VALORE CONCRETO

Oltre 55mila colleghi per Poste Mondo Welfare 2026

Dopo una fase di adesione che ha confermato il crescente interesse delle persone per il welfare aziendale, entra nel vivo la fase di fruizione del programma. Oltre 55.000 colleghi e colleghe hanno scelto di convertire il proprio Premio di Risultato in welfare, registrando una crescita dell'11% rispetto all'edizione precedente e raggiungendo una partecipazione pari a circa il 50% della platea destinataria. La percentuale media di conversione del Premio di Risultato si è attestata al 61%, confermando il ruolo sempre più centrale del welfare aziendale come leva di supporto al benessere delle nostre persone. Fino al 20 novembre, chi ha aderito all'iniziativa potrà utilizzare il proprio Conto Welfare per accedere a un'ampia gamma di servizi e prestazioni, trasformando il valore maturato in opportunità concrete per sé e per la propria famiglia. Attraverso

la intranet NoiDiPoste è possibile accedere alla piattaforma dedicata, consultare il valore del proprio Conto Welfare e scegliere come utilizzarlo. Le opzioni disponibili comprendono voucher per beni e servizi, rimborsi delle spese previste dal programma, versamenti alla previdenza complementare e al Fondo Sanitario Integrativo aziendale. L'eventuale quota del Premio non convertita in welfare è stata liquidata con il cedolino di giugno, mentre il Conto Welfare residuo al termine della campagna sarà liquidato, al netto degli eventuali crediti welfare aggiuntivi residui, con la busta paga di dicembre e assoggettato alla imposizione fiscale e contributiva prevista dalla normativa vigente, secondo quanto stabilito dal regolamento. Per supporto è attivo il contact center 06 4526 2645 (lunedì-venerdì ore 9-18, sabato 9-13).

IL PROGETTO

INSIEME: le idee entrano nel vivo

Il progetto INSIEME entra nella fase determinante del suo percorso. Dopo la raccolta delle proposte, i partecipanti sono impegnati nell'approfondimento e nello sviluppo dei contributi presentati. Parallelamente, prosegue la possibilità di completare la composizione del team di lavoro: entrambe le attività resteranno aperte fino al 7 settembre, data entro la quale i gruppi potranno consolidare la squadra e definire le proprie proposte. L'edizione 2026 ha registrato una partecipazione significativa: 6.300 persone hanno contribuito con quasi 800 proposte, mettendo a disposizione competenze, esperienze e conoscenze maturate nei diversi ambiti dell'azienda. Le iniziative raccolte si inseriscono nei tre pilastri della Strategia di Poste Italiane – Purpose, People e Platform – che rappresentano il ruolo dell'azienda nel sistema Paese, la centralità delle persone e il percorso verso un modello di piattaforma integrata. Al termine della fase di approfondimento, le iniziative che avranno completato il percorso di sviluppo accederanno alla selezione finale. Le proposte saranno valutate sulla base della fattibilità, del livello di innovazione e del potenziale impatto per l'azienda.

Poste news
il giornale del Gruppo Poste Italiane



COME NASCE
POSTENEWS

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



CONSULTA
L'ARCHIVIO
DIGITALE DI
POSTENEWS

DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO
DIRETTORE COMUNICAZIONE
PAOLO IAMMATTEO
DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPORALE
UFFICIO DI REDAZIONE
RICCARDO PAOLO BABBI
MARIANGELA BRUNO
MANUELA DEMARCO

CARLA FALCONI
ANGELO LOMBARDI
BARBARA PERVERSI
ERNESTO TACCONE
FRANCESCA TURCO
ALESSANDRA VENZO
CONTENUTI GIORNALISTICI,
EDITING E GRAFICA
A CURA DI AGENZIA
GIORNALISTICA
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI
ARCHIVIO STORICO
DI POSTE ITALIANE
9COLONNE
ANSA
iSTOCK
HANNO COLLABORATO
FILIPPO CAVALLARO
MARCELLO LARDO
ISABELLA LIBERATORI
PAOLO PAGLIARO

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



Crescere sostenibili.
Per un 2030 carbon neutral

MANDATO IN STAMPA L'11 AGOSTO 2026

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

PER I PENSIONATI: SE NON DESIDERI PIÙ RICEVERE IL MAGAZINE POSTENEWS, PUOI EFFETTUARE UNA RICHIESTA INVIANDO UNA EMAIL ALL'INDIRIZZO PENSIONATI@POSTEITALIANE.IT INDICANDO NOME, COGNOME E CODICE FISCALE

Oltre 200mila copie per edizioni piene di reportage, analisi di business e storie di Persone

Postenews è uno dei giornali più diffusi d'Italia e in ogni pagina racconta la trasformazione dell'azienda-Paese

Nato nel febbraio del 2018, il magazine taglia in ottima salute il traguardo della cifra tonda, confermandosi come la punta nazionale di quello che viene definito "brand journalism"



di **Paolo Pagliaro**

C'è un giornale che non troverete in edicola, eppure è tra i più diffusi d'Italia. È il giornale che state sfogliando, Postenews, l'house organ del gruppo Poste Italiane. Nato nel febbraio del 2018, taglia in ottima salute il traguardo del numero 70, risultato non banale in un panorama editoriale nazionale segnato da chiusure, fusioni, tirature in caduta libera e declino della carta soppiantata dal digitale. Con oltre 200mila copie per edizione, il magazine si rivolge a una platea di lettori che comprende i dipendenti di Poste Italiane, quelli delle altre società del Gruppo e numerosi pensionati ex-Poste che anche così restano parte della comunità aziendale. Ora, con l'integrazione tra Poste e TIM, quella platea è destinata ad allargarsi ulteriormente: i dipendenti della compagnia telefonica entrano nel perimetro dei potenziali lettori, portando in dote una storia industriale e una cultura aziendale che il giornale dovrà imparare a raccontare. I primi 70 numeri sono tutti consultabili online, sfogliabili dal sito tgpote.poste.it e dall'app TG Poste: un archivio che, riletto oggi, è anche una cronaca in presa diretta della trasformazione del Paese e di un'azienda che da amministrazione postale è diventata piattaforma di servizi finanziari, assicurativi, logistici, digitali e – da ultimo – di



telecomunicazioni. Dentro quelle pagine ci sono le storie dei portafoglio e di chi lavora allo sportello, degli informatici e degli addetti alla logistica, dei consulenti finanziari e di chi si occupa dello smistamento, e dei molti altri mestieri che fanno di Poste - con circa 120mila dipendenti e 12.800 uffici - una delle principali infrastrutture sociali del Paese. Il numero 70 arriva peraltro in un momento importante: l'operazione TIM ridisegna i confini del Gruppo e prefigura una comunità professionale che, a integrazione completata, aumenterà ancora. Raccontarla, tenerla insieme, darle un linguaggio comune sarà anche un compito editoriale. Postenews

non è un bollettino interno, ma un vero prodotto giornalistico, con una linea editoriale, un sistema multimediale che affianca al magazine cartaceo e digitale sul sito del telegiornale quotidiano, un'app, persino l'edizione in inglese. È la punta italiana di un fenomeno globale che gli studiosi chiamano in molti modi - brand journalism, corporate media, media aziendali - e che negli ultimi quindici anni è cresciuto ovunque, dagli Stati Uniti alla Germania, dal Giappone alla Francia, fino a diventare un settore editoriale a pieno titolo, con i suoi festival, i suoi premi, le sue scuole. Non c'è oggi grande gruppo industriale, bancario o tecnologico che non

disponga di una propria testata, di una web tv, di podcast e newsletter: la comunicazione interna, un tempo confinata alle bacheche e alle circolari, è diventata un'industria dei contenuti. Le ragioni di questa ascesa sono almeno tre. La prima è la disintermediazione: nell'era digitale ogni organizzazione può diventare editrice di sé stessa, senza dipendere dai media tradizionali per raggiungere i propri pubblici. Le grandi imprese lo hanno capito presto e hanno costruito redazioni interne capaci di produrre contenuti con standard professionali crescenti, spesso assumendo giornalisti provenienti dai quotidiani e dalle televisioni. La seconda

PN1



Tutte le copertine dei 70 numeri



PN2



PN3



PN4



PN5



PN6



PN7



PN8



PN9



PN10



PN11



PN12



PN13



PN14



PN15



PN16



PN17



PN18

OTTO ANNI FA

Il primo numero del 2018 e l'editoriale del Direttore Generale che indicava la linea

Nel suo intervento spiegava la mission del giornale e l'importanza della comunità

«Cari colleghi, cari lettori, questa che state sfogliando è la prima copia di Postenews, uno strumento nuovo che abbiamo immaginato e realizzato con uno scopo semplice: quello di comunicare tra noi di Poste Italiane. Questo giornale, che riceverete nelle vostre case, racconterà le vostre storie: troveremo tra le pagine la descrizione degli obiettivi che dovremo raggiungere per rafforzare Poste nel nuovo contesto competitivo, daremo spazio ai risultati del nostro impegno, ma soprattutto, daremo visibilità al lavoro e alla vita di tutti noi sul territorio. La nostra azienda ha un legame unico e profondo con i cittadini, le istituzioni e le imprese di ogni luogo in cui è presente; Poste è un patrimonio di tutti, dobbiamo ricordarlo ogni giorno e ogni giorno impegnarci per diffondere questa consapevolezza nel Paese».

Iniziava così l'editoriale di Giuseppe Lasco, direttore generale di Poste Italiane e direttore editoriale di Postenews, pubblicato il giorno della fondazione del giornale, sul suo primo numero. Nel gennaio 2018. Otto anni fa.

Un editoriale che delineava, riga per riga, la mission del nuovo magazine. Una perfetta e chiara linea editoriale. «Parleremo in queste pagine della nostra azienda e dunque dell'Italia, delle storie di ogni Regione, della vita delle città e dei piccoli centri, del senso profondo di squadra unica che deve animarci nelle attività specifiche di ciascuno», proseguiva Lasco. «Postenews è il vostro giornale, usatelo per fare arrivare a tutti i colleghi i vostri racconti, esprimete in queste pagine ne-



Giuseppe Lasco, Direttore Generale di Poste Italiane

cessità e bisogni per lavorare meglio, coglieremo questi spunti per migliorarci; se potete fate leggere questo giornale ai vostri familiari, agli amici, a coloro che quotidianamente entrano in contatto con Poste, è uno strumento di tutti e per tutti, sentitelo vostro».

Un editoriale che, a rileggerlo oggi e scorrendo a ritroso le 70 copertine e le migliaia di pagine pubblicate in questi anni, rispecchia una coerenza evidente tra ciò che questo giornale voleva essere nelle sue premesse e ciò che poi è stato ed è ancora. «Poste appartiene all'Italia e a ciascuno di noi, rafforziamo la nostra comunità e il nostro spirito di appartenenza, la nostra è un'azienda straordinaria: sta a noi il compito di difenderla, farla crescere e migliorarla ogni giorno». Ed è su questa linea che Postenews continuerà a raccontare una comunità che cresce, si aggiorna, produce risultati, gioisce e affronta e supera ostacoli. Ponendosi, giorno per giorno, obiettivi sempre più ambiziosi. Ad maiora, Postenews.

L'archivio, riletto oggi, è una cronaca di come è cambiato il lavoro di Poste Italiane

ragione è la crisi di fiducia che attraversa l'informazione generalista: paradossalmente, mentre i lettori diffidano sempre più dei media tradizionali, i dipendenti tendono a considerare la comunicazione della propria azienda una fonte credibile

su ciò che li riguarda direttamente: il lavoro, il futuro dell'impresa, il territorio in cui operano. La terza ragione è forse la più profonda: nelle organizzazioni grandi, distribuite, chiamate a fusioni e trasformazioni continue, il racconto condiviso è diventato un'infrastruttura al pari delle reti informatiche. Un giornale aziendale ben fatto non trasmette solo notizie: costruisce identità, senso di appartenenza, memoria collettiva. I numeri di Postenews usciti nell'anno del Covid sono una straordinaria testimonianza del drammatico contesto in cui l'azienda seppe garantire servizi cruciali. Naturalmente il genere ha i suoi limiti: un giornale aziendale racconta ovviamente il punto di vista dell'impre-

sa stessa. Ma non è un semplice strumento autopromozionale. Da Shell ad Airbus, i migliori house organ internazionali – e Postenews, per diffusione e qualità, gioca in quella categoria – hanno imparato che la credibilità si conquista con l'accuratezza, con le storie vere delle persone, con un giornalismo di servizio che aiuta i dipendenti a capire il contesto in cui lavorano, soprattutto sul territorio. È una forma ibrida, a metà strada tra informazione e comunicazione, che sta ridefinendo anche il mestiere giornalistico. In questo scenario, i 70 numeri di Postenews non sono solo un anniversario da celebrare con una torta in redazione. Sono la prova che in Italia il giornale aziendale – nelle

sue diverse declinazioni – può essere un progetto editoriale di lunga durata, capace di attraversare piani industriali e rivoluzioni tecnologiche mantenendo un patto di lettura con centinaia di migliaia di persone. L'arrivo dei colleghi di TIM sarà il banco di prova più interessante dei prossimi numeri: due culture aziendali diverse, la telefonia e la posta, il rame e la carta, chiamate a riconoscersi in un racconto comune. Se è vero, come diceva Luigi Einaudi, che conoscere per deliberare è la premessa di ogni processo decisionale consapevole, allora anche una grande impresa ha bisogno del suo giornale per conoscersi. Postenews lo fa, molto bene, da 70 numeri.



COME NASCE IL GIORNALE

Dall'ideazione alla distribuzione: una filiera produttiva complessa che ha reso protagonisti già **65mila colleghi**

Una macchina complessa che parte da un foglio bianco - dal sesto piano della sede centrale di Viale Europa a Roma - sul quale raccogliere spunti e idee che arrivano da ogni parte d'Italia, per poi finire dentro un ingranaggio: la raccolta e composizione dei materiali, le foto, l'impaginazione e la grafica. Quando il giornale prende forma, scatta la catena di approvazione e verifica delle pagine e dei relativi contenuti. Subito dopo la stampa, il confezionamento e infine la distribuzione. In ogni numero migliaia di colleghi protagonisti con le loro storie professionali e le loro foto, fino ad oggi 65 mila intervistati. Il primo nu-

mero del Postenews nel 2018 era composto da 24 pagine, ora ogni numero supera di media le 48 pagine. Fino a questa edizione speciale (la numero 70) composta da 64 pagine. Un giornale che come impostazione generale è diviso in più blocchi con una prima parte dedicata al tema di copertina, con particolare attenzione all'innovazione, evoluzione e trasformazione del business. Poi un blocco centrale di 30 pagine dedicate al territorio, macroarea per macroarea, incontro per incontro. E ampio spazio anche alle iniziative di welfare e alla formazione. Alla carriera, ai pensionati. E a una storia lunga oltre 160 anni.



Ecco alcuni dei personaggi più noti che sono stati presenti sulle pagine del magazine

LE GRANDI INTERVISTE

Lino BANFI



Dino ZOFF



Renzo ARBORE



Dacia MARAINI



Massimiliano FUKSAS



Flavio INSINNA



Milo MANARA



Massimo GIANNINI



Paolo CREPET



Johnny DORELLI



Massimo GRAMELLINI



Carlo LUCARELLI



Bruno VESPA



Giovanni FLORIS



SUL NUMERO 50

L'intervista esclusiva a Mattarella

Sul numero 50, in occasione del 2 giugno, il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, ha rilasciato un'intervista esclusiva a Postenews, riflettendo sull'importanza attuale della Costituzione: «I nostri valori sono la centralità della persona, la dignità, la libertà, la solidarietà». Sul ruolo di Poste Italiane, Mattarella ha spiegato che l'Azienda «accompagna l'Italia nella sua evoluzione e nel suo sviluppo».



SUL NUMERO 19

Il racconto di Camilleri riscoperto da Postenews

Il rapporto tra Andrea Camilleri e la buca delle lettere: il racconto è contenuto all'interno del primo lavoro editoriale prodotto nel 2005 dall'Archivio Storico e Artistico di Poste Italiane, un volume dedicato alla buca delle lettere, nel quale se ne racconta l'evoluzione. Il narratore d'eccellenza è appunto Andrea Camilleri - negli anni di pieno successo editoriale con la saga del Commissario Montalbano - che ha prestato la sua penna all'Azienda con un racconto dal titolo "La cassetta e io". Un testo introvabile, una testimonianza esclusiva e straordinaria che Postenews e l'Archivio di Poste Italiane hanno riscoperto insieme, dando ai nostri lettori la gioia e il piacere di leggere l'inconfondibile tratto di uno degli scrittori più amati degli ultimi vent'anni e scomparso il 17 luglio 2019.



Inquadra il QR Code per accedere all'archivio

160 incontri sul territorio: dove siamo stati, città per città

Per raccontare davvero una grande azienda come Poste Italiane è necessario partire dai luoghi in cui ogni giorno prende forma il suo lavoro. Per questo Postenews ha attraversato (e attraverserà ancora) il territorio italiano, raggiungendo città e piccoli centri da Nord a Sud, con l'obiettivo di conoscere da

vicino le persone di Poste, incontrare le comunità e raccontare le attività che rendono concreta la presenza dell'azienda nel Paese. Dalle grandi città ai borghi, dalle sedi operative agli uffici postali, il giornale ha raccolto storie, esperienze e testimonianze dei colleghi impegnati nei diversi ambiti dell'organizzazione in

oltre 160 tappe: dal recapito alla logistica, dai servizi finanziari e assicurativi ai progetti di innovazione, fino alle iniziative dedicate alla sostenibilità e al rapporto con i territori. Attraverso reportage, forum e approfondimenti, il giornale ha dato voce in questi 70 numeri alle persone che ogni giorno contribuiscono al

funzionamento della più grande rete di servizi del Paese, mettendo in evidenza professionalità, competenze e passione. Ogni tappa è diventata un'occasione per osservare da vicino il lavoro quotidiano, conoscere le sfide affrontate sul campo e raccontare il legame tra Poste Italiane e le comunità locali.

NORD OVEST

Valle d'Aosta
• Aosta
• Saint-Vincent

Piemonte
• Alessandria
• Alba
• Cuneo
• Domodossola
• Novara
• Pinerolo
• Torino
• Vercelli

Lombardia
• Bergamo
• Brescia
• Busto Arsizio
• Cremona
• Desenzano del Garda
• Lodi
• Menaggio
• Pavia
• Pianengo
• Sondrio
• Varese
• Como
• Lecco
• Biella

Liguria
• Genova
• Imperia
• Savona
• Ventimiglia

NORD EST

Trentino-Alto Adige
• Bolzano
• Bressanone
• Rovereto
• Silandro
• Trento

Veneto
• Bassano del Grappa
• Cerea
• Chioggia
• Cittadella
• Jesolo
• Legnago
• Mogliano

Veneto
• Padova
• Rovigo
• San Donà di Piave
• Taglio di Po
• Treviso
• Verona
• Vicenza
• Mirano

Friuli Venezia Giulia
• Gorizia
• Monfalcone
• Pordenone
• Trieste
• Udine

CENTRO NORD

Emilia-Romagna
• Bologna
• Ferrara

• Forlì
• Imola
• Modena
• Parma
• Piacenza
• Reggio Emilia
• Rimini
• Sant'Agata sul Santeramo

Toscana
• Abbadia San Salvatore
• Arezzo
• Firenze
• Grosseto
• Lucca
• Pisa
• Poggibonsi
• Prato

Umbria
• Assisi
• Bastia Umbra
• Foligno
• Perugia
• Todi

Marche
• Ancona
• Ascoli
• Fermignano
• Fermo
• Pesaro
• Porto San Giorgio
• San Benedetto del Tronto

CENTRO

Lazio
• Campagnano di Roma
• Frosinone
• Gaeta
• Latina
• Monterotondo
• Ponza
• Rieti
• Sacrofano
• Tacciana
• Terracina
• Viterbo

Abruzzo
• Avezzano
• Chieti
• Lanciano
• Pescara
• Teramo
• Vasto

Molise
• Campobasso
• Isernia
• Termoli

Sardegna
• Cagliari
• Carbonia
• Guspini
• Marrubiu
• Nuoro
• Oristano
• Quartu Sant'Elena
• Sassari
• Sestu
• Siniscola

SUD

Campania
• Apice
• Avellino
• Battipaglia
• Benevento
• Capri
• Caserta
• Cava de' Tirreni
• Paestum
• Piedimonte Matese
• Procida
• Salerno
• Sant'Angelo dei Lombardi

Puglia
• Bari
• Brindisi
• Cerignola
• Fasano
• Foggia
• Lecce
• Martina Franca
• Taranto

Basilicata
• Lauria
• Maratea
• Melfi
• Potenza
• Trecchina
• Matera

Calabria
• Catanzaro
• Corigliano Calabro
• Crotone



Guarda qui il viaggio di Postenews

• Lamezia Terme
• Reggio Calabria
• Tropea

Sicilia
• Agrigento
• Alcamo
• Aragona
• Caltagirone
• Caltanissetta
• Catania
• Enna
• Lentini

• Lipari
• Marsala
• Mazara del Vallo
• Messina
• Mussomeli
• Ortigia
• Palermo
• Ragusa
• Siracusa
• Taormina
• Termini Imerese
• Trapani



ENTRI A FAR PARTE DI UNO DEI PIÙ GRANDI GRUPPI INDUSTRIALI ITALIANI. **ECCO PERCHÉ ADERIRE ALL'OPAS DI POSTE ITALIANE SU TIM.**



Inquadra
anche tu il
QR Code

**PRIMA DI ADERIRE CONSULTA LA DOCUMENTAZIONE
D'OFFERTA E IL COMUNICATO DELL'EMITTENTE.**

L'offerta termina l'11 settembre 2026.
Scopri di più su **posteitaliane.it**

Posteitaliane

800.137.242

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Prima di aderire all'Offerta, promossa esclusivamente in Italia, anche al fine di comprenderne i potenziali rischi, benefici, condizioni e limitazioni, consulta attentamente la Documentazione di Offerta e il Comunicato dell'Emittente, disponibili, tra l'altro, sul sito www.posteitaliane.it. Questo messaggio non costituisce consulenza in materia di investimenti né una raccomandazione ad aderire all'Offerta, né sostituisce la valutazione dell'investitore sull'opportunità dell'operazione. Canali informativi, aperti dal lunedì al venerdì, dalle 9:00 alle 18:00: numero verde (solo dall'Italia) 800 137 242; linea diretta +39 06 85870130; WhatsApp +39 3393510757; e-mail opas.telecom@investor.sodali.com.