

## Rivoluzione digitale

Nasce Postepay Spa: il futuro è adesso



### all'interno

DENTRO LA NOTIZIA

#### Credito e polizze

Rossi: «L'Italia regge il passo dell'Europa»

P 6-7

ATTUALITÀ

#### Genova

Poste in prima linea per i cittadini sfollati

P 10-11

NEWS

#### Cultura aziendale

Lean, svolta per i centri di meccanizzazione

P 16

IL PERSONAGGIO

#### La storia in tv

Alberto Angela: «Le lettere ci fanno viaggiare nel tempo»

P 22-23

# parliamo di

## focus

Torna il programma Senior nell'Italia che vive più a lungo  
p. 4

## visti da fuori

Poste Italiane nella top ten dei desideri dei giovani  
p. 5

## dentro la notizia

Dalle banche alle assicurazioni  
intervista a Salvatore Rossi  
p. 6-7

## primo piano

Il boom dei pagamenti digitali e la nascita di Postepay Spa  
p. 8-9

## attualità

Genova, così Poste ha gestito l'emergenza  
p. 10-11

## storie

Da "Pulcinella" al viandante le tante anime dei portalettere  
p. 12-13

## itinerari

Scopriamo Rasiglia il borgo delle sorgenti  
p. 14-15



## news da Poste

La filosofia Lean nei CMP e il Manifesto Valore D  
p. 16-17

## internazionale

L'UPU rilancia gli obiettivi verso l'Agenda 2030  
p. 18-19

## buone notizie

Solidarietà e best practice per una società più inclusiva  
p. 20-21

## il personaggio

Alberto Angela e la storia in tv: «Le lettere ci dicono tutto»  
p. 22-23



## l'evento

Trionfo azzurro per Poste a Coverciano  
p. 24

## formazione

I principi base della nuova consulenza  
p. 25

## vintage

I francobolli che celebrano il nostro cinema  
p. 26

## dal mondo

Norvegia, il postino italiano emigrato per amore  
p. 27

DIRETTORE EDITORIALE  
GIUSEPPE LASCO

COMITATO EDITORIALE  
PAOLO IAMMATTEO  
ANDREA BUTTITA  
VINCENZO GENOVA  
ROBERTA MORELLI  
CRISTINA QUAGLIA  
FEDERICA COSENZA

DIRETTORE RESPONSABILE  
PIERPAOLO CITO

REDAZIONE  
RICCARDO PAOLO BABBI  
MARIANGELA BRUNO  
ANGELO LOMBARDI  
ERNESTO TACCONE

GRAFICA  
ED EDITING  
AGENZIA  
GIORNALISTICA  
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI  
MARCO MASTROIANNI  
9COLONNE  
ANSA  
ISTOCK.COM

HANNO COLLABORATO  
A QUESTO NUMERO  
FILIPPO CAVALLARO  
MARCELLO LARDO  
GIOVANNA LASALVIA  
PAOLO PAGLIARO  
SILVIA PALMA  
SILVIA PARADISI  
LUISA SAGRIPANTI  
MARCO TODARELLO

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

STAMPA  
ABRAMO PRINTING  
& LOGISTICS S.p.A.  
LOCALITÀ DIFESA  
ZONA INDUSTRIALE  
88050 CARAFFA  
DI CATANZARO (CZ)  
WWW.ABRAMO.COM



# la lettera

Buongiorno a voi della redazione,

mi chiamo Daniela Gelo e sono una dipendente Poste Italiane in servizio presso il CMP di Torino di Via Reiss Romoli.

Anche io da quasi due anni appartengo al mondo di Postcrossing, articolo scritto da Riccardo Paolo Babbi e sono anche un'appassionata di filatelia.

Il mio intento e sogno sarebbe quello di poter far emettere un francobollo a tema postcrossing come lo hanno già emesso altri paesi esteri europei ed extra continente. Può essere utile scrivere un breve articolo su questo argomento? È come se mancasse un tassello per completare questo meraviglioso hobby e dimostrare al mondo che anche l'Italia non è da meno nell'emettere un francobollo a tema.

Per incentivare non solo la filatelia ma questo bellissimo hobby culturale.

Ringraziando attendo un Vostro riscontro

Cordialmente

Daniela Gelo

### Risponde il Direttore

Daniela,

dalla tua lettera emerge la grande passione per il Postcrossing, un fenomeno che in molti stanno scoprendo oggi ma, da qualche tempo, già praticato nel nostro Paese. L'Italia sta rispondendo bene. E questo è certamente benaugurante per conservare e promuovere la scrittura e il valore dell'attesa di ricevere il messaggio, la cartolina, la lettera. Un tempo era così. Quando arrivava il portalettere anche una semplice busta poteva suscitare emozioni e ansie.

Il francobollo sul Postcrossing? Diciassette nazioni ne hanno uno. I francobolli sono emessi dal Ministero dello Sviluppo Economico. Noi gireremo la tua lettera alla nostra divisione Filatelia. L'auspicio: sensibilizzare le Istituzioni affinché da questa grande passione collettiva possa nascere il francobollo dedicato al Postcrossing. Questa volta targato Italia. Ti terremo aggiornata.

Grazie

Pierpaolo Cito

INVIATE LE VOSTRE STORIE E PROPOSTE A  
REDAZIONEPOSTENEWS@POSTEITALIANE.IT





**L'OMAGGIO** Il Presidente del Consiglio e l'Ad di Poste hanno presentato lo scorso 23 settembre, durante una cerimonia che si è tenuta a San Giovanni Rotondo, il francobollo emesso per ricordare il Cinquantenario della morte del Santo di Pietrelcina e il suo carisma. L'opera, che lo ritrae durante una celebrazione eucaristica, è stata stampata in un milione di esemplari

# Conte e Del Fante insieme per la memoria di Padre Pio

**L**o scorso 23 settembre l'Amministratore delegato di Poste Italiane, Matteo Del Fante, ha presentato al Presidente del Consiglio, Giuseppe Conte, il francobollo commemorativo di San Pio da Pietrelcina in occasione della cerimonia dedicata al Cinquantenario della morte a San Giovanni Rotondo. Nel corso della presentazione del francobollo sono state rievocate l'opera e la figura di Padre Pio, il suo carisma e le virtù taumaturgiche che lo hanno reso esempio di devozione per milioni di fedeli in tutto il mondo. «Cosa ci può insegnare, a quale considerazione mi stimola questo evento? - si è domandato il Presidente del Consiglio - Nel gesto che si compie attraverso la spedizione di una lettera o di una cartolina c'è un impegno diverso, una spinta a considerare ciò che stiamo facendo, a meditare bene quello che stiamo scrivendo». Il premier, dopo aver ricordato la devozione dei suoi genitori per Padre Pio, ha aggiunto: «Da Presidente del Consiglio non posso non ricordare il carisma e la capacità di Padre Pio di dedicare la sua vita al prossimo e al bene comune. Questa funzione commemorativa è anche una valida esperienza laica per il nostro Paese. Padre Pio ha inciso profondamente nella vita religiosa, in Italia e in tutto il mondo». Del Fante, nel suo intervento, ha ricordato: «Un

oggetto piccolo ma dalla forte valenza simbolica come il francobollo svolge anche una importante funzione culturale, racchiude in un piccolo spazio grandi storie; è un omaggio all'importanza della memoria e a tutto ciò che aiuta a conservarla e a consolidarla, ma anche un modo - ha sottolineato l'Ad di Poste Italiane - di rendere sempre attuali eventi e personaggi, contribuendo a disegnare per loro un presente che li valorizza e un futuro che non ne dimentica la portata». Al termine della cerimonia, il Presidente del Consiglio ha apposto insieme all'Ad di Poste Italiane l'annullo speciale timbrando la cartolina postale affrancata con il francobollo dedicato a San Pio. L'annullo è disponibile anche presso l'Ufficio postale di San Giovanni Rotondo. Il francobollo, emesso dal ministero dello



Al centro, l'Amministratore delegato di Poste Italiane Matteo Del Fante insieme con il Presidente del Consiglio Giuseppe Conte alla presentazione del francobollo per Padre Pio

Sviluppo Economico nel valore di 1,10 euro, raffigura San Pio nell'atto di sollevare il calice durante una celebrazione eucaristica. L'opera realizzata su un bozzetto di Rita Fantini è stata stampata in un milione di esemplari dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato Spa, in calcografia, su carta bianca autoadesiva. Completano il francobollo la legenda "San Pio da

Pietrelcina" le date "1887-1968", la scritta "Italia" e l'indicazione della tariffa B. Filatelia di Poste Italiane ha realizzato anche il folder filatelico che comprende il francobollo e una cartolina con annullo, in vendita allo stand di Poste Italiane allestito nel piazzale antistante alla Basilica di San Giovanni Rotondo. Il folder n.1 è stato consegnato dall'Amministratore delegato Matteo Del Fante al Presidente del Consiglio Giuseppe Conte. Il francobollo e i prodotti filatelici correlati, cartolina, tessera e bollettino illustrativo, possono essere acquistati anche negli Uffici postali con sportello filatelico e negli "Spazio Filatelia" di Firenze, Genova, Milano, Napoli, Roma, Roma 1, Torino, Trieste, Venezia, Verona e sul sito poste.it.



## focus

**L'INIZIATIVA** Si rinnova anche quest'anno, in oltre 2.000 Uffici postali, il Programma Senior per promuovere la gamma di prodotti destinati a una generazione che pensa al futuro di tutti

# Siamo al servizio degli over 60



**L**

o slogan è “Se hai 60 anni o più, ti offriamo un mondo di attenzioni”. Si ripete quest'anno, per tutto il mese di ottobre, il Programma Senior, l'iniziativa dedicata agli over 60, coloro che molto spesso sostengono le generazioni più giovani, non solo con i risparmi ma anche con la loro saggezza. Affidabilità, serietà e solidità, in qualche modo, legano la generazione dei “nonni” di oggi al Gruppo Poste Italiane che, già l'anno scorso, proprio in occasione della Festa dei Nonni del 2 ottobre, ha lanciato Programma Senior per promuovere la gamma d'offerta del Gruppo che meglio risponde ai bisogni dei cittadini con 60 anni o più. Dalla Cessione del Quinto Pensionati a Postemobile Casa, fino alla polizza Postaprotezione Infortuni Senior, le performance di vendita hanno registrato ottimi risultati. In oltre 2.000 Uffici postali sono stati distribuiti materiali di comunicazione e nove di questi (uno per ogni area territoriale), denominati

Flagship store, sono stati allestiti con materiali speciali (ad esempio le vetrofanie). In questi nove uffici, in occasione della Festa dei Nonni, come piccolo omaggio per i clienti Senior, è stata consegnata una cartolina filatelica realizzata appositamente per l'iniziativa, con annullo e francobollo dedicato. Un'iniziativa ripetuta quest'anno con alcune importanti novità: nuovi prodotti in promo, come Postepay Evolution e la nuova assicurazione dedicata agli amici a quattro zampe, più Flagship store (12, due per ogni Macro Area), nuovi canali di comunicazione come il sito poste.it e i canali Social di Poste per comunicare l'iniziativa. Tanti, in generale, sono i servizi che hanno riscosso successo fra la clientela senior: è il caso di “Poste c'è”, la sperimentazione con cui è stato dato un tablet in comodato gratuito destinato prevalentemente alla popolazione anziana. Il postino diventa l'educatore digitale in un'iniziativa che ha messo in rete chi vive prevalentemente solo e ha consentito ai partecipanti di apprendere funzionalità digitali semplici.

# il punto



**DI PAOLO PAGLIARO**

DIRETTORE DELL'AGENZIA  
GIORNALISTICA 9COLONNE  
E AUTORE DI OTTO E MEZZO

## In Italia si vive di più e meglio

«Allarme: si allunga la vita media», titolava tempo fa un importante quotidiano. Voleva dire che siamo più longevi e che questo comporta maggiori costi per lo Stato. Ma certo si poteva dire meglio, visto che una buona notizia - per quanti problemi possa comportare - resta una buona notizia. Si vive di più. Se ancora all'inizio del XX secolo meno di una persona su 10 arrivava agli 80 anni, all'inizio del nuovo millennio questa meta è diventata - per la prima volta nella storia dell'umanità - alla portata dei più, raggiunta infatti da più della metà degli uomini e da oltre due terzi delle donne.

In Giappone stanno pensando addirittura di abolire l'omaggio di una sakazuki in argento (una tazza in cui si serve il saké) a tutti i neocentenni, perché i costi sono diventati insostenibili, visto che i 163 centenari per i quali l'omaggio fu pensato nel 1963 oggi sono circa 59 mila. Il panorama demografico sta cambiando rapidamente anche in Italia, dove un paio d'anni fa c'è stato lo storico sorpasso degli over 65 rispetto alla popolazione dei giovani dai 15 ai 34 anni. Oggi tredici milioni e mezzo di italiani hanno più di 65 anni, quattro milioni hanno festeggiato gli 80. Ci sono comuni come Lerici, in Liguria, dove gli over 65 sono oltre un terzo della popolazione e borghi come Zerba, in provincia di Piacenza, dove dei 78 residenti, 51 hanno più di 65 anni e 27 sono ultraottantenni. Casi limite, certo, ma rivelatori di una tendenza generale.

Si vive di più e meglio. I longevi hanno inventato stili di vita molto diversi dalle precedenti generazioni di coetanei. Dalle ricerche Censis emerge che sono attenti all'attività fisica, in molti casi lavorano, sono protagonisti primari del volontariato, tengono la mente allenata leggendo quotidiani e riviste (il 50,8% contro una media della popolazione pari al 35,8%), frequentano ristoranti e trattorie, 6 milioni vanno al cinema, teatro e musei, 2,8 milioni frequentano scuole di ballo, balere e locali, 3 milioni fanno viaggi all'estero. E ogni anno spendono in media 1.200 euro in più di un giovane di 18-34 anni. Sono i protagonisti di quello che gli studiosi chiamano invecchiamento attivo: quella stagione della vita che il demografo Alessandro Rosina paragona a un terreno via via sempre più fertile ma che può essere ancora meglio coltivato con politiche adeguate e con l'aiuto dell'innovazione sociale e tecnologica.



visti da fuori



# Ambizioni, Poste Italiane nella top ten dei giovani

Secondo la società svedese Universum Global, le realtà lavorative più attrattive per gli studenti sono quelle capaci di offrire le opportunità per sviluppare le proprie competenze e che dimostrano trasparenza sotto il profilo della cultura aziendale

**P**oste Italiane è nella top ten delle aziende più attrattive del panorama lavorativo italiano per i giovani. Ad affermarlo la classifica "Most Attractive Employers Italy 2018", elaborata annualmente da Universum Global, società svedese leader nell'ambito employer branding, espressione che fa riferimento alla reputazione che un'azienda si costruisce come datore di lavoro. A manifestare preferenza per la nostra azienda sono soprattutto i giovani già inseriti nel mondo del lavoro, con esperienza professionale tra i 2 e 12 anni e alle spalle studi economici, appartenenti al target degli 11.400 professionisti sparsi su tutto il territorio nazionale, che hanno raccon-

tato a Universum il proprio punto di vista su carriera e datori di lavoro. Nella top ten sono presenti numerose realtà del nostro Paese appartenenti a diversi settori, tra cui Ferrero, che si posiziona in cima alla classifica, Unicredit e Ferrari.

La ricerca ha come target anche circa 40mila studenti universitari di 44 atenei, raggruppati per ambiti disciplinari (economico, legale, umanistico, scientifico e sanitario), per i quali Poste è al primo posto tra le aziende del settore logistico. La nostra azienda è stata premiata da Universum nel corso dell'evento di presentazione dello studio.

Secondo quanto emerso dalla ricerca, attualmente gli studenti cercano soprattutto una realtà lavorativa che offra "opportunità di formazione e di sviluppo" per poter consolidare competenze da spendere in futuro e si aspettano dall'azienda coerenza e trasparenza nell'immagine dell'esperienza lavorativa e della cultura aziendale.





dentro la notizia

# Credito e polizze Rossi traccia lo scenario Italia

Il Direttore Generale della Banca d'Italia e Presidente dell'Ivass: «Il settore assicurativo si sta comportando bene nel confronto europeo. La dimensione conta per una compagnia»

**L**o stato di salute delle assicurazioni italiane, le scelte delle compagnie, le regole internazionali, il "risveglio" delle polizze dormienti fino all'enigma legato all'oro. L'economista Salvatore Rossi, Direttore Generale della Banca d'Italia e Presidente dell'Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni (Ivass), ha risposto alle domande di Poste News.

**Passata la crisi, le compagnie assicurative sono tornate a fare utili. Scampato pericolo, per loro e per gli assicurati?**  
«Negli ultimi sei anni il sistema assicurativo nazionale ha fatto utili per oltre 34 miliardi di euro, soldi che hanno consentito di pagare dividendi ma anche di mantenere il capitale proprio ben oltre i minimi regolamentari. Quest'anno i mercati finanziari

sono più volatili e lo spread di rendimento fra i titoli pubblici italiani e quelli di altri Paesi, in primis la Germania, si è ampliato, con la conseguente riduzione del valore dei primi. Le compagnie italiane hanno molti titoli italiani nei loro attivi e sono pertanto preoccupate da questi sviluppi. A maggior ragione noi dell'Ivass, che vigiliamo sulle compagnie e sulla loro solidità, seguiamo la situazione da vicino. È in corso lo stress test europeo, avviato dall'Eiopa lo scorso maggio, per valutare la capacità del settore di far fronte a variazioni sfavorevoli delle variabili finanziarie e assicurative. All'esercizio partecipano i quattro maggiori gruppi italiani, quindi anche Poste Vita, e i risultati saranno resi pubblici nei prossimi mesi. Nel complesso, ci pare comunque che il settore assicurativo italiano si comporti bene nel confronto europeo».

**Lei ha ricordato che la vera funzione delle assicurazioni è quella di trasferire un rischio dal singolo assicurato a tante teste, mutualizzandolo. Sul buon esito di questa "missione" hanno un peso le dimensioni delle compagnie?**

«La dimensione conta per una compagnia assicurativa sotto vari aspetti. Dalla dimensione, ad esempio, può dipendere la capacità di assumere rischi di complessità o importo molto elevati. Inoltre, le regole internazionali che le compagnie devono seguire sono diventate complicatissime, una compagnia medio-piccola fa fatica a uniformarsi. Lo scorso anno abbiamo organizzato una conferenza su questo tema e raccolto utili spunti di riflessione. Nel Regolamento sulla Governance emanato alcuni mesi fa, l'Ivass si è sforzato di rendere la complessità delle norme proporzionale alla dimensione delle imprese. Sono state previste semplificazioni per le imprese con modelli di business meno rischiosi. Ulteriori riflessioni per possibili semplificazioni sono in corso in Europa nei lavori di revisione della cosiddetta formula stan-

**SALVATORE ROSSI**  
DIRETTORE  
GENERALE DELLA  
BANCA D'ITALIA

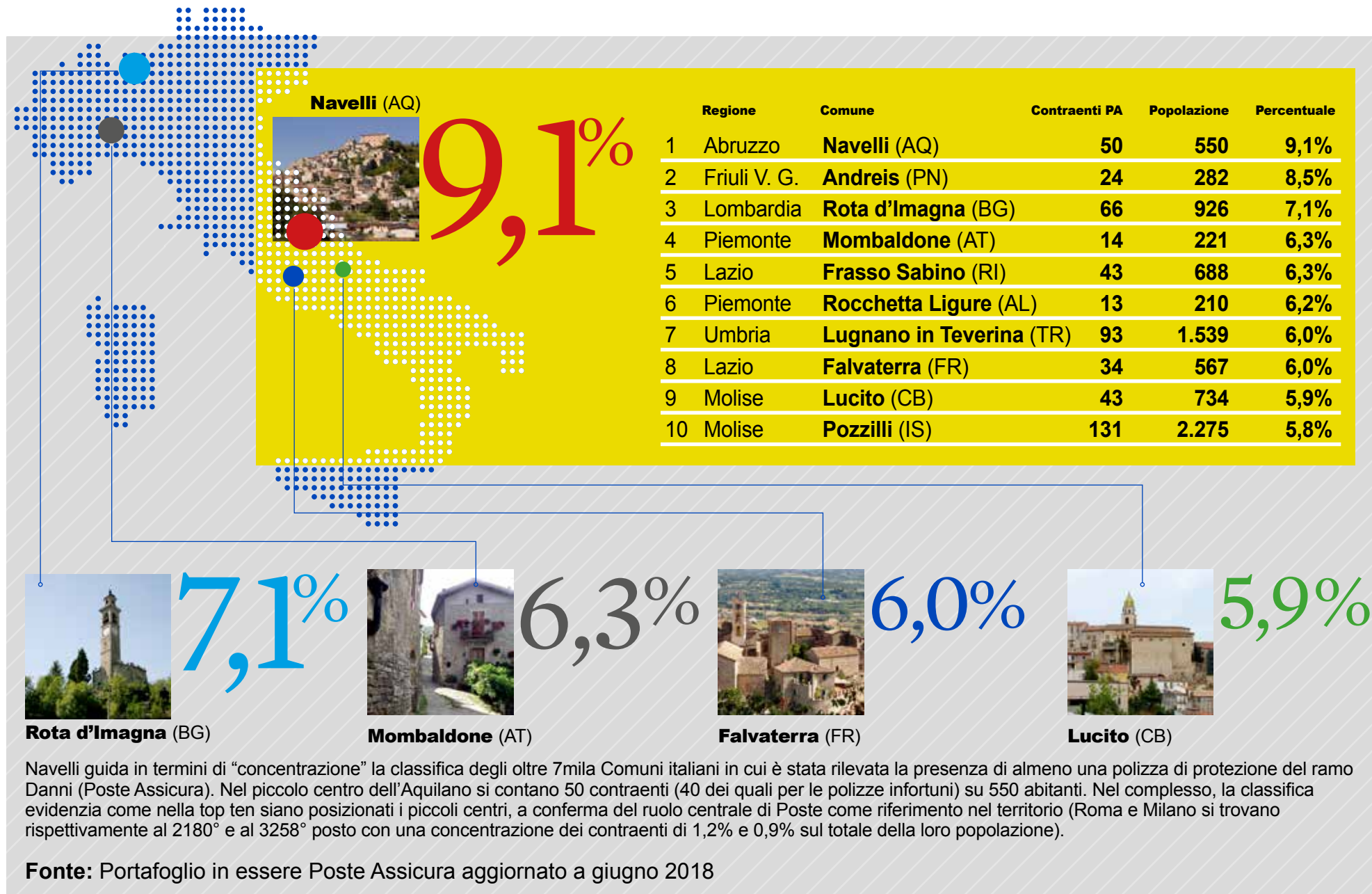


**IVASS**  
ISTITUTO PER LA VIGILANZA  
SULLE ASSICURAZIONI





# Ramo danni, la top ten dei Comuni più previdenti



dard per il calcolo dei requisiti minimi di patrimonio. Tuttavia, essere grandi ha molti vantaggi. Per esempio, si può meglio reagire agli sconvolgimenti del business assicurativo che sono annunciati dall'evoluzione tecnologica e che la sigla Insurtech riassume».

## Poste Italiane punta a crescere nel mercato assicurativo allargando la sua offerta anche alla RC Auto. Come valuta questo progetto?

«Come può immaginare non entro nella valutazione di un progetto specifico di una singola compagnia, che è una tipica scelta imprenditoriale. Posso comunque dirle che osserviamo da vari anni un interesse crescente da parte delle imprese ad ampliare il ventaglio dei prodotti offerti alla clientela. Ad esempio, abbiamo notato come le compagnie di banca-assicurazione tendano a estendersi nei rami danni, compresa la RC Auto. Come supervisori dobbiamo naturalmente essere ragionevolmente sicuri che una compagnia che si avventuri in un mercato nuovo possa farlo senza compromettere la sua solidità e salvaguardando gli interessi dei nuovi e vecchi assicurati».

## Grazie anche agli interventi dell'Ivass, l'autorità di vigilanza che lei presiede, sono state "risvegliate" quasi 190 mila polizze dormienti, per un totale di 3,5 miliardi di euro, già pagati o in corso di pagamento ai beneficiari. Ma è così diffuso il fenomeno delle polizze che nessuno riscuote?

«L'ampiezza del fenomeno ha sorpreso anche noi dell'Ivass. Non ci sono irregola-

rità formali da contestare a nessuno, è un costume diffuso in cui giocano la genericità di alcune norme, la limitatezza degli strumenti di cui avvalersi per la ricerca di polizze e beneficiari, una certa pigrizia delle imprese assicurative nel seguire la sorte di queste polizze. L'Ivass ha cominciato a occuparsene attivamente oltre due anni fa e non abbiamo ancora finito. Siamo partiti con un'indagine specifica per il periodo 2007-2016 da cui è emerso che circa 4 milioni di polizze erano potenzialmente dormienti, cioè scadute e non rimosse. Restano ancora da indagare per quel periodo 900.000 contratti, ma abbiamo nel frattempo deciso di ampliare il periodo di indagine al 2001-2017. La cosa più importante, tuttavia, è che il fenomeno cessi di prodursi da oggi in avanti, e per questo serve anche uno sforzo ulteriore da parte delle imprese».

## Lei ha pubblicato recentemente per il Mulino un breve - e divertente - saggio intitolato "Oro". Ma l'oro riuscirà a sopravvivere nell'era del denaro virtuale?

«L'oro è un vero enigma per chi valuti la straordinaria longevità - migliaia d'anni! - della fiducia che il genere umano gli ha accordato. Una fiducia che sopravanza quella in qualunque altro materiale prezioso. Le stesse banche centrali ne detengono ingenti quantità nei loro sotterranei blindati, senza che l'oro svolga più alcuna funzione monetaria ormai da molti decenni, solo come bene-rifugio in caso di grandi crisi. Mi pare quindi difficile che questo ruolo, il quale ha resistito a tanti sconvolgimenti storici e tecnologici, possa essere messo in discussione se il denaro cambia forma...». (P.P.)

## RISPARMIO I rendimenti dei Buoni aumentano!

**D**al 14 settembre scorso Cassa depositi e prestiti ha previsto un aumento dei rendimenti dei buoni fruttiferi postali: il Buono Ordinario riconosce alla scadenza del ventesimo anno un rendimento effettivo annuo lordo del **2,85%** (in precedenza era dell'1,50%); il Buono 3x4 riconosce alla scadenza del 12° anno un rendimento effettivo annuo lordo del **2,25%** (era dell'1,50%). Per il Buono 3x2 è previsto alla scadenza del 6° anno un rendimento effettivo annuo lordo dell'**1,50%** (era dell'1,00%); il Buono 4 anni risparmiosemplice, sottoscrivibile esclusivamente nell'ambito del Piano di Risparmio risparmiosemplice, riconosce invece un rendimento premiale, nel rispetto dei requisiti previsti, pari allo **0,80%** annuo lordo (da 0,60%). C'è poi il Buono dedicato ai minori d'età che riconosce un rendimento effettivo fino al **3,00%** annuo lordo (era al 2,00%). I buoni fruttiferi postali offrono un'ampia scelta, in base all'orizzonte temporale di investimento e soddisfano gran parte dei bisogni dei risparmiatori.



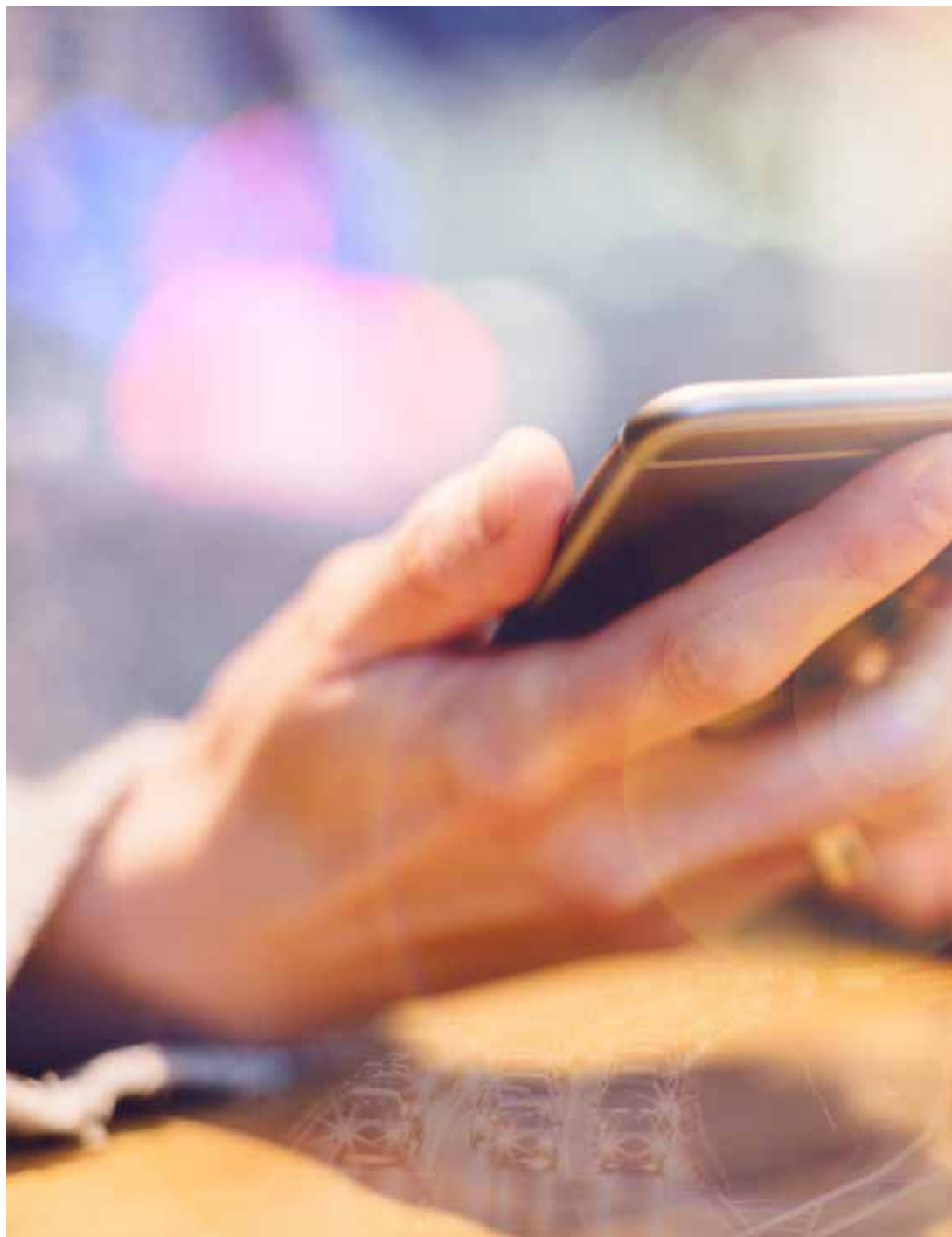
# primo piano

## NATA IL PRIMO OTTOBRE

La società Postepay Spa realizzerà gli obiettivi legati al Piano Industriale Deliver 2022, come spiega il suo Amministratore delegato Marco Siracusano: «Dobbiamo guardare al futuro adeguandoci alle abitudini dei clienti, alle nuove cornici regolamentari e all'ingresso di operatori non convenzionali. La strada dei pagamenti è segnata e noi siamo pronti a valorizzare tutto l'ecosistema di Poste Italiane per essere leader nel mondo dei pagamenti digitali»



**MARCO SIRACUSANO**  
AMMINISTRATORE DELEGATO DI POSTEPAY SPA



# «Postepay Spa, il portafoglio digitale per tutti gli italiani»

**D**a prepagata a wallet degli italiani. Da carta fisica a motore dell'evoluzione nel mondo dei pagamenti digitali. Lanciata nel 2003 come strumento semplice e sicuro, Postepay ora dà il suo nome a Postepay Spa, la nuova società di Poste Italiane lanciata lo scorso primo ottobre come evoluzione di PosteMobile. «La nostra missione è trasformare la plastica in wallet, entrare negli smartphone degli italiani», spiega l'Amministratore delegato di Postepay Spa Marco Siracusano, a cui l'Ad e direttore generale del Gruppo, Matteo Del Fante, ha affidato dallo scorso anno la guida della divisione Pagamenti, Mobile e Digital, un segment autonomo che segna una discontinuità con il passato, nell'ambito della strategia di sviluppo del Piano Industriale Deliver 2022. «Ci saremmo potuti accontentare di rimanere leader italiano nelle carte, con 100mila nuove emissioni al mese, ma fidelizzare i clienti

significa aggiungere contenuti - spiega Siracusano - fornire strumenti e occasioni di uso legate al digitale», perché per il mondo dei pagamenti la direzione è segnata: «Ed è una strada senza ritorno - precisa l'Ad di Postepay Spa - dobbiamo guardare al futuro, a una competizione spinta dalle abitudini dei consumatori e orientata da nuove cornici regolamentari, domestiche e internazionali, in un'arena che vedrà l'ingresso di operatori non convenzionali, senza dimenticare le novità che arriveranno dai Digital Giants».

**DI ERNESTO TACCONE**

Postepay Spa, nata dopo l'autorizzazione di Banca d'Italia a trasformare PosteMobile in Istituto di moneta elettronica, si inserisce in un ecosistema che ha un'evoluzione ben delineata: la convergenza tra fisico e digitale, l'integrazione tra pagamenti e mobile (compreso l'utilizzo dell'identità digitale), nonché la focalizzazione sull'e-commerce, un ambito in cui Poste Italiane può sfruttare le proprie peculiarità, centrali per tutto il Gruppo. Già oggi passano da Poste il 25% degli e-commerce

payments e il 30% dei pacchi. «L'e-commerce si basa su tre pilastri: la logistica, i pagamenti e il marketplace - ricorda Siracusano - Troppo spesso si parla di e-commerce considerando solo l'ultimo di questi aspetti. Dietro, però, ci sono sempre una transazione online e la consegna di un pacco. Noi siamo leader nei due principali elementi per fare e-commerce: i pagamenti e la logistica. Postepay Spa vuole promuovere, anche tra le imprese, l'idea "comprato online, pagato con Postepay, consegnato da Poste Italiane"». Nasce con Postepay Spa un polo per i pagamenti a forte vocazione digitale, al servizio dei consumatori, delle imprese e anche della pubblica amministrazione, che potrà godere di evidenti vantaggi per il nodo dei pagamenti AgID. Al centro di questo ecosistema resta un filo conduttore con il passato: la Postepay usata da 19 milioni di italiani, un brand diventato sinonimo di carta prepagata. È sufficiente incrociare i suoi numeri con le 18,5 milioni di app di Poste scaricate dai clienti (con altissimi rating di gradimento) e con i 2,5 milioni di Digital

Wallet per capire quanto sia "naturale" (nonché richiesta dal mercato) la convergenza tra fisico e digitale, tra pagamenti e mobile, innescata dal processo di Digital Acceleration che ha caratterizzato gli ultimi tre anni del Gruppo. La carta prepagata più amata dagli italiani lega in modo trasversale ogni elemento dell'ecosistema descritto da Marco Siracusano: «Postepay è al centro del progetto per due motivi - afferma l'Ad della neonata società - In primo luogo, essendo stata lanciata nel 2003, prima ancora dello sbarco in Italia di Paypal, si è dimostrata una fintech ante litteram; in seconda battuta perché, grazie alla forza di Poste e della sua rete, è stata adottata dagli italiani come strumento di pagamento a prescindere dal conto corrente di riferimento. Milioni di clienti Postepay - conclude Siracusano - sono felici correntisti di banche e tali rimarranno, ma adotteranno sempre più spesso Postepay per le funzionalità di pagamento, fisico e digitale, che offre e continuerà a offrire». Come dire, i processi di innovazione e trasformazione hanno una base solida. ●



# Pagamenti innovativi

il confronto con il 2016

NEL 2017 **46** MILIARDI DI EURO

**+50%**



**E-COMMERCE & E-PAYMENT**

**20,3** MILIARDI

**+10%**



**CONTACTLESS PAYMENT**

**18** MILIARDI

**+150%**



**MOBILE PAYMENT & COMMERCE**

**6,7** MILIARDI

**+60%**



**MOBILE POS**

**0,9** MILIARDI

**+9%**

Fonte: Osservatori Digital Innovation, Politecnico di Milano



**IVANO ASARO**

DIRETTORE DELL'OSSERVATORIO MOBILE PAYMENT  
& COMMERCE DEL POLITECNICO DI MILANO

«I New Digital Payment trainano la **crescita** e fanno felici gli utenti»

**S**ul fronte dei pagamenti digitali, anche nel 2017 abbiamo registrato una crescita intorno al 10% di quanto speso dagli italiani con carta di pagamento. Le nuove tendenze dimostrano, seppur lentamente rispetto alla media europea, che ci stiamo abituando a pagare sempre più spesso in digitale. Anche se non smettiamo, per ora, di amare molto il contante». Ivano Asaro, direttore dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce del Politecnico di Milano, illustra i risultati della ricerca sui nuovi pagamenti digitali. «Le transazioni pro capite sono cresciute a 57,4 rispetto alle 50,7 del 2016, ma soprattutto lo scontrino medio in decrescita (62,6 €/transazione nel 2017 contro i 64,5 del 2016) testimonia che la carta di pagamento viene utilizzata per acquisti quotidiani». I New Digital Payment - le modalità più innovative di pagamento digitale (e-Commerce, e-Payment, Mobile Payment & Commerce, Contactless Payment,

Mobile POS) - complessivamente raggiungono i 46 miliardi di euro (+50% rispetto al 2016) e valgono ormai il 21% del totale dei pagamenti digitali con carta (nel 2016 erano il 15%). «Lo smartphone - spiega Asaro - è uno strumento importante: in molti non se ne separano mai. Dalle analisi effettuate sugli utilizzatori dei servizi di Mobile Wallet è emerso che gli italiani sono soddisfatti di fruire dei benefici offerti dalla tecnologia. Anzi, vorrebbero avere una user experience ancora più fluida. Un ruolo importante va riconosciuto anche agli esercenti, che accettano le nuove tipologie di pagamento. Negli ultimi anni è stato svolto un ottimo lavoro di predisposizione delle casse e di comunicazione che ha agevolato, in primis, il contactless. Alcuni commercianti sono andati oltre, riconoscendo un valore nell'utilizzo dello smartphone, proponendo delle proprie app di pagamento o integrando gli strumenti accettati con altre soluzioni».

TRE DOMANDE A CARLO SANGALLI

«Superare il contante è un obiettivo comune. Le chiavi per noi sono **costi e semplicità**»

**L**a Confcommercio ha sottolineato a più riprese che il numero di Pos installati negli esercizi commerciali è nel nostro Paese superiore a quello di Francia e Germania. C'è una percezione distorta sulla capacità degli esercenti di stare al passo con i tempi?

«Direi di sì, basta guardare i dati: in Italia il numero di transazioni annue con carte di credito, di debito e prepagate è passato da 1,7 miliardi del 2011 a più di 3,3 miliardi nel 2017 con un incremento di oltre il 97%. Questo conferma la continua crescita dell'uso degli strumenti elettronici di pagamento con un progressivo recupero rispetto ad altri Paesi europei. All'estero si utilizzano molto anche altri sistemi bancari di pagamento, come i bonifici o gli addebiti diretti».

**Dal punto di vista culturale, esistono da parte dei commercianti resistenze ad accettare modalità di pagamento innovative, come per esempio quelle tramite smartphone?**

«Stiamo vivendo una fase di trasformazione culturale e digitale che coinvolge anche i nostri imprenditori. Sono sempre più numerosi quelli che aderiscono ai sistemi di pagamento innovativi. Certo, non è trascurabile il problema del contenimento dei costi dei pagamenti con carte e Pos. Fino ad oggi, infatti, i tentativi in via legislativa di ridurre questi costi non hanno prodotto risultati del tutto soddisfacenti. Inoltre le regole europee, che stabiliscono una riduzione del tetto massimo alle commissioni "interbancarie", non riguardano tutte le tipologie di impresa. Una situazione che ha determinato, di fatto, la diminuzione delle commissioni soprattutto per gli operatori di maggiori dimensioni o dotati di forte potere negoziale. È dunque fisiologico che ci sia un interesse crescente verso strumenti di pagamento affidabili, di facile utilizzo e, soprattutto, dai costi molto contenuti, sia per gli esercenti che per i consumatori».

**Quali passi, normativi e culturali, bisogna compiere per arrivare a pagare un caffè con il cellulare?**

«Superare l'utilizzo del contante a favore della moneta elettronica rappresenta un obiettivo condiviso da tutti. Il "salto" da fare consiste nell'abbandonare la logica di normative basate su obblighi di accettazione di pagamenti tramite Pos e promuovere, invece, un sistema di mercato che favorisca la diffusione di strumenti di pagamento innovativi, efficienti e meno costosi». (F.C.)



**CARLO SANGALLI**

PRESIDENTE  
DI CONFCOMMERCIO



# attualità

**IN PRIMA LINEA** La preoccupazione per i colleghi nei momenti immediatamente successivi al crollo del 14 agosto, la riorganizzazione degli Uffici e della distribuzione della corrispondenza alle prese con la viabilità ingolfata, ma soprattutto la relazione stretta con i cittadini sfollati: quattro donne di Poste Italiane raccontano come hanno vissuto la tragedia del ponte Morandi e le sue conseguenze sociali



## Genova, la città spaccata riparte dai rapporti umani

**C**io che più impressiona, quando si arriva nei pressi di quel che resta del ponte Morandi, a Genova, è il silenzio. Soprattutto per chi il quartiere Rivarolo lo conosceva prima, battuto dal passaggio di treni e automobili e vivo nell'operosità della sua gente. Quel silenzio dà l'idea della tragedia che ha ferito la città. Quarantatré vite spezzate, inghiottite dal viadotto che si è sbriciolato sotto la pioggia d'agosto. Mentre la magistratura cerca i responsabili, la città prova a ripartire, facendo sua la voce dei 664 sfollati e delle loro famiglie. E Poste Italiane sta facendo la sua parte nella gestione dell'emergenza, dopo che l'Ufficio postale Genova 54 di via Piccone è diventato la casa di tutta la corrispondenza degli sfollati. Nell'Ufficio della Valpolcevera (uno dei più grandi del territorio, aperto dalle 8.30 alle 19.10),

dove sono impiegate 20 persone, circa 350 famiglie residenti nella zona rossa vengono a raccogliere quotidianamente la propria corrispondenza. Insieme alle lettere, ai bollettini e alla pubblicità ricevono il supporto morale degli sportellisti (13 su due turni) che vivono in prima linea il dramma del ponte Morandi, il gigante crollato ad appena 300 metri da qui. Oggi, l'Ufficio di Genova 54 è per i cittadini sfollati una casa, un ritrovo, un punto di ascolto, un riferimento in un mondo che per loro non ne ha più: a volte vengono allo sportello anche solo per parlare, per sfogare la loro disperazione. Trovano un momento di conforto, testimoniato dalla commozione che a volte coglie i colleghi, spesso costretti a prendere fiato nel retro, ma mai stanchi di ascoltarli e supportarli. Le prime linee, sportellisti e portalettere, meritano la stima che si deve a chi, insieme al proprio lavoro, svolge un'attività parallela di ascolto, rappresentando

al meglio i valori principali che da sempre fanno parte del Dna di Poste Italiane e si traducono nella vicinanza alla gente. «I clienti sfollati hanno diritto a saltare la coda, lo abbiamo deciso per non appesantire una situazione già compromessa, anche a livello psicologico» racconta Isabella Pisano, direttrice dell'Ufficio dal 1° agosto e subito alle prese con una situazione straordinaria, che ha saputo gestire con grande umanità. «Abbiamo dovuto organizzare il ritiro della corrispondenza, perché queste persone non hanno più un indirizzo, e quindi bisogna archivarla per bene. Cerchiamo di stargli vicino il più possibile». Poste Italiane ha attivato il servizio «Seguimi» gratuito per gli sfollati, in modo che chi non ha la possibilità di recarsi in via Piccone per il ritiro possa ricevere la propria posta all'attuale domicilio, nella struttura in cui è stato ospitato. «Già all'indomani della tragedia ci siamo attivati per trovare una soluzione comoda

per tutti - spiega Irene Marsiglia, responsabile del Centro di Distribuzione di Genova Ponente - e dopo un breve periodo nell'Ufficio di piazza Monastero, di concerto con il Comune si è deciso che l'Ufficio Genova 54 sarebbe stato il più adatto». L'inquietudine alberga anche in chi non ha perso la casa ma vive ai margini della zona rossa, interdetta a mezzi e persone perché potrebbe essere coinvolta da crolli. Lo sanno bene i portalettere, che, come chi accoglie i cittadini sfollati allo sportello, hanno il contatto diretto e quotidiano con la gente: «Le loro case sono isolate e il fatto di vederli li fa sentire meno soli - racconta Lucia Obino, portalettere del Centro di Distribuzione di Genova Ponente - si fidano con noi, ci raccontano le loro paure, c'è sempre stato un rapporto di fiducia, ma adesso è una relazione più partecipata. Soprattutto gli anziani sono felici di fare due chiacchiere con noi». Simona Damiano, anche lei portalettere





## LA RICORRENZA

# Il francobollo per i 125 anni del Genoa

“**G**enoa Cricket and Football Club”, per tutti il Genoa: una squadra che può vantare 125 anni di vita. Lo ricorda un francobollo emesso nella tariffa “B” (posta ordinaria, pari a 1,10 euro). La vignetta del francobollo mostra un calciatore in azione e il logo dell’anniversario sullo sfondo dei colori rossoblù della squadra. Nell’immagine del francobollo appare anche la “Coppa d’Onore” o “Challenge Cup”, il primo trofeo assegnato nella storia del calcio italiano.



GENOVA 54 L'Ufficio postale scelto per raccogliere la corrispondenza dei cittadini residenti nella zona rossa

del CD di Genova Ponente, aggiunge: «Le persone hanno voglia di raccontare quello che hanno vissuto, di esternare le loro emozioni e di condividerle. Abbiamo ritrovato la voglia di stare insieme». Il crollo del ponte ha spaccato la città in due e i portalettere sono stati tra i primi a subire gli effetti dell’aumento del traffico. «La nostra zona di recapito adesso è divisa in due - sottolinea ancora Simona Damiano - per molte consegne dobbiamo prendere l’autostrada, perdendo ore di tempo». Sono stati i portalettere a vedere in faccia la tragedia, posto che tra loro c’è chi aveva percorso il ponte pochi minuti prima del crollo. «Ero in vacanza e appena ho appreso la notizia - ricorda Irene Marsiglia - ho chiamato in ufficio per sapere se tutti i nostri portalettere erano al sicuro, per fortuna stavano bene». Un’altra questione da affrontare è quella dei mutui. La legge prevede che si continui a pagarli, perché si tratta di un debito già contratto con l’istituto di credito. Poste Italiane ha deciso di sospenderli fino a quando la situazione sul destino delle case non sarà più chiara. «Questa esperienza ci ha insegnato che il lavoro, sì, è importante, ma prima viene il cliente, sul piano umano», sottolinea Isabella Pisano. (M.T.)

## Il servizio continua online



Avvicina il cellulare al QR Code per altri contenuti

## “Seguimi” gratuito fino al 31 marzo

Per agevolare i cittadini colpiti dal crollo del Ponte Morandi, Poste Italiane offre la possibilità di poter usufruire gratuitamente, fino al 31 marzo 2019, del servizio Seguimi. Il servizio, dedicato a tutti coloro che non hanno ancora definito la propria situazione abitativa, permette di ricevere automaticamente dal vecchio al nuovo indirizzo la corrispondenza. “Seguimi” è valido per il reindirizzamento della corrispondenza sia in Italia che all’estero e può essere attivato contattando il Contact Center di Poste Italiane al numero 803 160.

## Mutui sospesi negli edifici sgomberati

Poste Italiane ha deciso, in accordo con Deutsche Bank, di sospendere il pagamento delle rate dei mutui per gli immobili della “zona rossa” di Genova. I titolari di Mutuo BancoPosta possono richiedere la sospensione delle rate per le abitazioni e le attività di natura commerciale ed economica svolte negli edifici sgomberati a seguito del crollo del ponte Morandi presso tutti gli Uffici postali abilitati.



**IRENE MARSIGLIA**  
RESPONSABILE CD GENOVA PONENTE

“ Ci siamo attivati subito per aiutare chi ha perso la casa



**ISABELLA PISANO**  
DIRETTORE UFFICIO POSTALE GENOVA 54

“ Questa esperienza insegna l’importanza dell’aspetto umano



**LUCIA OBINO**  
PORTALETTERE CD GENOVA PONENTE

“ I clienti sono felici di sfogarsi con noi: si sentono meno soli



**SIMONA DAMIANO**  
PORTALETTERE CD GENOVA PONENTE

“ Abbiamo ritrovato la voglia di stare insieme e condividere



# storie

**IL PERSONAGGIO** Dopo il turno di lavoro alle Poste di Marigliano, Angelo Iannelli si trasforma in una delle maschere più amate della Commedia dell'arte e corre a donare un sorriso a chi soffre tra le corsie d'ospedale

## Un supereroe con il "volto" di Pulcinella

**I**l Clark Kent italiano non lavora in un quotidiano di Metropolis ma alle Poste di Marigliano, alle porte di Napoli. Si chiama Angelo Iannelli e il suo superpotere è quello di mettere di buonumore chiunque s'imbatta in lui. Indossa un costume: ma scordatevi il blu e il rosso del personaggio creato negli anni Trenta da Jerry Siegel e Joe Shuster; questo Superman nostrano, che si è guadagnato sul campo il titolo di "Ambasciatore del sorriso", prima di entrare in azione mette la candida veste di una delle più amate maschere della commedia dell'arte, attiva, e non sui fumetti, da almeno mezzo millennio prima di quella a stelle e strisce. Iannelli, infatti, alla bisogna si trasforma in Pulcinella. Anche se a vederlo verrebbe da dire che sia Pulcinella a materializzarsi e a prendere in prestito il corpo e la voce di questo guatto 47enne che nasce come poeta e che ha firmato diverse opere teatrali, libri d'impegno civile, corti e lungometraggi. Più che un'interpretazione, si ha in effetti l'impressione di assistere a una specie di osmosi tra attore e personaggio: «È qualcosa che dopo tutti questi anni non finisce di stupirmi – racconta – la forza che viene trasmessa da questa maschera. È come se grazie a lei, sulla scena, riuscissi a fare cose - gesti, movimenti, salti e capriole - che altrimenti non mi apparterrebbero, di cui probabilmente non sarei capace». Soprattutto quello di Iannelli è un Pulcinella fortemente impegnato nel sociale. «Alle 15.30, appena stacco dall'Ufficio – racconta – corro in soccorso di chi ha bisogno di un sorriso. Proprio come Superman – mima con la mano l'atto del volo – solo che io non posso cambiarmi in una cabina telefonica: anche perché non ce ne sono più». Ormai,

Iannelli è avvezzo a vestirsi nei luoghi più disparati: tanto negli ultraccessoriati camerini dei teatri di prosa quanto nei bugigattoli d'ospedale. Proprio nei luoghi di cura, del resto, si svolge forse la parte della sua attività, rigorosamente volontaria, che più gli sta a cuore: «È tutto qui. Davvero – spiega – Il fulcro, la chiave di volta. Regalare un sorriso a chi proprio non avrebbe ragione di sorridere. Parlo dei bambini, dei ragazzi affetti da gravi patologie, dai quali mi reco con assiduità nei nosocomi di città e provincia.

**DI ANGELO LOMBARDI**

Parlo dei diversamente abili ma anche degli anziani e di chi si trova in condizione di

disagio. È per loro, credo, che Pulcinella sia nato, è a loro che primariamente deve rivolgersi, parlare. Direi, infondere la forza di andare avanti un altro giorno, e un altro giorno ancora. Credo di aver ricevuto un dono, quello di far ridere e aggregare gli altri. E questo dono non va sprecato. L'ho capito sempre di più con il passare del tempo, così come ho compreso l'importanza della fede». Ed è proprio la fede, sottolinea ancora Iannelli, a permettergli di affrontare «l'altra faccia del sorriso», il lato nascosto della maschera quando ci si trova a tu per tu con la sofferenza. «A volte torno a casa distrutto. Portare il sorriso in un reparto di oncologia pediatrica può sembrare un'ambizione al di là delle capacità umane. E forse lo è. Per questo devo affidarmi alla fede e alla forza di Pulcinella».



Fotografia Sposito

### Le mille vite di un poliedrico artista

**A**ngelo Iannelli nasce a Brusciano, provincia di Napoli, nel 1971. Artista poliedrico collabora con Enti ed Organizzazioni per la salvaguardia e la diffusione della cultura e delle tradizioni popolari. Allievo dell'attore Giacomo Rizzo, è stato fondatore e regista della compagnia teatrale "Santa Maria delle Grazie". È Presidente dell'associazione multiculturale "Vesuvius" e fondatore della formazione di musica popolare "Paranza Vesuvius". Ha scritto "Meraviglie dell'anima", "I colori della vita", "Io nella terra dei fuochi", "Professor Pulcinella, lezioni di legalità". Il cortometraggio "Pulcinella supereroe è con noi" è stato premiato al Giffoni Film Festival.





## IL POSTINO VIANDANTE

Zaino in spalla, Massimo Molinari parte ogni giorno alla scoperta della natura (e di se stesso). E ora ci parla delle sue meravigliose esperienze

# Per lavoro e per passione

**P**er tutti è il “postino viandante”: non cammina soltanto per consegnare la corrispondenza, lo fa anche nel tempo libero, per passione, quasi come una vocazione. Massimo Molinari, 57 anni il prossimo 4 dicembre, si è meritato l'appellativo di viandante in virtù della sua passione per le camminate, che lo hanno portato, negli anni, a tracciare nuovi sentieri attraverso le meravigliose valli e i monti del suo amato Trentino Alto Adige. Ma non solo: è stato due volte sulle orme di Santiago de Compostela, il Cammino del Nord, «quello più tecnico» racconta, e ha intrapreso il Cammino di San Benedetto da Norcia a Montecassino.

Suo unico, inseparabile compagno, un piccolo zaino (oltre a due bottiglie, una piena e una vuota che riempie durante il cammino): è così che Massimo, il postino viandante, parte ogni volta alla scoperta di paesaggi mozzafiato a contatto con le meraviglie del verde e della natura. «Vorrei che questo mio messaggio venisse ripreso anche da molti miei colleghi e dalle loro famiglie: andate a camminare, fa bene allo spirito e al corpo. E vi consentirà di scoprire gli inestimabili tesori della nostra terra. Durante una passeggiata ogni sosta è un ritrovarsi e ogni luogo può suscitare meraviglia». Per Molinari è importante, sfruttando anche la comune appartenenza a Poste Italiane, “contagiare” i colleghi: «Vorrei far appassionare le persone a questa disciplina, non c'è bisogno di andare fino a Santiago per intraprendere un cammino. Nel Centro Italia, per esempio, consiglio il Cammino di San Benedetto».

Poste Italiane fa parte della sua vita da 35 anni: dall'83 all'86 fattorino telegrafo a Bolzano, poi postino a Trento Ferrovia e, dal 2012, ecco l'approdo all'Ufficio di Pieve Tesino, nonché all'incarico di portalelettere a Grigno/Tezze: «Poste Italiane, negli anni, è cambiata molto - sottolinea - ma personalmente vorrei che non perdesse mai quell'anima popolare, quella caratteristica di essere al fianco della gente, perché essere dipendenti di questa azienda è innanzitutto un lavoro sociale». Cosa acco-



muna l'essere postino con la passione per le passeggiate? «In fondo, è un po' la stessa cosa - sostiene Molinari - Noi portalelettere camminiamo molto. Il nostro è un lavoro libero, dinamico, abbiamo l'esigenza di spostarci nel modo più rapido possibile». La prossima sfida? «È già cominciata, vorremmo ritracciare la Via Claudia Augusta Altinate. Ho lanciato questo progetto e sto cercando, con l'aiuto delle persone, delle associazioni e degli enti interessati, di mettere insieme e ricostruire il tracciato, di ridisegnarlo per poi scrivere una guida. Ci sono pochissimi indizi archeologici, ma facendo rete possiamo ricostruire i singoli frammenti». (R.P.B.)



## Il racconto

# I crocevia d'amori e... vecchi debiti

**D**a utente distratta non me ne ero mai resa conto. Poi sono stata anch'io partecipe delle piccole storie di tutti i giorni. Ogni sala al pubblico di qualunque Ufficio postale non rappresenta solo un semplice luogo in cui si aspetta lo scattare del numeretto sul display per essere serviti. Sono veri e propri luoghi di aggregazione umana, di interazione sociale dove le persone si incontrano e si ritrovano e dove scoccano, a volte, anche scintille d'amore!

Ricordo il collega Mirko ad esempio, al quale ho visto illuminarsi gli occhi quando ha visto avvicinarsi allo sportello una ragazza dai modi garbati. «Ricordo il suo profumo», mi dice, «ma anche la presenza del

padre che la accompagnava. Poi, dopo qualche mese, non l'ho più vista, fin quando l'ho rincontrata

in un bar e mi è venuta vicino dicendomi con voce corta che la nonnina per cui ritirava la pensione non c'era più. Ora, a distanza di anni, pensiamo che il nostro incontro sia stato un suo ultimo regalo». Carlo, invece, mi racconta dettagliatamente i suoi nove mesi impiegati nell'attuazione di diverse strategie per conoscere quella sportellista di cui sapeva solo il nome. «Ero arrivato a fare il giro di tutti i condomini del palazzo per raccogliere le bollette da pagare alla posta. La sfortuna è che non sempre capitavo al suo sportello. Poi un giorno mi sono fatto forza, l'ho aspettata all'uscita e le ho confessato la mia infatuazione. Dopo uno sguardo stupito è seguita una risata e il commento sarcastico: “Ecco perché stai tutti i giorni qui a far aumentare la fila!”». Da lì il passo non è stato breve, ma ora mi mostra con orgoglio la foto del loro bambino.

C'è poi il signor Antonio, che si è imbattuto in un vecchio compagno di scuola che gli doveva dei soldi. «È stata una coincidenza fortunata: era da tempo che ne avevo perso le tracce. Dopo qualche convenevole, gli ho ricordato quello che stavo aspettando da anni. Così l'ho accompagnato in sala consulenza e l'ho convinto a richiedere un prestito».

DI SILVIA PALMA



# itinerari

Una storia millenaria legata all'acqua, ai mulini e ai lanifici, il terremoto di Foligno del 1997 che poteva essere il colpo di grazia, la rinascita del territorio dovuta all'ingegno della propria gente. Un viaggio nel cuore di una delle perle dell'Umbria attraverso gli occhi dei suoi portalettere, in un luogo dove Poste Italiane è stata a lungo l'unica vera istituzione presente e radicata sul posto



## Rasiglia, come è rinato il borgo delle sorgenti

**B**astano pochi minuti di strada statale. Poi ti lasci Foligno alle spalle e ti ritrovi catapultato nel bel mezzo di quell'Umbria rurale di cui Rasiglia, il borgo delle sorgenti, è un esempio bellissimo e (finora) nascosto. È la strada che per anni, col sole o sotto la neve, ha percorso Giampaolo Brugnami, consegnando lettere e pacchi prima di lasciare il testimone, un paio d'anni orsono, al nuovo portalettere Danilo Amici. Ed è la stessa strada che da qualche tempo hanno iniziato a battere sempre più visitatori attratti dalla rinascita di questo borgo la cui storia affonda nel pieno Medioevo. Una storia di mulini ad acqua e lanifici, di fortezze, casate nobiliari e terremoti: l'ultimo, quello del 1997, sembrava averne decretato il definitivo spopolamento. Invece no: oggi, racconta Danilo Amici, vale davvero la pena visitare questa frazione di appena 45 anime che hanno resistito tenacemente agli anni dei

container, della ricostruzione e della mancanza di lavoro. Lassù, a 650 metri d'altitudine, tra scorci naturali bellissimi, l'opera di ristrutturazione rispettosa dell'originario assetto urbanistico e storico ha realizzato «un gioiellino che ha avuto un boom dopo la nascita dell'associazione Rasiglia e le sue Sorgenti».

Sono sei in tutto, e tra queste il Capovena sgorga in mille rivoli che si disperdono tra le poche viuzze e le case in pietra del borgo fino a ricomporsi nella grande vasca della Peschiera: il luogo perfetto per un presepe vivente, messo in scena ormai da dieci anni e che è stata la chiave del risorgere. La natività, il sorgere dell'acqua, la (ri)nascita: c'è un filo comune che tesse le vicende del passato e del presente di questo borgo, che



Giampaolo Brugnami, postino storico di Rasiglia, oggi in pensione

di filo e tessitura del resto è vissuto per secoli; qui un tempo si era creata una vera filiera industriale, si veniva da fuori con la propria lana grezza e si andava via con un abito su misura. Giampaolo Brugnami, 37 anni di carriera da portalettere, conosce Rasiglia sin da piccolo ed era qui nel 1997, l'estate del terremoto. «Eravamo 300 abitanti quando ero giovane, dopo il sisma per 6-7 anni non è rimasto nessuno, questa era zona rossa». In quel periodo le

Poste hanno svolto un ruolo importante per la società: in un borgo dove non c'è un ufficio comunale né una caserma dei Carabinieri, l'Ufficio postale è stato per decenni davvero l'unico presidio istituzionale. Il rapporto era diretto, informale: «La signora della Posta - ricorda Adalgisa Martini, 87 anni, vera memoria storica del

luogo - non si fidava che lasciassi i soldi nel container, mi diceva «la pensione non la prendere tutta, quando ripassi te la do io». Era tanto gentile quella signora... Da piccoli, quando i primi postini ci portavano qualche cosa noi eravamo tutti contenti, ci sono cresciuti coi postini». Lo conferma Giampaolo, il vecchio postino: «Ancora negli anni 80, quando portavo la posta qui era una festa». Dopo i momenti bui è arrivata la ricostruzione, e i pochi abitanti di Rasiglia si sono dati da fare. Come Giampaolo che oggi gestisce l'unico bar della frazione: nel 2007 è stata rifatta per la prima volta la festa triennale del paese, con la processione al bel Santuario della Madonna delle Grazie (la prossima sarà nel 2019). Poi «Penelope a Rasiglia», una tre giorni dedicata al telaio. «Quindi il presepe vivente, composto da 140 figuranti, con picchi di diecimila spettatori. Da lì è rinata Rasiglia perché abbiamo creato l'associazione, abbiamo investito i proventi del presepe in miglioramenti del posto. Dove non arrivano le istituzioni ci arriviamo da soli».

DI RICCARDO PAOLO BABBI





Nella foto grande,  
la Peschiera.  
Sotto, la cascata  
di Rasiglia



Danilo Amici consegna la posta ad Adalgisa Martini



Milena Martini della "Associazione Rasiglia e le sue Sorgenti"

## Il suono dei timbri di Aurora

È una delle figure che compongono la memoria del luogo. Aurora Accorimbombi è stata tra le prime donne lavoratrici del secolo scorso ed era responsabile dell'Ufficio postale. A raccontarne la storia è Milena Martini. Gentile e appassionata della propria terra, Milena con l'Associazione "Rasiglia e le sue Sorgenti" ha ricostruito fatti, aneddoti e racconti spesso tramandati dalla tradizione orale: la forza della parola affianca la scrittura, che qui prende forma nelle lettere inviate, ma anche nelle poesie di Pascoli, dalle riflessioni di Tagore e da tanti altri che hanno lasciato testimonianze su pannelli affissi per le vie della frazione. Milena parla di Aurora come si fa con una persona di famiglia che ha lasciato il segno nella memoria collettiva. «Era autorevole e severa. Lavorava molto. Arrivava con questi sacchi enormi pieni di posta da tutto il mondo, perché erano molti i migranti che erano fuori a cercar fortuna. E il suono dei timbri di Aurora è rimasto memorabile. Doveva timbrare tutti questi pacchi uno per uno. E svolgeva questa sua mansione con una meticolosità certosina. La gente si accalcava per avere notizie dai propri cari. E lei faceva aspettare tutti affinché tutto fosse in regola». Da qualche anno l'Ufficio postale è stato chiuso. Milena svela a Poste News l'auspicio che «con tutti i turisti che arrivano oggi possa riaprire almeno il fine settimana. Perché le persone chiedono accoglienza, Internet e bancomat. Chiedono, insomma, le Poste».

## STORIE

# I LIBRETTI SMART CHE SPALANCANO LE PORTE DELL'ITALIA AGLI STUDENTI CINESI

Grazie ai Libretti Smart di Poste Italiane la Cina... è sempre più vicina. Nella città di Perugia, in virtù dell'accordo stretto tra l'Università per Stranieri e il Paese del Dragone, arrivano ciclicamente centinaia di studenti cinesi. Si tratta di giovani benestanti, i futuri imprenditori del colosso asiatico, venuti qui per frequentare corsi intensivi di lingua italiana. Il loro incontro con Poste avviene in relazione alle pratiche per i permessi di soggiorno: «In attesa

che arrivino, i ragazzi stanno attivando circa trecento Libretti Smart, per i quali bastano solo passaporto e codice fiscale – racconta la direttrice dell'Ufficio postale di Perugia centro, Serenella Chiabolotti - Un fatto importante per loro, visto che nei mesi scorsi si sono verificati episodi di furti di contanti». E una grande opportunità commerciale per l'Ufficio e per Poste, considerando che i gruppi di ragazzi si alterneranno nel tempo.



## MONEYGRAM A PERUGIA, UN RIENTRO A LIETO FINE

«Finalmente a casa, grazie Poste!»: è il messaggio scritto da un cittadino algerino e diretto all'Ufficio postale di Perugia centro. In una città a vocazione internazionale qual è il capoluogo umbro l'Ufficio di piazza Matteotti svolge una funzione sociale rilevante, come dimostra un episodio che riguarda il MoneyGram: «Questa persona doveva ricevere 500 euro ma il nome indicato sui due passaporti che aveva presentato (avendo la doppia cittadinanza, algerina e francese, ndr) non corrispondeva esattamente a quello sul mandato di pagamento» racconta ancora la direttrice Serena Chiabolotti. Allora l'uomo espone la sua storia e spiega la sua urgenza di ricevere quei soldi per acquistare un biglietto aereo e tornare in patria. Il personale dell'Ufficio, commosso, lo accompagna al vicino posto di Polizia dove viene accertata la sua identità. E arriva il lieto fine: il MoneyGram può essere pagato e l'uomo può finalmente partire. Con Poste nel cuore.

## Il servizio continua online



Avvicina  
il cellulare  
al QR Code  
per altri  
contenuti



# news da Poste

## Così la filosofia Lean declina i principi della cultura aziendale



LE NUOVE DIVISE SFOGGIATE  
DALLA SQUADRA DEL CENTRO  
DI MECCANIZZAZIONE POSTALE  
DI BOLOGNA

**I**l percorso di trasformazione e innovazione di PCL, tra gli obiettivi primari del piano industriale Deliver 2022, è anche firmato Lean Manufacturing, produzione “snella”. Parliamo di una nuova metodologia di lavoro ispirata alla filosofia organizzativa della “qualità totale” di origine giapponese, che prevede l'applicazione di una serie di principi, tecniche e interventi volti a rendere più sicuro, produttivo e ordinato l'ambiente di lavoro e più coinvolte le persone nelle decisioni e nei processi. Il programma è stato avviato nei principali Centri di meccanizzazione postale, e dopo il kick off di

Bologna - il primo in Italia a essere riorganizzato interamente secondo la metodologia Lean - si lavora a ritmi serrati per l'implementazione sui restanti CMP entro il 2019 con un poderoso programma di interventi in corso. Un progetto che nei primi quattro stabilimenti coinvolti (Bologna, Padova, Torino e Bari) ha visto finora erogare 4.000 ore di formazione a oltre 200 risorse. Sicurezza, efficacia operativa, ergonomia e visual management sono gli ambiti su cui si è intervenuti ridisegnando i processi e i metodi di lavoro per assicurare qualità, sicurezza delle persone e valore nella produzione. È stata effettuata una revisione del layout con un riassetto generale degli ambienti con postazioni di lavoro pulite e in ordi-

ne per lavorare in modo più sicuro e funzionale sintetizzato nel nuovo mantra dei CMP “un posto per ogni cosa, ogni cosa al suo posto”. Inoltre, sono state usate nuove attrezzature per rendere più sicure ed ergonomiche le operazioni e introdotte le divise con i colori aziendali, adatte all'attività di produzione, un'innovazione importante per aumentare il senso di appartenenza e identificarsi nei valori Lean. Obiettivo di questo nuovo approccio non è quello di introdurre un modello operativo tout court ma di sviluppare un nuovo modo di pensare, ispirato al miglioramento continuo, e promuovere un cambiamento culturale che sta già modificando il Dna di PCL.



**MARIA GABRIELLA CARCIONE**  
RESPONSABILE  
DEL CENTRO  
DI MECCANIZZAZIONE  
POSTALE  
DI BOLOGNA

**«Gli infortuni sono in calo e con la divisa ci si sente uniti»**

**B**ologna è stato il primo centro ad applicare la Lean, quali benefici avete avuto?

«Questa innovazione ha come principale obiettivo quello di aumentare la sicurezza ma anche di diminuire la movimentazione manuale dei carichi. Si è investito tantissimo in automazione: ci sono dei robot che si sostituiscono all'uomo nei lavori più faticosi. Alcuni benefici sono misurabili: nei reparti in cui la filosofia Lean è già stata implementata, lo spazio occupato si è ridotto del 20% e gli infortuni si sono ridotti del 30%. L'indice di frequenza, vale a dire il rapporto tra numero di infortuni e ore lavorate, è passato da 30 a 12».

**Che cosa significa il nuovo principio: “un posto per ogni cosa, ogni cosa al suo posto”?**

«Significa che nel momento in cui si va a svolgere una specifica mansione si ha a disposizione tutto ciò che serve: la cassetta, il carrello, il palmare e lo scanner. Si organizza il layout della postazione di lavoro in funzione di ciò che si deve fare».

**A livello di valori, l'introduzione della divisa aziendale in che modo contribuisce a migliorare l'ambiente lavorativo?**

«La divisa fa sentire l'appartenenza all'azienda, serve ad accrescere l'identità aziendale e contribuisce a creare il valore di una squadra, come avviene nello sport per i giocatori dello stesso team».



**VINCENZO MARONO**  
RESPONSABILE  
DEL CENTRO  
DI MECCANIZZAZIONE  
POSTALE  
DI BARI

**«La luminosità dei nuovi spazi aiuta a tenere alta l'attenzione»**

**A** che punto è l'implementazione della nuova metodologia nello stabilimento di Bari?

«Abbiamo spostato l'accettazione, cambiato la configurazione degli spazi e completato la standardizzazione sull'85% delle postazioni di lavoro. Resta da completare il pavimento e siamo in attesa delle nuove attrezzature, tra cui i robot che lavorano “just in time”. Alla fine di novembre saremo a pieno regime, ma i benefici già si notano in termini di spazio, ergonomia, ordine, produttività, flusso e controllo».

**La Lean è una vera e propria filosofia. Rivoluzionerà il lavoro all'interno dello stabilimento?**

«Mi aspetto che una volta entrati a pieno regime le logiche Kaizen del miglioramento continuo vengano approcciate e assorbite come cultura aziendale coinvolgendo il personale a tutti i livelli».

**Come hanno reagito i lavoratori all'introduzione delle divise?**

«Abbiamo consegnato quasi tutte le divise che rappresentano un aspetto importante del programma Lean e, insieme alle altre innovazioni, stanno contribuendo ad aumentare la consapevolezza e il senso di appartenenza all'azienda. Anche grazie a questa novità, il nostro CMP, insieme agli altri, si appresta a diventare uno stabilimento più moderno».



**BUONE PRASSI** L'azienda ha sottoscritto il Manifesto per l'occupazione femminile lanciato dall'Associazione, confermando il proprio impegno nei confronti delle donne e delle loro famiglie



# Valore D e Poste insieme dalla parte delle lavoratrici

**I** numeri parlano chiaro: le donne rappresentano il 53% del personale, negli Uffici postali quelle che occupano una posizione di responsabilità sono il 58% e anche ai vertici dell'azienda la presenza in rosa è significativa, con il 44% dei componenti del Consiglio di amministrazione donna. Ma l'attenzione di Poste Italiane per la parità di genere non finisce certo qui, traducendosi in uno sforzo di promozione articolato e costante. L'Azienda, infatti, ha sottoscritto il Manifesto per l'occupazione femminile promosso dall'associazione Valore D, impegnata sui temi della leadership femminile e della diversity. Il Manifesto, a cui hanno aderito oltre 150 aziende a livello nazionale, mette in risalto le buone prassi già esistenti all'interno delle organizzazioni e consente di impegnarsi con gradualità nel dotarsi di obiettivi chiari e misurabili. Un percorso che per Poste parte da lontano, visto che il Gruppo aderisce a Valore D in qualità di socio sostenitore dal 2012. Poste Italiane in ragione delle sue dimensioni e della significativa presenza femminile si è sempre più responsabilizzata, negli anni, nella promozione di una cultura inclusiva che annette valore alla diversità. Numerose sono le iniziative per sostenere i percorsi di sviluppo e di formazione del personale realizzati in un'ottica plurale. Così come diversi sono i programmi da tempo avviati per la conciliazione tra lavoro e vita privata che, coerentemente con gli standard internazionali, sono parte integrante del Bilancio di Sostenibilità. Coerentemente con l'impegno aziendale in materia di responsabilità sociale, la sottoscrizione del Manifesto rappresenta una ulteriore opportunità per agire, contemporaneamente, su cultura e valorizzazione delle differenze a tutti i livelli dell'organizzazione, quale leva strategica di business. In tema di supporto alla maternità e alla

paternità, il personale di Poste gode di un trattamento migliore rispetto a quanto previsto dalla legge: le lavoratrici in maternità hanno diritto alla retribuzione completa per tutti e cinque i mesi di astensione dal lavoro, rispetto al pagamento dell'80% previsto dalla legge. Per il congedo parentale viene assicurato alla madre e al padre (limitatamente ai primi sei anni di vita del bambino) un trattamento economico di miglior favore pari all'80% per i primi due mesi, contro il 30% previsto dalla legge. "Maam U" e "Parcheggi Rosa" sono invece due progetti dedicati alla maternità: il primo, di recente esteso anche ai papà, mira a trasformare l'esperienza del congedo in un momento di crescita anche professionale, mentre l'altro destina compatibilmente con l'organizzazione aziendale posti auto a partire dal settimo mese di gestazione fino al momento di fruizione del congedo di maternità. Altro fronte su cui Poste Italiane è in primissima linea è quello della conciliazione vita/lavoro: dal 2009 è attivo il progetto "Inclusione sociale" che mira a garantire opportunità di telelavoro a chi ha oggettive esigenze

di cura per sé o per i propri familiari e promuove accessi a condizioni agevolate ai campus estivi per i figli dei dipendenti. L'Azienda, nel contempo, sul piano culturale e della sensibilizzazione sul tema della diversità e del contrasto alla violenza di genere contribuisce alla realizzazione di eventi, testimonianze e tavoli di lavoro interaziendali sui temi della conciliazione e dei programmi di welfare per lo sviluppo e la condivisione di best practice aderendo anche a ricerche e survey sul tema per confrontarsi con altre realtà sociali di pari dimensioni (ad esempio, partecipando alla ricerca "Talent senza età" che ha di recente coinvolto oltre 1.000 lavoratori e lavoratrici over 50). Presso gli Uffici postali, inoltre, recente è la priorità nei servizi di sportello per i genitori con neonati al seguito, in aggiunta alla precedenza già riservata alle future mamme.

DI MARIANGELA BRUNO



## INIZIATIVE

### 1000 UFFICI POSTALI "IN CAMPO" PER LA PREVENZIONE SISMICA

**I**l terremoto è un evento imprevedibile i cui effetti sulle persone e sugli edifici possono essere resi meno gravi adottando misure che ne migliorino la sicurezza. In un Paese ad alto rischio sismico come il nostro, è importante conoscere il grado di sicurezza della propria casa, per poter adottare le misure di prevenzione sismica più opportuna, se necessarie. Per la prima volta in Italia, è stato istituito il Mese della Prevenzione

Sismica, campagna che segue la Giornata della Prevenzione Sismica del 30 settembre. Per tutto il mese di novembre, migliaia di professionisti (ingegneri, architetti) parteciperanno volontariamente attraverso il coordinamento degli Ordini di appartenenza, per un'iniziativa che vede in prima linea anche Poste Italiane con mille Uffici coinvolti, che esporranno fino al 30 novembre la locandina dell'evento, distribuendo i relativi flyer. I cittadini proprietari, affittuari, titolari di diritto e amministratori di condominio possono richiedere una visita per una prima informazione sullo stato di rischio dell'immobile, iscrivendosi sul portale [giornataprevenzionesismica.it](http://giornataprevenzionesismica.it). Nel corso della visita assolutamente gratuita, si potrà avere una prima informazione sullo stato di rischio dell'abitazione e su come ottenere eventuali agevolazioni finanziarie messe a disposizione dallo Stato (Sisma Bonus ed Eco Bonus) che consentono di risparmiare fino all'85% in caso siano necessari lavori di adeguamento e messa in sicurezza del proprio immobile. Si può prenotare direttamente la visita su [giornataprevenzionesismica.it](http://giornataprevenzionesismica.it).



## IL BANDO INPS

### BONUS CICOGNA PER I FIGLI DEI DIPENDENTI

**L'**Inps ha pubblicato due bandi di concorso per i figli dei dipendenti di Poste Italiane che prevedono un contributo per i bambini nati o adottati nel 2017 (Bonus Cicogna) e per l'iscrizione e frequenza asili nido per l'anno educativo 2017-2018. Le domande possono essere presentate esclusivamente online secondo le modalità indicate nel sito istituzionale dell'Inps fino alle ore 12.00 del 31 ottobre 2018. È disponibile, per eventuali richieste di chiarimento e assistenza, un servizio di Contact Center a cura dell'Inps al numero gratuito 803164.

## L'AUDIZIONE ALLA CAMERA

### DAL DIGITALE AI RECAPITI DEL FANTE INDICA LA ROTTA

«**V**ogliamo confermare la nostra posizione di rete di distribuzione più affidabile e capillare del Paese. E in questo percorso trasformarci in un'azienda che accompagna i clienti in una progressiva migrazione dei propri acquisti e delle proprie esigenze dal fisico al digitale»: questo l'obiettivo principale di Poste Italiane, illustrato nell'audizione di fronte ai deputati della Commissione Trasporti della Camera dall'Ad Matteo Del Fante lo scorso 18 settembre, nella quale ha affrontato le principali sfide che attendono l'azienda nei tre pilastri della sua attività: quello storico della posta, della logistica e della comunicazione, quello finanziario-assicurativo e quello transazionale.





# internazionale

**UNIONE POSTALE UNIVERSALE** Si è tenuto ad Addis Abeba il secondo Congresso straordinario: la delegazione di Poste Italiane ha partecipato al summit di cinque giorni da inquadrare nell'ambito di un impegno condiviso da tutti i 192 Paesi membri, volto a migliorare e accelerare il processo decisionale e a esaminare le nuove strategie postali mondiali. Il prossimo appuntamento nel 2020 si terrà in Costa d'Avorio

## Coordinamento e cooperazione l'UPU rilancia i suoi obiettivi

**C**on una rete globale di oltre 600mila Uffici postali, 5,3 milioni di dipendenti e una presenza in 192 Paesi, il settore postale contribuisce in modo determinante alle infrastrutture nazionali e internazionali. E il suo è un ruolo cardine anche nel raggiungimento dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile. In questo contesto altamente cooperativo, l'Unione Postale Universale (UPU) svolge da quasi un secolo e mezzo la preziosa funzione di coordinamento ed è il forum principale per la cooperazione tra gli operatori del settore. Nelle scorse settimane, dal 3 al 7 settembre ad Addis Abeba, si è tenuto il secondo Congresso straordinario dell'UPU nella sua storia. Cinque giorni da inquadrare nell'ambito di un impegno condiviso, da tutti i Paesi membri, volto a migliorare e accelerare il processo decisionale all'interno dell'Unione, a cui si è aggiunto l'obiettivo di esaminare le nuove strategie postali mondiali. Presente naturalmente la delegazione tricolore, composta dai rappresentanti del Ministero degli Affari Esteri in loco e da Poste Italiane. «È stata una settimana estremamente produttiva - ha dichiarato al termine dei lavori il direttore generale dell'UPU, Bishar A. Hussein - in cui abbiamo adottato decisioni importanti. Accolgo con favore la stretta cooperazione che ho apprezzato durante tutto il Congresso e la volontà di raggiungere un consenso». Tanti i temi affrontati nella capitale etiope: circa 100 documenti, con oltre 50 proposte, concentrabili nei quattro punti principali all'ordine del giorno. Sulla riforma dell'UPU, i Paesi hanno concordato miglioramenti per rendere più

efficiente l'Unione stessa, oltre a rafforzare il ruolo e la rilevanza. L'accordo sulle modifiche delle procedure elettorali presso il suo organismo operativo, il Consiglio delle operazioni postali (POC), semplificherà il processo elettivo e fornirà una più equa rappresentanza regionale. Per quanto riguarda la riforma del sistema contributivo (finora su base volontaria ma indirizzato verso criteri oggettivi), si è deciso di proseguire lo studio preliminare prendendo in considerazione altri parametri oltre al PIL, che caratterizzino maggiormente il mercato postale. I membri hanno inoltre adottato una decisione storica per ridurre i contributi forniti dagli Small Island Developing State (i SIDS). Questi Paesi sono infatti tra i più svantaggiati di tutti i membri dell'UPU e hanno spesso faticato nella contribuzione. La riforma del sistema generale è stata comunque riportata al Congresso del 2020, che si terrà in Costa d'Avorio. L'accordo sul fondo pensione consentirà invece all'UPU di passare a un futuro più sostenibile, d'accordo con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Sono state adottate le proposte presentate attraverso il POC e dal Consiglio di Amministrazione relative al piano integrato di prodotti (il cosiddetto IPP), progettato allo scopo di sviluppare un portafoglio pienamente integrato di prodotti postali fisici (posta, pacchi postali e corriere espresso), con l'unica eccezione della tracciatura obbligatoria, per la quale il POC aveva stabilito una remunerazione troppo bassa. Tale eccezione consentirà a Poste Italiane di preservare nel breve termine gli attuali ricavi internazionali da prodotti tracciati, arginando il crescente flusso di pacchetti e-commerce a basso valore, che impatta principalmente



A sinistra, Bishar A. Hussein, Direttore Generale dell'Unione Postale Universale (UPU). Sopra, le delegazioni presenti al secondo Congresso straordinario dell'UPU che si è tenuto ad Addis Abeba



le operazioni doganali e, di conseguenza, costituisce una minaccia per la sicurezza. Nel medio termine, fornisce il margine per ripensare il portafoglio prodotti tenendo conto dell'attesa evoluzione dei prodotti internazionali per l'e-commerce. Approvata anche la proposta di un Piano Integrato di Remunerazione (IRP), che mira a modernizzare, razionalizzare e integrare i sistemi di remunerazione postale in tutti i Paesi membri, puntando a un giusto equilibrio tra Paesi esportatori e quelli importatori. Il tema è stato oggetto di molte discussioni e dibattiti negli ultimi mesi: si è trovato l'accordo per utilizzare l'IRP come una tabella di marcia che porti a una proposta valida e concreta all'appuntamento in Costa d'Avorio tra due anni. La stessa unità di intenti è confermata in tutto il mondo: il 9 ottobre si celebra la Giornata mondiale della Posta e Poste Italiane partecipa con degli annulli speciali. (M.B.)





## LE CONFERENZE DA DOHA A ISTANBUL LO SVILUPPO SOSTENIBILE COME TEMA CENTRALE

L'UPU ha lanciato la sua prima conferenza ministeriale durante il 25° Congresso Postale Universale a Doha, in Qatar, nel 2012, con il tema "Delivering the 2020 postal vision". Una seconda conferenza si è tenuta durante il Congresso di Istanbul nel 2016, dove i ministri hanno discusso il tema "Sviluppo sostenibile: collegare cittadini, imprese e territori". Ad Addis Abeba, i ministri si sono confrontati sul tema del ruolo del settore postale a sostegno dello sviluppo socioeconomico. Prossimo appuntamento ad Abidjan, in Costa d'Avorio, dall'1 al 3 settembre 2020.



## INNOVAZIONE LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA: IL CONTRIBUTO DEL SETTORE VERSO L'AGENDA 2030

Il settore postale è una componente chiave delle infrastrutture, sia a livello nazionale sia internazionale. Il suo ruolo è quindi decisivo per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (gli SDG) fissati per il 2030.

La ricerca dell'UPU ha dimostrato che il settore potenzialmente ha un forte impatto sugli obiettivi 8, 9, 11 e 17 degli SDG. Il settore postale contribuisce al raggiungimento dell'obiettivo 8 (lavoro dignitoso e crescita economica), promuovendo l'inclusione finanziaria. Per l'obiettivo 9 (industria, innovazione e infrastrutture), l'impatto si ottiene promuovendo catene globali del valore più solide. Per entrambi questi obiettivi, l'interconnessione postale è il fattore chiave alla base.

Per quanto riguarda l'obiettivo 11 (città e comunità sostenibili), il contributo si esprime attraverso la maggiore resilienza del settore ai disastri naturali rispetto ad altri elementi della più ampia infrastruttura logistica. Per l'obiettivo 17 (le partnership), i servizi postali funzionano come promotori di una maggiore connettività Internet, sfruttando tutti i punti di forza del settore. I risultati statistici che portano a queste conclusioni sono tutti supportati da studi e progetti sul campo.





# buone notizie

## Troppi bambini in condizioni di povertà: via alla campagna dell'**Albero della Vita**

**U**n bambino su otto in Italia vive in condizioni di povertà assoluta. Un dato tanto scioccante quanto, purtroppo, reale che deve però spingere a un'azione di comunità e solidarietà. Per questo la Fondazione l'Albero della Vita (fino al 20 ottobre e dal 12 novembre al 18 novembre) sarà in comunicazione con un'importante campagna sms per combattere la povertà nel nostro Paese: donando al numero 45589, tutti potranno dare una mano e fare parte di questo cambiamento.



# ***l'Albero della Vita***

Aiutaci a combattere la povertà minorile in Italia

DONA ORA AL

**45589**



## L'impegno di **Cassa Depositi e Prestiti** per rinforzare la competitività delle PMI



**C**ontinua l'impegno del Gruppo CDP (Cassa Depositi e Prestiti) a sostegno delle imprese italiane per consolidare la competitività del settore culturale e creativo e promuovere la crescita economica. CDP rinforza infatti l'operatività del Fondo di garanzia per le PMI grazie all'accordo sottoscritto con il Fondo Europeo per gli Investimenti (FEI) nell'ambito del Programma "Europa Creativa" attraverso la Cultural and Creative Sectors (CSS) Guarantee Facility: primo strumento di investimento europeo per agevolare l'accesso ai finanziamenti da parte delle imprese creativo-culturali. Dalle arti visuali all'editoria e stampa passando per radio, tv e cinema fino ad arrivare alla gestione e conservazione dei beni culturali: l'accordo appena siglato rientra in un ambito strategico per il sistema Paese e prevede, entro 24 mesi, finanziamenti per 300 milioni di euro per circa 3.500 PMI; l'iniziativa è infatti sostenuta dall'Unione Europea attraverso le risorse del Piano Juncker.

## Educazione finanziaria impariamo a gestire il **bilancio familiare**



**Q**uest'anno, per tutto ottobre, si tiene la prima edizione del "Mese dell'Educazione Finanziaria". Fino a mercoledì 31, il Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria organizza attività ed eventi di informazione e sensibilizzazione sui comportamenti corretti nella gestione e programmazione delle risorse personali e familiari con la finalità di garantire il benessere economico attraverso l'utilizzo appropriato di strumenti finanziari, assicurativi e previdenziali. Maggiori informazioni sugli eventi in programma si possono trovare sul sito [quellocheconta.gov.it](http://quellocheconta.gov.it)

## Il **Registro nazionale degli Aiuti** uno strumento per la trasparenza

**I**l Registro Nazionale degli Aiuti diventa una best practice europea. Realizzato da Invitalia per conto del ministero dello Sviluppo Economico (Direzione generale per gli incentivi alle imprese), è il sistema adottato dall'Italia per rafforzare, rendere trasparenti ed efficaci i controlli amministrativi necessari per concedere agevolazioni nella forma di Aiuti di Stato o aiuti in "de minimis". A un anno dalla pubblicazione, sono 1.836 i regimi di aiuto censiti, oltre 5.000 gli utenti registrati e quasi 1.300 i soggetti giuridici accreditati al portale [www.rna.gov.it](http://www.rna.gov.it). Gli aiuti concessi dall'avvio dell'iniziativa sono oltre 450.000, per un valore complessivo che supera i 9 miliardi di euro.



## I capoluoghi italiani vincono la prova dei **social network** soltanto otto Comuni non hanno ancora un loro canale

**C**resce il numero di città italiane attive sui social network, ma la maggior parte li usa ancora soprattutto per informare e comunicare. Sono 99 i Comuni capoluogo con almeno un canale social (erano 94 nel 2017), mentre solo 8 quelli che non hanno ancora attivato alcuno strumento. Le città più presenti sui social (per numero di canali attivi) nel 2018 sono Reggio Emilia (che ha scalzato Torino, in testa lo scorso anno), Bologna e Ferrara (che si confermano sul podio). Roma, Milano e Torino sono le città con più fan e follower su Fa-

cebook e Twitter, ma se si considerano il numero di seguaci in rapporto alla popolazione spiccano le performance di Firenze, che su Twitter è seguita dal 24,6% della popolazione, Verbania, Crotone e Pesaro. Napoli, Cesena e Monza sono state invece nell'ultimo anno le città più attive su YouTube. Sono i risultati dell'indagine di FPA, sulla presenza, l'uso e la performance sui social network di 107 Comuni capoluogo di provincia. Uno dei 100 indicatori contenuti nel Rapporto "ICity Rate 2018", che sarà presentato il 17 ottobre a Firenze alla manifestazione ICity Lab.



## Stoptober, parte dal Regno Unito l'iniziativa per smettere di fumare

**S**mettere di fumare gradualmente, magari affidandosi ad un aiuto qualificato o allo "switch" con le sigarette elettroniche. Nel Regno Unito, il National Health System lancia la campagna "stoptober": nel mese di ottobre si chiede ai sei milioni di fumatori di dire "addio alle bionde".

Il numero di fumatori nella sola Inghilterra, spiega la BBC, è diminuito di più di un milione di unità dal 2014, e, sfruttando questo trend, l'obiettivo è arrivare al 10% entro il 2023. Visto il successo dell'iniziativa, non è escluso che anche in Italia ottobre possa diventare un mese anti-fumo.



## Ecopatente, un percorso formativo gratuito in Lombardia Così si impara a guidare senza danneggiare l'ambiente



**I**nsegnare ai ragazzi una guida sicura e attenta all'ambiente, che prediliga l'attenzione ai consumi e, quindi, comportamenti minori emissioni inquinanti con la conseguente salvaguardia dell'ambiente. Questo l'obiettivo di "Ecopatente", percorso formativo gratuito, giunto alla nona edizione, presentato nei giorni scorsi dall'assessorato all'Ambiente e Clima della Regione Lombardia. L'iniziativa ha già "diplomato" 81.000 persone e quest'anno coinvolge a livello nazionale 500 scuole superiori e 500 autoscuole del Paese, aderenti a Confarca (Confederazione Autoscuole Riunite e Consulenti Automobilistici) e Unasca (Unione Nazionale Autoscuole e Studi di Consulenza automobilistica): il 44,6% al Nord del Paese, il 26,4%, il 16,7% al Centro al Sud e il 12,3% nelle Isole, con Brescia che è la provincia in prima posizione per adesione, davanti a Torino, Bari e Foggia. I corsi Ecopatente vengono condotti dagli istruttori delle autoscuole - in modo integrato al corso della patente B previsto dal Codice della strada - e dagli insegnanti scolastici, con il supporto di un apposito kit contenente alcune schede didattiche di alto profilo pratico. Possono aderire al progetto Ecopatente anche gli automobilisti over 25 anni che possiedono una patente e frequentano le autoscuole appartenenti alle due associazioni di categoria.

## La Seconda Università di Napoli lancia il servizio Verysoon per la mobilità integrata

**S**ervizi di navette bus, carpooling, sistema di monitoraggio, social network e supporto alla pianificazione di linee extraurbane e mobilità dolce. La Seconda Università degli Studi di Napoli ha lanciato il suo innovativo progetto di mobilità (Verysoon): un sistema integrato di trasporti, tra le prime università in Italia e in Europa, per venire sempre più incontro alle esigenze degli studenti e per aiutarli a muoversi sul territorio tra le sedi dell'Ateneo nel modo più semplice ed economico. Per un'università sempre più connessa.



## in agenda

### "Quasi nemici", al cinema la commedia è satira e cultura

**B**asterebbe il nome di Daniel Auteuil a garanzia dello spessore della pellicola; ma se aggiungiamo Camélia Jordana (Premio César 2018 per la miglior nuova promessa femminile) e la regia di Yvan Attal abbiamo un cocktail perfetto, nelle sale con il titolo di "Quasi nemici - L'importante è avere ragione", commedia francese sul potere della retorica e della costruzione del consenso. Uno scontro di pregiudizi che racchiude satira e una critica intelligente alle culture occidentali e orientali.

### Le foto della Pop Art tornano a vivere a Torino

**A**ndy Warhol e Hamilton, ma anche Mulas, Schifano e Pistoletto: il legame fra Pop Art e fotografia è il grande protagonista a "Camera, Centro Italiano per la Fotografia", a Torino (Via delle Rosine, 18 - camera.to). Fino al 13 gennaio sono esposte, in sei sale a tema, 150 tra quadri, foto, collage, grafiche che ripercorrono la storia delle reciproche influenze tra fotografia e Pop Art, movimento che ha segnato l'arte e la cultura degli anni '60. La mostra "Camera Pop. La fotografia nella Pop Art di Warhol, Schifano & Co" è curata da Walter Guadagnini, esperto di Pop Art e direttore di Camera.



### Tiziano Scarpa riscopre la rima nei racconti brevi

**T**renta racconti in rima. Storie strane, fantasiose, impossibili, i cui protagonisti sono uomini e donne, ma anche alberi e animali che non sopportano il modo in cui è organizzata la vita e cercano di reinventarla con mille esperienze avventurose. Con "Una libellula di città e altre storie in rima" (Minimum Fax, 100 pagine, 10 euro) Tiziano Scarpa dà vita a una galleria di personaggi indimenticabili, scolpiti dalla metrica e dalle rime baciato, abbracciato, accarezzato, qualche volta ucciso brutalmente.

### Un violino "Esplosivo" per David Garrett

**S**e lo chiamano il violinista del diavolo, un motivo c'è, eccome. Al centro dei gossip nella vita privata, mattatore sulle scene e raro esempio di riuscita commistione tra il mondo alto della musica classica e il pop rock: David Garrett è in Italia per quattro date a ottobre (Roma il 17, Firenze il 19, Milano il 20 e Bolzano il 21) con il tour "Explosive Live", dove il nome dice già tutto. Le sue rivisitazioni con il violino di "Purple Rain", "They Don't Care About Us", "Viva la Vida", e i suoi arrangiamenti di brani classici da Beethoven a Vivaldi trascinano lo spettatore in uno show difficile da definire, a metà tra la sala di un teatro e una dancehall.

### "Mamma Mia!" che ritorno del musical nella Capitale

**A**l Teatro Sistina di Roma torna "Mamma Mia!", il musical di Massimo Romeo Piparo, ispirato al successo di Broadway. Per il ruolo dei protagonisti, squadra che vince non si cambia: Luca Ward, Paolo Conticini e Sergio Muniz, nei personaggi che nel film vennero interpretati da Stellan Skarsgård, Pierce Brosnan e Colin Firth. Nel ruolo di Donna, Sabrina Marcano e in quello di Sophie, Eleonora Facchini. A fare da cornice al tutto l'orchestra dal vivo diretta dal maestro Emanuele Friello.





# il personaggio



**LA TESTIMONIANZA** Reduce dal grande successo con “Stanotte a Pompei”, Alberto Angela parla a Poste News della storia della comunicazione, dai Romani a oggi: «Nell’Ufficio postale si rivive uno speciale calore antico»

## «Una lettera spedita duemila anni fa»

**C**i sono parole scritte per scaldare il cuore «come le lettere che inviamo alle persone a cui vogliamo bene». E parole scritte per raccontare fatti: «È una lettera a descrivere l'eruzione del Vesuvio del 79 d.C.». Certo è che nella parola scritta, capace spesso di superare il tempo e vivere per sempre, «c'è umanità, c'è vita, c'è storia». Lo spiega Alberto Angela che di lettere e storia è grande esperto e che di recente ci ha condotto in un affascinante viaggio notturno in uno dei siti archeologici più belli del mondo: l'antica città di Pompei. Paleontologo, giornalista, divulgatore scientifico, star del web, con i suoi programmi è riuscito a conquistare milioni di telespettatori. Giovani e meno giovani. Il segreto del successo? «Non posso dirlo io, la risposta è nella gente che guarda. La televisione non mente».

**Alberto Angela, quanta importanza hanno avuto le lettere per ricostruire**



Barbara Ledda

### gli avvenimenti storici?

«Ci sono lettere che restituiscono la vita di un tempo. Pompei, ad esempio, viene raccontata da una lettera. È, infatti, una lettera inviata da Plinio il Giovane allo storico Publio Cornelio Tacito a descrivere l'eruzione del Vesuvio del 79 d.C. Plinio scrive a Tacito quando ormai è in là con gli anni: lui stesso però ha vissuto, quando aveva 17 anni, l'eruzione che sommerse Pompei e Ercolano. È un sopravvissuto. Anche lui ha avuto paura di morire, ha visto la nube oscurare il sole e scivolare sul mare. Nelle lettere racconta tutto quello che è successo in maniera precisa, momento per momento. Si tratta della più antica descrizione tecnica di un'eruzione. Proprio queste missive hanno aiutato gli studiosi a comprendere le fasi eruttive. L'eruzione di tipo pliniana, di cui oggi parlano i vulcanologi, prende infatti il nome proprio da chi per primo ne descrisse il fenomeno».

### Quanto si scriveva nell'antichità?

«I Romani scrivevano tante lettere: usa-





vano un pennino duro su quelle famose tavolette di legno coperte di cera. La cosa interessante è che nella scrittura avevano lo stesso approccio che abbiamo noi oggi quando scriviamo un messaggio al cellulare o facciamo un tweet. Venivano usate poche lettere, poche parole. Non poteva starci tutto».

#### Tutto racchiuso in pochi caratteri, insomma.

«Sì, solo che invece di usare i social e la rete c'erano i servi. A loro il compito di inviare i messaggi. L'umanità si ritrova anche sui graffiti, come quelli scoperti a Pompei, Ercolano, Oplontis. Alcuni sono invettive, perché gli insulti ci sono sempre stati, ma ci sono anche poesie d'amore. Ci sono poi scritte sportive, per i gladiatori o le corse dei carri. O messaggi di gioia: come la scritta di un papà che annuncia la nascita della figlia. I messaggi d'amore sono quelli più belli, sia gli uomini che le donne si vantavano molto delle loro conquiste. Erano molto liberi. In queste scritte c'è vita. Riemerge un'umanità che non si sarebbe mai conosciuta se non attraverso la parola scritta».

#### Lei con "Meraviglie" ci ha portato a conoscere tante bellezze dell'Italia. Il nostro è un Paese fatto anche di piccoli borghi dove l'Ufficio postale è da sempre un punto di riferimento. È ancora così oggi?

«L'Ufficio postale è un punto di riferimento "antico", che ti dà una sicurezza di comunicazione. Sono stati proprio i romani a creare il primo sistema di poste attraverso il *cursus publicus*, il servizio imperiale che assicurava gli scambi all'interno dell'Impero romano grazie alla rete stradale. Solo con la locomotiva si è iniziato a fare qualcosa di più veloce. Quando si vede una foto satellite di notte dell'Europa e si notano tutte quelle strade si pensa



a una rete moderna, in realtà è una rete romana. Quando si arriva in un Ufficio postale attuale si rivive una specie di calore antico. È il punto finale di un lunghissimo discorso, di una lunghissima lettera di comunicazione partita duemila anni fa».

#### Avrà ricevuto moltissime lettere dai suoi fan.

«Ne arrivano davvero tante. Molto spesso sono di persone che raccontano come un programma o un servizio abbia fatto

riaffiorare in loro un'emozione, un'antica passione o un ricordo. Sono le lettere che colpiscono di più perché sono collegate a un sentimento: è in quel momento che ti rendi conto che il tuo servizio ha avuto un altro livello di comunicazione. Non soltanto un livello storico-scientifico ma è arrivato al cuore della gente. E questa è una grandissima gioia. Le lettere più belle, poi, sono quelle che scriviamo per i nostri cari e che riceviamo da chi ci vuole bene. Non hanno paragone». (G.L.)

#### L'ANALISI

### Televisione e cultura una scommessa vinta

«La Rai ha avuto il grande coraggio di portare la cultura in prima serata, non una prima serata qualsiasi: il sabato sera». Alberto Angela parla della scelta della rete ammiraglia come di «un messaggio vincente, una bellissima idea» che i milioni di spettatori hanno sicuramente apprezzato. «Forniamo contenuti con un linguaggio semplice. Mettiamo entusiasmo e conoscenza. L'Italia ha un pubblico diverso rispetto a quello di altri Paesi: se si arriva a mettere un programma culturale o scientifico in prima serata di sabato è perché gli italiani sono diversi. In Italia cultura e scienza vengono proposti in tv, in orari in cui negli altri Paesi non ci sono», spiega Angela, che è autore e conduttore di programmi televisivi di straordinaria popolarità e successo. Titoli apprezzati da pubblico e critica fra cui «Ulisse», «Meraviglie», «Passaggio a Nord Ovest», «Superquark». «Non bisogna usare la cultura per fare spettacolo ma lo spettacolo per fare cultura» ha detto Angela facendo riferimento all'utilizzo del 4K nei suoi programmi.



#### IL PROFILO

### Il web ai piedi del divulgatore

Nato a Parigi, classe '62, laureato in Scienze naturali, dopo una lunga attività di scavi e ricerche in Africa e in Asia e corsi di specializzazione nelle università degli Stati Uniti, si è dedicato a tempo pieno alla divulgazione in tv. Ha scritto inoltre moltissimi libri, alcuni insieme al padre Piero. Fra i suoi ultimi lavori, tutti bestseller, ricordiamo «Una giornata nell'antica Roma» (2007), «Impero» (2010), «Amore e sesso nell'antica Roma» (2012), «Viaggio nella Cappella Sistina» (2013), «I Bronzi di Riace» (2014) e «I tre giorni di Pompei» (2014). Molti dei suoi libri sono stati tradotti in diversi Paesi del mondo. Alberto Angela è però anche una star del web: i suoi programmi incantano puntualmente il pubblico social. Per l'amato divulgatore è stato coniato l'hashtag #angelers, che riunisce tutti i suoi fan, senza dimenticare le numerose pagine Facebook a lui dedicate come «Rimanere a casa il sabato sera per guardare Ulisse con Alberto Angela». Due anni fa è nato un fan club sempre su Facebook, «Angelers - Fan di Alberto Angela», che conta più di 23.000 iscritti.

### Il servizio continua online



Avvicina il cellulare al QR Code per altri contenuti



# l'evento

**SUCCESSI** La nostra squadra si è aggiudicata l'Azzurri Partner Cup, giocata sui campi di Coverciano dove si allena la Nazionale. La finale al cardiopalma è stata vinta ai rigori. Ma soprattutto è stata decisiva quell'unità di gruppo che si ritrova nella filosofia dell'azienda



## Trionfo azzurro per Poste Italiane nel tempio del calcio

**S**erietà, spirito di sacrificio, gioco di squadra, determinazione e rispetto. I valori di una grande azienda coincidono con quelli del calcio e dello sport in generale. E quando tutti questi valori sono presenti, il risultato non può che essere un successo. La squadra di Poste Italiane si è aggiudicata lo scorso 22 settembre a Coverciano la Azzurri Partner Cup, torneo di calcio a sette organizzato dalla FIGC a cui hanno preso parte 12 squadre degli sponsor della Nazionale. Un successo che ci riempie d'orgoglio, confermando (come aveva detto il responsabile Corporate Affairs Giuseppe Lasco prima della partenza della squadra) i valori dell'azienda e la sua forte vocazione territoriale. La squadra di Poste Italiane (allenata da Angelo Coretti e Silvia Pietraforte e composta da Luca Fava, Giorgio Gianferro, Paolo Cutroni, Gianluca Mosconi, Santo Alessio Lupo, Marco Strabioli, Daniele Gregori, Lorenzo Menestò, Marco Zimmaro - 11 reti per lui - e Nicola Scarlatella) ha chiuso a punteggio pieno la fase a gironi che si è svolta nella giornata di Coverciano. Un percorso netto, segnato dalle vittorie contro Lete (6-1), Costa d'Oro (5-1) e Corriere dello Sport (7-1). In semifinale ha avuto ragione della delegazione di Puma per 8-5; a seguire, i brividi della finale e dei rigori: è l'allenatore Angelo Coretti a far rivivere l'emozione: «Andando avanti nel percorso del torneo capivo che avevamo la possibilità di vincerlo. La finale con la Fiat è stata una battaglia, sportivamente parlando. Loro avevano vinto lo scorso anno e sono anche passati in vantaggio con un grande gol. Non abbiamo mai mollato, abbiamo pareggiato con una rete di Lorenzo Menestò e alla fine ce l'abbiamo fatta, grazie anche al nostro portiere Luca Fava,

che ha parato due tiri dal dischetto (5-3 il risultato finale, ndr)». Entusiasmo al momento della premiazione, avvenuta per mano del tecnico della Nazionale maschile under 15, Patrizia Panico. Per il nostro Luca Fava anche la soddisfazione di essere stato il miglior portiere della manifestazione. (M.L.)



### Angelo Coretti - Allenatore

«**O**rganizzare una squadra e preparare il torneo è stato impegnativo, ma grazie alla disponibilità dei ragazzi, che sono stati encomiabili, siamo riusciti a compiere un'impresa. Si trattava di un gruppo praticamente nuovo, che si è incontrato solo pochi giorni prima del torneo. Ho pensato di far leva proprio sul motto della nostra azienda: fare squadra. Ci siamo riusciti fin da subito ed è stato un elemento decisivo»

### Silvia Pietraforte - Allenatore

«**E**mozionante! Questa è la parola giusta, un motivo di orgoglio per tutti, perché abbiamo rappresentato l'azienda in un evento unico nel suo genere. Ho seguito i ragazzi nella fase tecnica e tattica insieme ad Angelo, ma i protagonisti sono stati loro: dei veri professionisti, dediti allo sport e al fare gruppo. E quando l'obiettivo è comune tutto è più semplice»



### Luca Fava - Portiere

«**T**antissima soddisfazione, soprattutto per aver rappresentato la nostra azienda, di cui tutti noi andiamo veramente fieri. Poi ho avuto la gioia personale del premio individuale come miglior portiere. Ma viene sicuramente prima la squadra. Abbiamo passato tre giorni insieme, ci siamo trovati bene e condividere la vittoria è stato un premio che ci ha ripagato di ogni sforzo»

### Alessio Lupo - Difensore

«**S**ono stati giorni meravigliosi, l'ho raccontato ai miei genitori e agli amici: è stato come vivere nel paese dei balocchi. E la cosa più bella, poi, è stata andare a vincere: ci porteremo a vita dentro questa esperienza. Il nostro punto di forza è stato lo spirito di squadra, abbiamo fatto gruppo in pochissimo tempo. Eravamo veramente una famiglia e questo si è visto in campo»

### Marco Zimmaro - Attaccante

«**A**bbiamo giocato sui campi dove è stata fatta la storia del calcio. E già quella è stata un'emozione incredibile. Se poi ci metti che abbiamo avuto l'opportunità di far parte di questa squadra, insieme agli altri colleghi, si capisce perché abbiamo dato il massimo. Il giorno dopo la vittoria i nostri telefonini erano bollenti per le congratulazioni che ci sono arrivate dai colleghi...»

**i protagonisti**



# formazione

**MEETING** Avviato a Salerno, Milano e Roma il percorso a “cascata” che prevede workshop e incontri destinati alla rete degli addetti all’intermediazione finanziaria e assicurativa, compresi i circa 7.000 specialisti operanti nei 12.800 Uffici postali presenti sul territorio e altre figure di Front End: fra le sfide cruciali la costruzione di relazioni durature e trasparenti con i clienti, sulla scorta delle Direttive europee

## Una squadra di consulenti per giocare a tutto campo



«C

on questo nuovo approccio il cliente viene posto sempre più al centro»: Francesco Della Sala, specialista consulente mobile della filiale di Cagliari, sarà uno dei 15.000 protagonisti del cambiamento che Poste Italiane sta imprimendo all’attività di consulenza, attraverso un piano formativo rivolto all’intera filiera gestionale e commerciale di Mercato Privati. Referenti di comparto investimento-assicurativo, specialisti consulenti mobili, referenti commerciali di comparto degli Uffici postali con sala, responsabili commerciali e direttori di filiale: ognuno giocherà nel suo ruolo, per far sì che la squadra di Poste sia pronta a vincere la sfida dell’innovazione. Una squadra che si è “radunata” in tre meeting a Salerno, Milano e Roma che hanno dato il via a un percorso formativo a “cascata”, attraverso successivi workshop e incontri destinati alla rete degli addetti all’intermediazione finanziaria e assicurativa, compresi i circa 7.000 specialisti consulenti finanziari operanti nei 12.800 Uffici postali presenti sul territorio e le altre figure di Front End interessate. Per parlare con una voce sola, per far diventare il cambiamento un fatto ordinario, una pratica quotidiana sui territori, com’è negli auspici e negli obiettivi indicati dai vertici dell’azienda più capillare d’Italia. I quali, per i medesimi motivi, stanno puntando su un percorso formativo dal vivo, costruito sul confronto e sullo scambio diretto di esperienze e opinioni: altro che la freddezza di una conference call! Perché il fattore umano e relazionale è uno dei pilastri del nuovo approccio alla consulenza, che dovrà essere sempre più completa e

aderente ai bisogni reali dei clienti, costruendo relazioni durature e trasparenti con loro, sulla scorta anche dei principi contenuti nelle Direttive europee Mifid II e Idd. Una sfida cruciale - nell’ottica del piano strategico Deliver 2022 - che in un mercato sempre più volatile e in continua evoluzione mira a rendere Poste Italiane un attore sempre più protagonista nei mercati finanziari, che sia non solo in grado di gestire il risparmio degli italiani ma di offrire una relazione consulenziale evoluta e articolata. Con tre obiettivi principali: acquisire nuovi clienti con un’offerta sempre più attrattiva; gestirli in modo trasparente e all’altezza delle aspettative; difendere un rapporto privilegiato con loro nel tempo. Affrontando le sfide del futuro senza paura del cambiamento e facendo leva sugli asset storici di Poste, come la reputazione più elevata rispetto al mondo bancario tradizionale. Per vincere queste sfide, ogni giocatore della squadra di Poste sarà fondamentale. Dai consulenti mobili ai responsabili commerciali e direttori di filiale: a questi ultimi spetta il compito di organizzare e pianificare l’attività degli specialisti. «Dalla filiale saremo sempre più una regia: nella nuova normativa vedo una forte opportunità per realizzare una consulenza guidata a 360 gradi» spiega Pamela Quagliotti, responsabile commerciale della filiale Firenze 1. Gabriele Lanzidei, direttore di filiale di Ravenna, mette in luce che «il nuovo approccio, sempre più basato sull’attenzione alle esigenze del cliente, valorizza le caratteristiche che distinguono Poste». Perché cambiare non significa snaturarsi, ma migliorare se stessi per stare al passo di un mondo che non sta mai fermo. E Poste Italiane non ha alcuna intenzione di fermarsi. (A.L.)

S

iamo a Gussago, cittadina nella terra di Franciacorta, in provincia di Brescia, dove vivono meno di 17.000 abitanti eppure insieme a un vino d’eccellenza sono in fermento tante attività.

A colpo d’occhio, Gussago si mostra adagiata su una distesa di verde e di vigne e immersa in scenari suggestivi grazie al gioco tra gli antichi sentieri e le numerose alture. Si erge sul colle Barbisone un dismesso convento domenicano che, dotato di torri e merlature, domina la città come un castello delle favole. E proprio qui a Gussago abbiamo anche scoperto un altro baluardo della protezione: c’è Beatrice, che si è affidata ai servizi assicurativi di Poste italiane, scegliendo tutta l’offerta di protezione per far fronte agli imprevisti e difendere la propria serenità e quella della sua famiglia. Proteggere la casa prima di tutto, contare sulla serenità di spostarsi in auto sapendo che se capita di restare in panne ci sarà un’assistenza, sapere di poter far fronte a spese mediche ed eventuali interventi, tutelarsi in caso di danni a terzi involontariamente provocati. Tante soluzioni, scelte una alla volta insieme ai consulenti dell’Ufficio postale, per proteggere il proprio patrimonio da imprevisti che possano metterlo a rischio. È il record italiano della protezione. Del resto, quando si vive in un posto così, è ancora più forte il desiderio di proteggere la serenità.

DI LUISA SAGRIPANTI

## Il distillato di protezione

«Et però credo che molta felicità sia agli uomini che nascono dove si trovano i vini buoni», scriveva Leonardo da Vinci. Prosit, dunque! Il brindisi è d’obbligo e idealmente lo facciamo tutti insieme, perché in tutta Italia si producono ottimi vini: ci auguriamo quindi che sia un suggerimento per tutti quello di assicurare la propria serenità.



la storia ■



## vintage

**GRANDE SCHERMO** Con gli ultimi annulli presentati al Festival di Venezia il mese scorso, prosegue il viaggio filatelico e il racconto della storia della cultura italiana



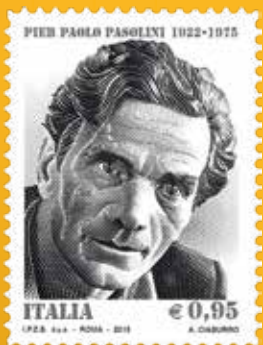
I 70 anni degli Studi di Cinecittà furono festeggiati così, il 28 aprile 2007



Il 7 marzo 2008 Poste Italiane celebrò il centenario della nascita dell'attrice romana Anna Magnani



Una delle emissioni del 29 agosto 1995 nell'anno del centenario del cinema



Emesso il 2 novembre del 2015 in occasione del 40° anniversario della morte di Pier Paolo Pasolini



L'emissione presentata a Venezia a settembre che celebra i registi: Monicelli, Damiani e Leone

## Pellicola e francobolli per celebrare il cinema italiano

**N**ei primi giorni di settembre, durante la 75esima edizione del Festival del Lido, conclusa con la vittoria di "Roma" di Alfonso Cuarón, a Venezia sono stati presentati tre nuovi francobolli. Mai contesto sarebbe potuto essere più adatto, perché raffigurano tre fotogrammi di altrettante pellicole celebri del cinema italiano: "Il giorno della Civetta", "I soliti ignoti" e "C'era una volta il West". Con indicazione tariffaria B, corrispondente alla posta ordinaria, ricalcano bozzetti disegnati da Gaetano Ieluzzo. Gli annulli, dal primo giorno di emissione, sono già in esposizione allo Spazio Filatelia della città lagunare; i francobolli e i prodotti filatelici correlati, cartoline, tessere e bollettino illustrativo, possono invece essere acquistati presso gli Uffici postali con sportello filatelico, gli "Spazio Filatelia" di Firenze, Genova, Milano, Napoli, Roma, Roma 1, Torino, Trieste, Venezia, Verona e sul sito poste.it.

Queste tre emissioni sono solo l'ultimo "episodio" di una "saga" che va avanti da tempo con Poste Italiane che rende omaggio al cinema nostrano con francobolli che appaiono come delle piccole opere d'arte. Ventitré anni fa, ad esempio, fu la volta delle celebrazioni del centenario della settima arte in Italia, proponendo le locandine di capolavori come "Le notti di Cabiria" e "Il figlio dello sceicco" nei bozzetti di Rita Morena. Da ricordare anche "Scusate il ritardo", "Amici miei" e "Mamma Roma" nella serie "Scene da film del cinema italiano". Spazio alla corrente del Neorealismo, con immagini di "Umberto D." e "Miracolo a Milano". Tanti gli anniversari "trasformati" in francobollo: l'Anno felliniano, il centenario della nascita di Luchino Visconti e di Anna Magnani, i 40 anni della morte di Pier Paolo Pasolini e i 70 anni di Cinecittà. La "saga" non è certo finita con la serie presentata a Venezia e ci saranno altri momenti speciali del cinema italiano da celebrare attraverso questa autentica arte in miniatura.

## pillole filateliche

### SANT'EGIDIO NELLA SERIE "IL SENSO CIVICO"

Per la serie tematica "Il Senso civico" il ministero dello Sviluppo Economico ha dedicato alla Comunità di Sant'Egidio, nel cinquantenario della fondazione, un francobollo relativo al valore della tariffa B. La vignetta raffigura silhouette di uomini e donne che si tengono per mano in segno di solidarietà. Al centro, in alto, è riprodotto il logo del 50° anniversario della fondazione della Comunità di Sant'Egidio che si staglia su un puzzle in composizione. Bozzettista del francobollo, che ha una tiratura di 800mila esemplari, è Claudia Giusto. Il francobollo è stampato dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A., in rotocalcografia, su carta bianca, patinata neutra, autoadesiva, non fluorescente. Completano il francobollo la leggenda "Comunità di Sant'Egidio", la scritta "Italia" e l'indicazione tariffaria "B". Il francobollo e i prodotti filatelici correlati possono essere acquistati presso gli Uffici Postali abilitati, gli "Spazio Filatelia" di Firenze, Genova, Milano, Napoli, Roma, Roma 1, Torino, Trieste, Venezia, Verona e sul sito poste.it.





# dal mondo

**LA STORIA** Fare il portalettere a un passo dal Polo Nord:

«A Natale viviamo in un'atmosfera magica e, anche se si scrive sempre meno, in quel periodo si inviano molti biglietti di auguri: camminare nelle strade innevate è quasi poetico»



In queste foto, Stefano Frosi all'opera a Oslo, dove da 12 anni è portalettere, e alcuni splendidi scorci del paese scandinavo



## Lettere dal freddo. Dall'Italia per amore

Stefano Frosi, emigrato 18 anni fa per questioni di cuore, è dipendente del servizio postale norvegese dal 2002: «La natura e il gelo sono la cornice delle mie giornate»

**A** Roma faceva l'attore e chissà se ha mai interpretato il ruolo del postino. Trasferitosi a Oslo, però, ha smesso di recitare e il portalettere lo fa sul serio. Stefano Frosi, classe 1956, è innamorato della Norvegia e del suo lavoro, consapevole di consegnare non solo messaggi ma frammenti di vita. Un "portatore" di notizie che ogni mattina si sveglia nella fredda Oslo, indossa la divisa rossa e viaggia insieme alla sua posta fino alla destinazione finale. Stefano ha rivoluzionato la sua vita 18 anni fa, quando per amore decise di abbandonare il mondo del cabaret romano e di trasferirsi in Norvegia. «La mia è la generazione del posto fisso – racconta – e oggi qui faccio quello che i miei genitori consideravano un lavoro sicuro». Alle Poste norvegesi ci lavora da 12 anni: un esperto della corrispondenza che consegna e smista dai 500 ai 3.000 pezzi ogni giorno. E le emozioni da raccontare non mancano di certo. Come per esempio a Natale, quando in Norvegia c'è «un'atmosfera magica e anche se si scrive sempre meno, in quel periodo si inviano molti biglietti di auguri – continua Stefano - È una tradizione ancora molto forte». La maggior parte delle lettere da consegnare, però, è posta ordinaria che Stefano organizza con attenzione ogni mattina, prima di mettere in moto la sua macchina elettrica e recarsi nelle case dei norvegesi. «La posta che arriva viene "sorteggiata" e riposta di fronte all'auto di ogni impiegato – spiega il postino italiano - Io la sistemo in macchina in base al tragitto che devo

fare e parto con la distribuzione. La maggior parte di noi ha un'unica strada, che così impara a conoscere, per garantire di finire nei tempi giusti». Stefano non ha la classica borsa da postino, ma un marsupio aperto che lega intorno al busto: «Qui organizzo la posta in tre posizioni diverse. Le lettere più piccole davanti, seguite dalla posta più grande e infine la pubblicità. Quando scendo dalla macchina, consegno lettere ad almeno tre portoni prima di tornare indietro per "ricaricare" la posta nel marsupio e spostarmi di nuovo. Anche se ho l'auto, percorro circa 8-9 chilometri a piedi ogni giorno; è l'aspetto che amo di più del mio lavoro, mi fa stare bene». E se nell'immaginario comune il postino suona sempre due volte, nella realtà norvegese Stefano non preme mai il campanello dei suoi clienti. «Qui non ci sono raccomandate da far firmare e non c'è motivo di salire al piano – prosegue - In realtà ho brevi contatti con le persone, posso passare anche un intero turno e non incontrare nessuno». Consegnare la posta a Oslo si delinea più come un grande viaggio paesaggistico e non è facile scegliere tra i tanti scorci "dipinti" da Stefano nei suoi tragitti. Dalle lettere ghiacciate nel bel mezzo di una tempesta di neve («Non soffro tanto le basse temperature ma devo ammettere che fa freschetto», scherza) agli incontri con daini e scoiattoli mentre porta la posta alle case nel bosco. «Questo è un altro aspetto che amo del mio lavoro – rivela Stefano -. Anche se ormai non ci faccio più caso, a volte mi fermo a pensare in che posto magnifico vivo». (S.P.)





# GRANDI STORIE, PICCOLO SPAZIO.

## filatelia

Una storia si può raccontare con un libro, un film, una canzone, una serie tv. Ma quando è davvero grande basta un francobollo. Come quella custodita nella serie tematica sulle “Eccellenze italiane dello spettacolo” dedicata al grande cinema italiano.

Per acquistare i francobolli e tutti gli altri prodotti filatelici vai su **poste.it**. Diventa anche tu collezionista di grandi storie.

**Posteitaliane**

