

il giornale del Gruppo Poste Italiane

Illustrazione di Manolo Fucecchi



## I MILLE TALENTI DI POSTE

Ogni anno l'Azienda mette in campo un programma per valorizzare e far crescere i dipendenti: ecco il racconto di come sono cambiati il loro percorso, le loro aspettative e il loro ruolo

IN QUESTO NUMERO 1.200 COLLEGHI COINVOLTI

Giovanissima mamma e in carriera: la storia di Benedetta



L'ex teatro storico di Parma ora è un ufficio postale



Avellino, capitale italiana del risparmio



In viaggio per incontrare tutta l'Italia di Poste



## La vision dell'Azienda

# «Crescita e valorizzazione dei talenti il capitale umano è il nostro pilastro»

Nelle parole dell'Amministratore Delegato Matteo Del Fante e del Direttore Generale Giuseppe Lasco l'importanza della formazione, l'investimento sui giovani e l'attenzione alle persone, vero fulcro del piano industriale The Connecting Platform

La valorizzazione dei talenti, l'investimento nei giovani, la crescita del capitale umano e l'attenzione alle persone sono al centro della strategia di Poste Italiane e di ogni azienda proiettata verso il futuro. Come evidenziato in più occasioni dall'Amministratore Delegato Matteo Del Fante ciò che determina il successo di un'azienda è una cultura capace di esprimere valori condivisi. «L'impresa - sono le parole dell'Ad - emerge come una comunità di persone, che sono la risorsa più preziosa per una sostenibilità di lungo periodo di tutte le nostre comunità». Coltivando la loro crescita «si crea quel valore condiviso che dà origine all'innovazione e a una maggiore produttività». In tale contesto, secondo Del Fante, «l'autorità

si esercita con spirito di servizio a favore dello sviluppo e della crescita integrale delle persone e dell'espressione dei loro talenti, persona per persona». Un pensiero fortemente condiviso con il Direttore Generale di Poste Italiane Giuseppe Lasco: «Nell'era digitale vincono le aziende che possono contare sul patrimonio di conoscenze più ricco». «La valorizzazione del capitale umano - sono le parole di Lasco - è uno dei pilastri del nuovo Piano industriale e delle strategie di sviluppo. Inoltre, politiche di selezione del personale hanno ringiovanito l'età media dei dipendenti e favorito l'ingresso di saperi nuovi e approfonditi il cui contributo sarà importante per affrontare le sfide future».



L'Amministratore Delegato Matteo Del Fante

Impegno, Intraprendenza, Impatto, Innovazione, Insieme: i principi attraverso i quali affrontare le sfide future

## Il nuovo Modello di Leadership passa per le "5 I"

Un nuovo Modello di Leadership figlio di un'evoluzione culturale e rivolto a tutti i 120mila dipendenti di Poste Italiane, per traghettare con successo il piano industriale "The Connecting Platform" in un momento di grande trasformazione. Un'iniziativa che punta a promuovere una cultura aziendale capace di valorizzare le persone e di generare valore condiviso per tutti gli stakeholder. Il percorso che ha portato alla definizione del modello nasce da un piano di ascolto diffuso, che ha visto il coinvolgimento in interviste e focus group di un campione rappresentativo di dipendenti e di manager; ciò ha permesso di raccogliere esperienze e aspettative, così da costruire un modello di ispirazione e aspirazione per tutte le persone del Gruppo.

### Una proposta di valore

Come evidenziato dalla Responsabile Risorse Umane e Organizzazione Tiziana Morandi nell'intervista al TG Poste dello scorso 23 settembre «il Modello di Leadership è lo strumento che ci aiuta in ogni momento della nostra vita, non è solo un tema dei Responsabili, ma è un tema di tutti. E noi l'abbiamo voluto proprio ridisegnare in quest'ottica». Il nuovo Modello di Leadership si declina nelle cosiddette "5 I", i 5 principi attraverso i quali creare valore e affrontare le sfide future. L'im-

**pegno** quotidiano nel fare le cose bene, con responsabilità verso i clienti, i colleghi e valorizzando le persone, l'**intraprendenza** nell'attivarsi in prima persona, con coraggio, per trovare soluzioni e far succedere le cose, l'**impatto** concreto delle azioni nel generare valore condiviso, avendo sempre in mente il fine del nostro lavoro, l'**innovazione** intesa come desiderio di migliorarsi, di sperimentare, di essere aperti al cambiamento e di esserne promotori e, infine, la capacità di lavorare **insieme** condividendo con generosità competenze e risorse per costruire sinergie come azienda piattaforma. Con questo modello, dunque, Poste Italiane conferma la volontà di rafforzare il proprio ruolo di azienda innovativa e inclusiva, capace non solo di guidare l'evoluzione interna, ma anche di accompagnare le trasformazioni del settore e contribuire allo sviluppo sostenibile del Paese. La diffusione del Modello di Leadership è già iniziata e continuerà nei prossimi mesi, con specifici momenti di approfondimento e formazione, che coinvolgeranno tutte le persone del Gruppo.



### Milano Finanza

## La carica degli 8.700 consulenti finanziari di Poste

I consulenti di Poste conquistano le prime pagine. In un articolo del 26 agosto scorso, dal titolo "Poste spinge sul risparmio", Milano Finanza mette in evidenza la crescita dei professionisti finanziari per servire meglio chi ha più di 100mila euro evidenziando come il Ceo Matteo Del Fante abbia rivisto il modello distributivo inserendo professionisti finanziari per servire meglio chi ha più di 100 mila euro: «Il piano di Poste - sottolinea l'articolo - prevede di arrivare, entro il 2028, a un totale di 4mila consulenti dedicati ai clienti con oltre 100mila euro, oltre ad altri 4.700 consulenti per i clienti che hanno disponibilità minori per un totale quindi di 8.700 consulenti. Un traguardo che sembra a portata di mano considerando che già oggi nel Gruppo si contano 8.100 consulenti e il reclutamento sul mercato sta proseguendo con nuovi annunci pubblicati anche in queste settimane».



# Postenews

il giornale del Gruppo Poste Italiane



CONSULTA  
L'ARCHIVIO  
DIGITALE DI  
POSTENEWS

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

COME NASCE  
POSTENEWS

DIRETTORE EDITORIALE  
GIUSEPPE LASCO

DIRETTORE COMUNICAZIONE  
PAOLO IAMMATTEO

DIRETTORE RESPONSABILE  
GIUSEPPE CAPORALE

REDAZIONE  
RICCARDO PAOLO BABBI  
MARIANGELA BRUNO  
MANUELA DEMARCO

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

GRAFICA ED EDITING  
AGENZIA  
GIORNALISTICA  
9COLONNE

CREDITI IMMAGINI  
ARCHIVIO STORICO

DI POSTE ITALIANE  
9COLONNE  
ANSA  
ISTOCK

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



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

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

CHIUSO IN REDAZIONE  
IL 9 OTTOBRE 2025

Posteitaliane

PREMIUM LOGISTICS PARTNER



Il servizio continua a ridurre il divario tra le aree urbane e i territori meno serviti

# Tagliato il traguardo dei 100.000 passaporti Il dg Lasco: «Con Polis la vita è più semplice»

Il record è stato raggiunto a Pescara, dopo poco più di un anno dall'avvio del servizio, disponibile in oltre 2.700 uffici postali tra Comuni con meno di 15mila abitanti e grandi città. «Poste prosegue il suo percorso di innovazione e di vicinanza alle comunità»

Poste Italiane ha tagliato il traguardo dei 100mila passaporti erogati dopo poco più di un anno dall'avvio del servizio. Il numero record è stato raggiunto in Abruzzo, con il documento rilasciato dall'ufficio postale "Pescara 6" del capoluogo adriatico. Il servizio di rilascio e rinnovo dei passaporti negli uffici postali è partito, a marzo dello scorso anno, a seguito di una convenzione firmata tra Poste italiane, Ministero dell'Interno e Ministero delle imprese e del made in Italy. Dopo una prima fase di avvio nei Comuni con meno di 15 mila abitanti, inclusi nel progetto Polis, il servizio è stato esteso ai grandi centri urbani.

## Il passaporto negli uffici postali

Attualmente è possibile richiedere il passaporto in 2.305 uffici postali Polis e in 415 uffici postali di grandi città, come Bologna, Verona, Roma, Cagliari, Vicenza, Monza, Venezia, Perugia, Reggio Emilia, Ferrara, Milano, Napoli e Pescara. L'ampliamento del servizio continuerà progressivamente fino a coprire l'intera rete nazionale. Oltre a semplificare i passaggi burocratici, il servizio riduce il divario tra le aree urbane e i territori meno serviti, portando un contributo rilevante agli abitanti delle località più isolate d'Italia. Ne è un esempio Terranova di Pollino, in provincia di Potenza, dove i cittadini erano costretti a percorrere fino a 150 chilometri per ottenere il passaporto. Grazie alla capillarità della rete di Poste Italiane, inoltre, il servizio di rilascio e rinnovo passaporti ha consentito di ridurre i tempi di attesa per i cittadini e di fornire supporto al lavoro della Polizia di Stato.

## L'ufficio postale Polis in cui sono stati rilasciati più passaporti è quello di San Pietro in Casale

### Le parole del DG Lasco

«Aver raggiunto il traguardo dei 100 mila passaporti in poco più di un anno dimostra il valore inclusivo e sociale del servizio erogato da Poste Italiane in collaborazione con le istituzioni - ha commentato Giuseppe Lasco, Direttore Generale di Poste Italiane -. Mettiamo a disposizione dei cittadini un servizio importante che nei prossimi mesi sarà ulteriormente esteso e reso ancora più capillare su tutto il territorio. Poste Italiane prosegue nel suo percorso di innovazione e di vicinanza alle comunità, confermando il suo ruolo strategico per il Paese per contribuire a rendere più semplice la vita dei cittadini». «Siamo molto orgogliosi: pensare qualche anno fa che



nei piccoli comuni venissero erogati servizi come il passaporto era un'utopia solo pensarlo. Oggi è realtà» ha concluso Lasco al TG Poste.

### I numeri dell'iniziativa

Il successo dell'iniziativa è confermato dai numeri: oltre 77mila le richieste di rilascio o rinnovo del passaporto presso i 2.305 uffici Polis attivi nei Comuni con meno di 15.000 abitanti; oltre 30mila negli altri 415 uffici postali presenti nei grandi centri urbani. Tra i Comuni con meno di 15mila abitanti che fanno parte del progetto Polis, spiccano per numeri di richieste quelli della provincia di Verona con oltre 9.000 passaporti erogati; seguiti da quelli in provincia di Vicenza con oltre 8.800; in provincia di Monza con circa 5.700 passaporti erogati e in provincia di Bologna con oltre 5.300 documenti rilasciati. L'ufficio postale Polis in cui sono stati rilasciati più passaporti è quello di San Pietro in Casale, in provincia di Bologna, che con 12.701 abitanti ha erogato complessivamente 560 passaporti. I lavori Polis sono stati ultimati a novembre 2023. Il Comune più piccolo in cui sono stati erogati i passaporti è Carapelle Calvisio, provincia dell'Aquila, che ha appena 78 abitanti.

### Il rilascio dei passaporti

Ottenere il rilascio o il rinnovo del passaporto è un'operazione estremamente semplice. Basterà consegnare all'ufficio postale un documento di identità valido, il codice fiscale, due fotografie, pagare in ufficio il bollettino per il passaporto ordinario della

somma di 42,50 euro e una marca da bollo da 73,50 euro. In caso di rinnovo bisognerà consegnare anche il vecchio passaporto o la copia della denuncia di smarrimento o furto del vecchio documento. Grazie alla piattaforma tecnologica in dotazione agli uffici postali abilitati, sarà l'operatore a raccogliere le informazioni e i dati biometrici del cittadino (impronte digitali e foto) inviando poi la documentazione all'ufficio di Polizia di riferimento. Per richiedere il rilascio del passaporto negli uffici postali delle grandi città è necessaria la prenotazione che si può fare registrandosi al sito di Poste Italiane. Il nuovo passaporto potrà essere consegnato da Poste Italiane direttamente a domicilio. Quest'ultima è l'opzione preferita dai cittadini dei piccoli centri che ne hanno fatto richiesta nel 79% dei casi. Nelle grandi città, invece, la richiesta di consegna a domicilio è pari al 33% del totale.

### L'accordo

## Poste e Leonardo: intesa su tecnologie per la logistica



Il DG di Poste Italiane, Giuseppe Lasco insieme al Condirettore Generale di Leonardo, Carlo Gualdoni

Poste Italiane e Leonardo hanno firmato un MoU per la realizzazione di soluzioni sicure ed innovative nei servizi logistici di immagazzinamento e di smistamento automatizzato basate sulle tecnologie del Cloud Computing e dell'Intelligenza artificiale. Il Direttore Generale di Poste Italiane, Giuseppe Lasco, e il Condirettore Generale di Leonardo, Carlo Gualdoni, hanno espresso «massima soddisfazione per l'intesa raggiunta auspicando un percorso di collaborazione sinergica che, grazie alle tecnologie di Leonardo, possa rendere i servizi di Poste Italiane ancor più sicuri e avanzati». Nel perimetro dell'accordo rientrano lo sviluppo di soluzioni innovative di logistica e infologistica, soluzioni di Physical e Cyber security per la protezione delle persone, degli asset e delle piattaforme, nonché l'individuazione di aree di cooperazione su programmi strategici nazionali e internazionali. Le due società avranno modo di collaborare, infine, su soluzioni di welfare aziendale e su servizi banking, assicurativi, finanziari per tutti i dipendenti coinvolti oltre che per le società dei reciproci Gruppi.

**77mila**  
richieste  
in 2.305  
uffici Polis

**30mila**  
richieste  
in 415  
uffici postali  
città

Verona 9.000 passaporti  
Vicenza 8.800 passaporti  
Monza 5.700 passaporti  
Bologna 5.300 passaporti

San Pietro  
in Casale (Bo)  
**12.701** abitanti  
**560** passaporti

Il percorso dedicato ai talenti favorisce lo sviluppo delle potenzialità tramite il confronto

# Qui crescono i leader del futuro alla scoperta del Blooming Program

I partecipanti rappresentano la leva del cambiamento e di una nuova visione a tutti i livelli di Poste Italiane

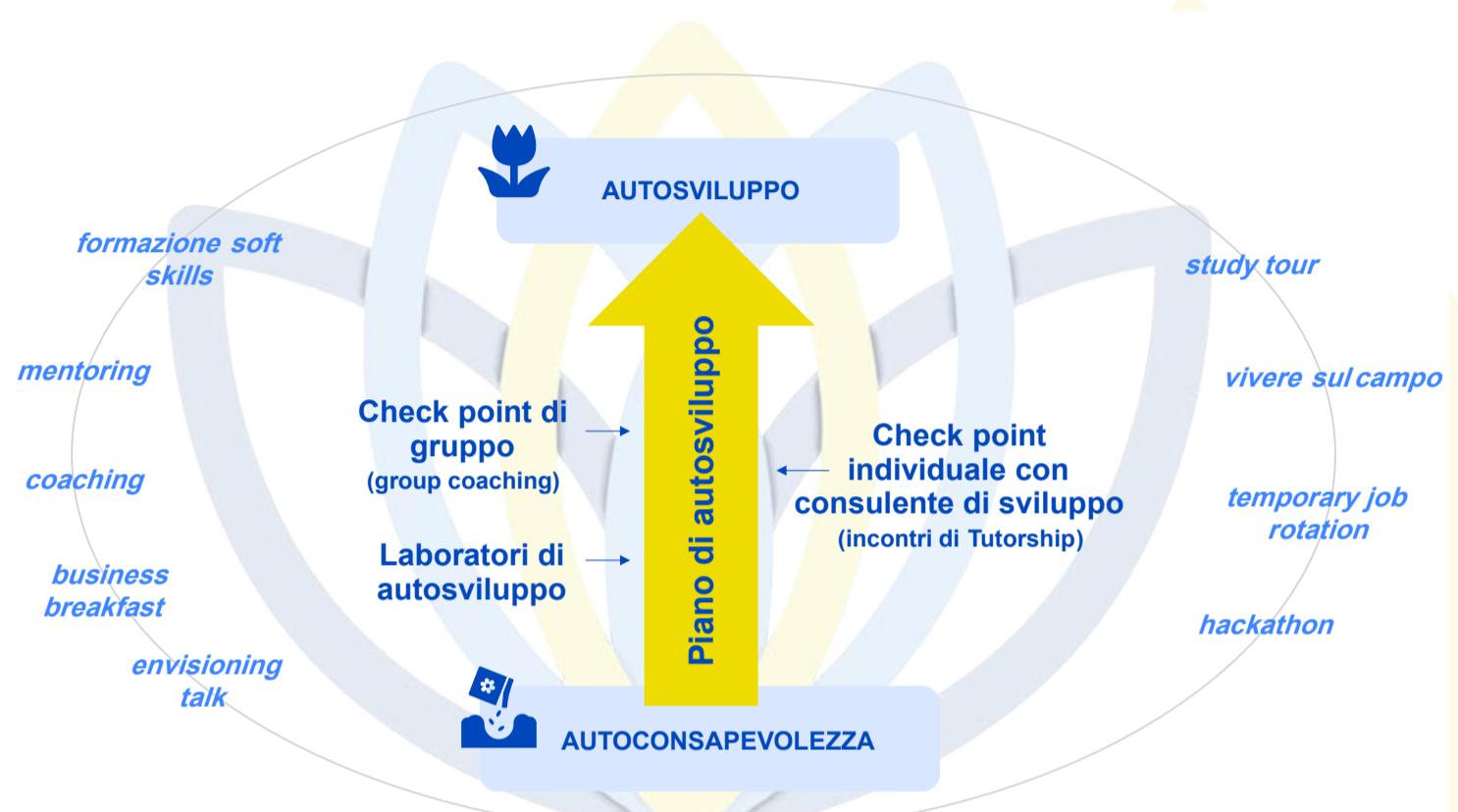
Il talento viene spesso percepito come rara qualità riservata a pochi eletti. In realtà, il talento è presente in tutti noi e può manifestarsi in modi diversi ma sempre preziosi, perché ogni persona possiede un insieme unico di capacità, esperienze e intuizioni. Individuare un talento non significa quindi cercare "il migliore" ma "il meglio" di ciascun individuo. Significa guardare oltre i ruoli e i titoli, significa osservare la passione, la proattività, la motivazione.

## Crescita e autosviluppo

Con questo spirito è nato il "Blooming Program", un percorso strutturato e multidimensionale dedicato ai talenti della nostra organizzazione, per favorire la loro crescita e il loro autosviluppo. L'obiettivo è chiaro: individuare e valorizzare il talento, alimentare l'ambizione positiva, preparare i leader di domani. Attraverso un programma articolato e coinvolgente organizzato dal Talent Management, i partecipanti vengono accompagnati in un viaggio di crescita personale e professionale che si sviluppa nel corso di un anno, attraverso iniziative customizzate e personalizzate.

## Le iniziative

Si tratta di iniziative di più tipi che sono innanzitutto "relationship based", costruire legami forti significa sentirsi valorizzati, trovare ispirazione e coraggio per crescere. L'opportunità di ampliare il networking attraverso relazioni autentiche e significa-



tive con colleghi, mentor e leader, favorisce uno scambio di esperienze, idee e visioni che arricchisce e dà spessore. Altre iniziative sono quelle "experience based": l'esperienza diretta e "l'imparare facendo" vengono messe al centro del percorso di crescita, offrendo opportunità concrete per mettersi in gioco, sperimentare, sbagliare e, quindi, imparare. Inoltre, sono iniziative "education based": i partecipanti dispongono di una offerta customizzata di occasioni formative, a supporto del loro consolidamento tecnico-professionale.

## Agenti di cambiamento

Un percorso, molte opportunità: il Blooming Program di Risorse Umane non è

**Non è solo un processo di valorizzazione delle persone ma anche della cultura aziendale**

solo un processo di valorizzazione delle persone, ma un investimento nella costruzione di una cultura aziendale in cui ciascuno possa esprimere al meglio i propri talenti ed il proprio potenziale per renderlo disponibile a tutta l'organizza-

zione. Già le prime edizioni, che hanno coinvolto oltre 1.000 persone e molte altre seguiranno, hanno favorito contaminazione e network tra colleghi di diverse funzioni e realtà territoriali, restituendo risultati positivi in termini di motivazione e crescita. I talenti coinvolti stanno diventando, infatti, veri agenti di cambiamento, portando nuove idee, energia e visione a tutti i livelli dell'organizzazione interpretando così il concetto di leadership diffusa determinante per il nostro futuro. Poste Italiane crede infatti fermamente che coltivare il talento di ciascuno significhi garantire all'azienda la possibilità di continuare a crescere, di innovare e di accompagnare il cambiamento.

## Coltivare i talenti per mantenere un vantaggio competitivo



di **Paolo Pagliaro**

Non sembra irrilevante se - ragionando sulla valorizzazione dei talenti - il primo pensiero va alla parola evangelica, dedicata alle capacità positive dell'uomo, ai doni di intelligenza, cuore, carattere che egli ha ricevuto. L'insegnamento è chiaro: quei doni, chiamati talenti, vanno fatti fruttare a vantaggio di tutti.

Duemila anni dopo, la valorizzazione delle capacità di ciascuno è diventata un elemento cruciale nell'economia globale. In un mercato caratterizzato da rapidità di cambiamento e innovazione costan-

te, chi riesce a riconoscere e sviluppare i propri talenti ha maggiori probabilità di mantenere un vantaggio competitivo. In un contesto in cui le competenze possono rapidamente diventare obsolete, le aziende che investono sulle persone e le loro attitudini migliorano resilienza e adattabilità. Spesso il talento viene visto come una capacità o una predisposizione naturale a eccellere in un particolare campo o attività, tuttavia esso non è solo innato; può anche riferirsi a competenze acquisite attraverso l'educazione e l'esperienza. I programmi di valorizzazione dei talenti nelle aziende mirano proprio a riconoscere e sviluppare queste abilità. Ci sono strumenti e pratiche diverse per raggiungere l'obiettivo. Le attività di

mentoring e coaching offrono la possibilità di apprendere da esperti all'interno dell'azienda, incrementando competenze e conoscenze. Il coaching, d'altra parte, aiuta a sviluppare abilità specifiche e a migliorare le performance. Nell'ambito dei percorsi di mentoring un'azienda come Poste Italiane persegue obiettivi strategici, ad esempio lo sviluppo della leadership femminile; grazie ad azioni di coinvolgimento mirate, nel 2024 la partecipazione delle donne alle iniziative in questo ambito è aumentata del 17%. Si chiamano Hackathon gli eventi nei quali i team collaborano intensamente per risolvere problemi o sviluppare nuove idee in un tempo limitato. Affrontando le sfide e ragionando fuori dagli sche-

mi. Ci sono poi le attività di formazione continua con corsi di aggiornamento, workshop, o accesso a piattaforme educative online. C'è un sistema di feedback costruttivo che aiuta le persone a comprendere le proprie aree di forza e di miglioramento. E ci sono, anche, alcuni errori da evitare. Come quello di imporre un modello standard di mentoring che non tenga conto delle diverse esigenze, esperienze e stili di apprendimento dei partecipanti. Il rischio è quello di sacrificare le diversità e di perdere per strada contributi e punti di vista che avrebbero potuto essere preziosi. Un altro errore, da parte del mentor, è quello di parlare troppo e ascoltare poco. Anche questa è una competenza che va allenata. •

**EDITORIALE**

## Si può fare e Poste lo fa

In una famiglia ci sono due donne. Una ha scelto di lavorare in Poste Italiane, l'altra di intraprendere un percorso diverso in un'altra azienda. Entrambe nel mondo del lavoro ottengono soddisfazioni. Poi arriva il desiderio - sacrosanto - di mettere su famiglia. Di avere dei figli. Qui la storia si complica. La donna che lavora in

Poste Italiane riesce a far valere i suoi meriti professionali, a fare carriera e crescere due figli. Tutto contemporaneamente. L'altra, dopo la gravidanza, vede la sua crescita fermarsi. Questa è una foto di oggi che ci arriva dall'Italia del Nord. E si aggiunge ad un'altra storia che trovate in questa pagina, quella di Benedetta. Entrambe le vi-

cende ci parlano. Ci dicono che si può fare. È possibile tenere insieme talento, carriera, famiglia e figli. E far crescere tutto insieme. Si può fare e Poste lo fa. La nostra azienda ha indicato la strada. Agli altri non resta che seguirla. E noi abbiamo un ennesimo motivo per essere fieri e orgogliosi.  
*(Giuseppe Caporale)*

La testimonianza della direttrice dell'ufficio postale di Fidenza

# Giovane, di talento, in carriera e con due figli: la storia di Benedetta «Così l'Azienda mi ha aiutato»

di **Carla Falconi**

Benedetta Chiusa è una giovane donna di trentatré anni e lavora in Poste Italiane. Ha avuto due figli, ha proseguito il suo percorso lavorativo ed è cresciuta fino a diventare direttrice dell'ufficio postale della sua città, Fidenza, quando Carolina e Gabriele erano ancora molto piccoli.

In un paese del nord Europa la sua sarebbe una storia normale, in Italia invece rappresenta qualcosa di speciale rispetto a quello che le indagini statistiche ci raccontano del nostro Paese: un livello di occupazione femminile tra i più bassi d'Europa (la percentuale secondo i dati Istat del 2024 è di circa il cinquantasette per cento contro la media Ue che è del settanta per cento), un tetto di cristallo che penalizza la loro carriera e un livello di abbandono del lavoro dopo la nascita del primo figlio che riguarda una donna su cinque. Anche quest'ultimo dato è un record europeo, causato dalla perenne difficoltà delle donne italiane di conciliare vita e lavoro, ed è anche per questo che la storia di Benedetta rappresenta il superamento di una condizione e di uno schema del lavoro femminile in Italia: non solo è riuscita a conciliare lavoro e famiglia ma è riuscita anche nell'ardua impresa di continuare a coltivare il suo talento, conciliando lavoro, carriera e famiglia. «Sono entrata in Poste a venticinque anni, un po' per caso - racconta Benedetta -. Immaginavo un lavoro ripetitivo e una carriera statica come consulente finanziario, invece, si sono aperte mille opportunità in un momento di passaggio generazionale e cinque anni dopo ero diventata re-



Benedetta Chiusa con i figli Gabriele e Carolina

sponsabile commerciale di zona e avevo già un bambino di due anni».

### La lunga marcia delle donne

Molte sue coetanee, magari con la stessa preparazione e la stessa motivazione, si sarebbero trovate - come spesso accade in Italia - in quel bivio esistenziale in cui le donne sono ancora costrette a scegliere tra vita professionale e vita familiare soltanto perché lavorano in un contesto aziendale che non tutela la maternità, oppure si limita a farlo in modo formale, senza offrirgli strumenti concreti. «Da specialista consulente mobile ho lavorato in uffici vicini a casa e, dopo la nascita della mia seconda figlia Carolina, quando ero già diventata responsabile commerciale di zona, Poste mi ha permesso di recarmi a Parma solo pochi giorni alla settimana, facendo base presso un'altra sede». Distanze e orari di

lavoro e due bambini da seguire avrebbero potuto rappresentare ostacoli in grado di fermare la sua carriera invece è proprio in quel momento che le viene affidata la direzione dell'ufficio postale di Fidenza, con il suo rilevante patrimonio, che non solo mantiene i risultati ma comincia a performare oltre le aspettative. Adesso Benedetta, che gestisce un gruppo di diciotto persone e un patrimonio sempre più ragguardevole, sente di aver raccolto l'eredità di un ufficio solido ma anche l'eredità di un'azienda in cui la lunga marcia

delle donne è iniziata nel 1863, due anni dopo la sua nascita. Poste Italiane, infatti, considerata ormai un modello di inclusione e emancipazione femminile, è stata da questo punto di vista pioniera ed è diventata di fatto un'azienda a maggioranza femminile, in cui le donne rappresentano il cinquantaquattro per cento della forza lavoro, il quarantasei per cento dei quadri dirigenziali e il sessanta per cento dei direttori dei quasi tredicimila uffici distribuiti sul territorio. Come l'ufficio postale di Benedetta. •



Benedetta (al centro) con i colleghi dell'ufficio postale di Fidenza

## L'attenzione nei confronti dei neogenitori

Poste Italiane pone grande attenzione ai percorsi di supporto del ruolo genitoriale, adottando azioni di sostegno e applicando tutele più ampie rispetto a quelle previste dalla legge. Il CCNL vigente, e come richiamato anche nella Policy dedicata, riconosce durante il congedo di maternità e di paternità alternativo il 100% della retribuzione per tutti i mesi di astensione dal lavoro, rispetto all'80% previsto dalla normativa. Inoltre, Poste garantisce alle mamme e ai papà che fruiscono del "congedo parentale" un trattamento economico di miglior favore che prevede, ad esempio, per i periodi fruitti sino a 6 anni di età del bambino, l'erogazione a ciascun genitore dell'80% della retribuzione per ulteriori due mesi in aggiunta agli eventuali mesi con indennità maggiorata previsti per legge. Poste supporta inoltre i percorsi di procreazione medicalmente assistita, riconoscendo alle dipendenti specifici permessi a recupero. L'impegno a favore della genitorialità si traduce in molte altre iniziative e servizi, tra cui il progetto Lifeed, rivolto ai genitori con figli fino ai 18 anni, il "Fiocco giallo" un confanetto per festeggiare l'arrivo del bebè, "Mums at work", un percorso di coaching volontario dedicato alle mamme, la promozione della genitorialità condivisa, attraverso il coinvolgimento e la partecipazione dei padri nell'impegno familiare, il servizio di asilo nido, disponibile presso le sedi di Roma e Bologna, oltre a seminari, webinar, un servizio di counseling e i soggiorni estivi dedicati ai figli e ai fratelli con disabilità dei dipendenti, sostenuti interamente da Poste Italiane.

**FINE STUDI** Febbraio 2017

1

**SCM** Ottobre 2017

2

**SCF Giugno 2017**

3

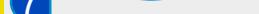


**RCZ** Gennaio 2022

4

**DUP CENTRALE** Aprile 2025

5



6



7

Il percorso lavorativo di Benedetta all'interno di Poste Italiane

**FOCUS 1** Ecco come funzionano i processi di selezione della funzione Risorse Umane

# I recruiter: «Cerchiamo il talento nell'autenticità delle persone»

Da un colloquio con loro sono passati molti dei colleghi che oggi lavorano in Azienda, ma non esistono formule e definizioni precostituite sulla scelta dei candidati: «Conta la predisposizione e l'adeguatezza di ciascuno a ricoprire un determinato ruolo»

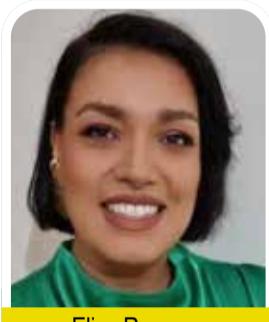
«La fortuna non esiste, ma esiste il momento in cui il talento incontra l'opportunità». **Angela Roccero** lavora nel team Gestione Dirigenti e Selezione di Poste Italiane e cita una massima di Seneca per sintetizzare il compito dei recruiter in azienda. Angela è uno dei talenti che selezionano talenti e sottolinea la complessità di questo mestiere. «Cito Seneca - spiega - perché noi abbiamo il compito di fornire ai candidati l'opportunità di farsi conoscere ed essere valorizzati, contribuendo così alla loro crescita personale e professionale, ma anche allo sviluppo dell'Azienda. Angela si occupa anche di selezione interna e, insieme agli altri colleghi di RUO, è stata tra i protagonisti del percorso di talent management che le ha consentito di guardarsi allo specchio e di ottenere nuovi strumenti per valutare e valorizzare gli altri. Ma anche per costruire il giusto amalgama all'interno del proprio team di lavoro. «Dal mio punto di vista - racconta - ha rappresentato un percorso di autoconsapevolezza: ho imparato a riconoscere le mie capacità e le aree di miglioramento, le attitudini e le potenzialità che vanno nutritte per poter fiorire al meglio. Mi sono chiesta se anche io meritassi l'appellativo di "talento". Poi ho compreso che il termine talento non è un'etichetta, ma una propensione che, se coltivata, può esprimere tutto il suo valore».

## Una questione di fitting

Si arriva così al cuore della questione: che cos'è il talento e come si riconosce? **Paolo Olivieri** è anche lui un professionista della selezione che lavora nell'ambito della funzione Gestione Dirigenti e Selezione e non ha dubbi a riguardo: «Ci ha dato la possibilità di lavorare con altri colleghi della famiglia di risorse umane e di ragionare, sguardandoci dai processi quotidiani, sul tema del talento, sempre presente per chi, come me, si occupa di recruiting e selezione. In otto anni ho assunto tantissimi colleghi e, personalmente, credo che non esista un talento unico, ma il giusto incontro tra attitudini, competenze e il ruolo specifico da ricoprire. Attenzione poi - osserva Paolo - alla tendenza ad associare la parola talento con "giovane". Il talento non è una questione anagrafica: è una combinazione di competenze, attitudine, esperienza e capacità di evolvere. Esiste un talento giovane, certamente, ma esiste anche un talento maturo, ricco di visione, consapevolezza e resilienza». C'è un altro aspetto che Paolo mette bene in evidenza: «Il talento è in continua evoluzione, va alimentato e bisogna studiare, approfondire e sapersi mettere in gioco». Anche **Federica Lodogana** si occupa di selezione in Azienda e ci tiene a sfatare alcuni luoghi comuni: «Tutti parlano di talento, ma il talento assoluto non esiste, esistono le persone, ciascuna con i propri talenti. Il nostro compito è farli emergere nella loro unicità, valorizzando predisposizioni, fra-



Angela Roccero



Elisa Romano



Federica Lodogana



Paolo Olivieri



Pasquale Gianluca Garofalo

gilità e, non da ultimo, obiettivi personali e professionali e - sottolinea Federica - la "Fioritura" è proprio questo, come ci insegna la natura, il valore sta nella differenza di ogni fiore, così come nel lavoro necessario per farlo sbocciare». La selezione, conclude Federica, è anche un incontro autentico: «Il nostro obiettivo - aggiunge - è far emergere l'autenticità delle persone, mettendole di fronte all'autenticità di Poste Italiane: nei valori, nei ruoli e nel modo di essere team».

## La cultura aziendale

**Elisa Romano**, altro talento del team di recruiter, sottolinea che «il talento è tutto ciò che una persona porta con sé: le conoscenze distinctive certo, ma soprattutto il potenziale, l'atteggiamento e il desiderio di contribuire ad un progetto condiviso, riconoscendosi nei valori aziendali». Elisa e i colleghi con cui lavora si confrontano ogni giorno con candidati esterni, neolaureati o professionisti di altre realtà, ma anche con risorse interne, che già lavorano in Azienda: «Queste ultime - sottolinea Elisa - dimostrano

un forte senso di appartenenza all'Azienda e è bello ascoltare e offrire loro una seconda o terza opportunità di cambiamento». Il programma di talent management è stato anche per Elisa un'opportunità di «lavorare su me stessa e sull'autoconsapevolezza; è un'esperienza che dovrebbero fare tutti». «È stata - aggiunge - un'occasione preziosa per accorciare le distanze con i colleghi del territorio, creare un nuovo network, avere una visione più ampia dell'Azienda». Secondo **Pasquale Gianluca Garofalo**, altro "talento che seleziona talenti", «un candidato esterno porta innovazione, nuove prospettive e stimola il cambiamento. Un talento interno, invece, se coltivato, genera valore nel lungo periodo e contribuisce a rafforzare la cultura aziendale». «Il mio percorso - aggiunge - è stato un viaggio stimolante, ricco di scoperte e crescita continua. Ho visto l'Azienda - conclude - sempre più focalizzata sulla sviluppo delle persone, non solo in ambito RUO ma in tutti i settori. E questo, per me, è motivo di grande soddisfazione».

## Career Days e Recruiting Days

### Poste, negli eventi dedicati agli universitari i primi contatti con i professionisti del futuro

Poste Italiane si conferma come un attore centrale per chi è alla ricerca della prima occupazione, per i professionisti desiderosi di valorizzare le proprie competenze e per chi necessita di un reinserimento nel mercato del lavoro, anche in condizioni di fragilità o disabilità. L'Azienda organizza regolarmente Career Days e Recruiting Days, eventi pensati per incontrare i candidati e raccogliere curriculum, spesso in collaborazione con università e centri di formazione. Questi eventi sono fondamentali per Poste Italiane nella ricerca di talenti di qualità che condividono i valori aziendali. Il calendario degli eventi, che si rinnova periodicamente, è una vera e propria vetrina per scoprire i professionisti del futuro. Poste Italiane ha inoltre stretto partnership con molte delle principali università italiane, come Bocconi, La Sapienza e LUISS, attivando anche collaborazioni con Master e corsi professionalizzanti. Questi incontri permettono di rafforzare il dialogo tra il mondo accademico e quello imprenditoriale, facilitando il contatto tra studenti e l'Azienda, oltre a offrire preziosi spunti di orientamento attraverso i colloqui con i responsabili delle risorse umane. In aggiunta, Poste Italiane organizza anche recruiting day dedicati a specifiche opportunità professionali come quella del consulente finanziario o dell'operatore di sportello. Un'opportunità unica per chi ha inviato la propria candidatura all'Azienda per entrare in contatto con i recruiter e ottenere tutte le informazioni sulle modalità di selezione, sulle attività del ruolo e sui percorsi di crescita e sviluppo. In questo modo, l'Azienda si impegna non solo a rafforzare la propria squadra con profili altamente qualificati, ma anche a promuovere un ambiente inclusivo e accessibile a tutti, dando spazio a talenti provenienti da ogni settore e condizione».

## La responsabile

**Morandi:**  
**«Per Poste il fattore umano è decisivo»**



Tiziana Morandi, Responsabile RUO

«Valorizzare il talento di tutte le nostre persone non è un progetto a termine ma una cultura. Una cultura che, partendo dal riconoscimento del valore, passa per la fiducia e si concretizza in opportunità reali di autosviluppo e, quindi, di crescita» sostiene la Responsabile Risorse Umane di Poste Italiane, Tiziana Morandi. «Il talento - spiega - non è un elemento statico, ma un potenziale in continua evoluzione e si riconosce nella capacità di affrontare le sfide, proporre idee, ispirare il team, imparare rapidamente. Il nostro obiettivo è quindi semplice ma ambizioso: riconoscere, accompagnare e far crescere i talenti interni, creando percorsi personalizzati di sviluppo, formazione e visibilità. Perché nella nostra Azienda, dove il principale fattore competitivo è quello umano, è il talento a fare la vera differenza».

**FOCUS 2** Dai nuclei territoriali di Napoli, Bari, Roma, Milano, Grosseto, Cuneo e Genova

# Parlano i talenti di Risk e Compliance: «Abbiamo potenziato le competenze»

Il percorso formativo «è stato un viaggio fatto di stimoli concreti, relazioni autentiche e crescita continua» che ha favorito il confronto fra colleghi di diverse generazioni, accrescendo la consapevolezza di sé stessi e insegnando a «leggere l'azienda con occhi diversi»

Il Blooming Program di Poste ha rappresentato un'esperienza intensa di formazione, mentoring e sviluppo per i professionisti del Risk. Dai nuclei territoriali di Napoli e Bari fino a Roma, Milano, Grosseto, Cuneo e Genova, i partecipanti hanno vissuto momenti di confronto, introspezione e apprendimento che hanno arricchito competenze, soft skill e senso di appartenenza. **Silvia Balestrieri** racconta di «un bellissimo viaggio dentro se stessi alla ricerca dei veri obiettivi, lavorativi e personali». **Claudia Gibilaro** sottolinea che è stato «un viaggio fatto di stimoli concreti, relazioni autentiche e crescita continua». **Mattia Dho** definisce il programma «un insieme di differenti valori: percorso, viaggio, incontro, itinerario, condivisione, confronto, paure, difficoltà». «Un percorso inaspettato quanto incredibile che ho apprezzato per la pluralità delle esperienze proposte», sottolinea **Simona Marra**, mentre **Paola Di Giambattista** racconta: «Approfondire la conoscenza su leadership e comunicazione mi ha resa più forte e consapevole del mio operato». **Alessandra Zilli** aggiunge: «Ho osservato da prospettive diverse i risultati delle mie azioni, migliorando la mia autopercezione ed efficacia». **Eugenio Cantisani** spiega che «il confronto con diversi colleghi hanno arricchito il tutto con preziose esperienze».

Anche **Michele Lux** parla di «occasioni preziose di confronto». **Maria Rosaria Forlivio** evidenzia che «i momenti di confronto sono stati spunto per mettersi in gioco, instaurare nuove relazioni e avere una visione di insieme più ampia». **Daniele Audino** aggiunge: «Un consulente di sviluppo mi ha aiutato a prendere consapevolezza e oggettivare le mie aree di miglioramento, con il prezioso supporto di un coach dedicato». **Fabrizio Rossi** racconta: «Non solo consigli e strategie ma tanta consapevolezza per fiorire e maturare. L'esperienza che mi ha arricchito di più? Sicuramente il coaching». **Elisabetta Prata** evidenzia «sessioni di coaching a fissare un metodo di lavoro strutturato». **Laura Pianigiani** ricorda «attività proposte, coinvolgenti e ben strutturate». **Valentina Pucci** afferma: «Le iniziative formative, esperienziali e di mentoring hanno contribuito ad allargare la visione di insieme». **Sara Palazzo** racconta: «Il confronto con colleghi e referenti ha ampliato la mia visione del ruolo e dell'azienda, rafforzando consapevolezza e proattività». **Maria Pia Galante** aggiunge: «La qualità della formazione, gli argomenti trattati durante gli incontri di Business Insight e il supporto dei coach hanno accresciuto la consapevolezza del mio ruolo». Il senso di appartenenza e il legame con l'Azienda sono stati rafforzati secondo **Flavio Ticconi** che dice: «Le attività mi hanno fatto sentire parte attiva del cambiamento». **Filippo Emanuele Giuffrè** sottolinea: «Le attività formative e relazionali hanno potenziato le mie competenze e ampliato la mia visione». **Gianluca Serao** spiega che «il programma si è rivelato estremamente utile per rafforzare



le competenze e ha rappresentato un chiaro investimento dell'Azienda nel valore delle proprie persone». **Gabriele Mancini** aggiunge: «Il programma è un esempio significativo di come l'Azienda continui a investire risorse sulle proprie persone».

## Lavoro di squadra

Sono diversi i colleghi che hanno sottolineato il valore del lavoro di squadra come nel caso di **Giulia Giarrizzo**, che racconta: «Mi ha dato modo di rafforzare soft skill e arricchire la mia visione dell'azienda». **Mariacecilia Scura** afferma: «Le iniziative formative ed esperienziali mi hanno dato l'opportunità di rafforzare la fiducia in me

stessa». L'esperienza ha toccato anche chi ha più seniority: **Manuela Valentini** spiega: «Dopo 20 anni in azienda, mi sono state offerte nuove prospettive per una maggiore consapevolezza e motivazione». Non è mancato l'impatto sulla crescita personale che si trova nelle parole di **Simone Chiomenti**: «Un percorso di riflessione su se stessi che stimola a trasformare abitudini attraverso azioni concrete». **Fabio Rigoli** afferma: «Un'esperienza che mi sta dando strumenti concreti per la mia crescita personale e professionale». **Elena Forini** spiega: «Ho conosciuto meglio i colleghi della mia famiglia professionale e professionisti di grande esperienza». **Laura Caccia** evidenzia:

«Sono stati stimolanti gli incontri Business Insight in cui i manager hanno raccontato le loro storie, condividendo esperienza aziendale e umana». Per **Paola Angela Ferrari** «è stata un'esperienza che ha arricchito il percorso professionale e personale, favorendo la collaborazione tra colleghi». **Magda Guerrisi** racconta di «un viaggio tra sfide e scoperte in cui ho allenato nuove competenze, intrecciato relazioni e trasformato limiti in opportunità». Per **Piero Pandozzi Trani** «è stato un viaggio intenso di crescita e consapevolezza, che mi ha permesso di sviluppare nuove competenze e creare connessioni autentiche». **Giovanni Antonio Muscolino** racconta: «È stata un'esperienza di crescita che ha unito auto-consapevolezza, confronto e mentoring». **Ilaria De Carlo** sottolinea che

«le numerose iniziative mi hanno dato la possibilità di acquisire maggiore consapevolezza sulle mie aree di sviluppo». **Veronica Fia** evidenzia: «Ho riscoperto l'autosviluppo come leva strategica per la crescita professionale». **Mario Di Carlo** conclude che «la varietà delle attività ha contribuito ad ampliare la visione d'insieme e stimolare il confronto».



**FOCUS 3** Le testimonianze dei dipendenti di PCL coinvolti nel processo di talent review

# La carica dei talenti del recapito: «Noi protagonisti del rinnovamento»

Le nuove competenze acquisite nei percorsi di crescita hanno rappresentato uno stimolo per rafforzare la consapevolezza e il lavoro di squadra aumentando la collaborazione, l'ascolto e il cambiamento con il supporto dei colleghi

Il Blooming Program si è rivelato per molti addetti al recapito una scoperta sorprendente: non un semplice percorso, ma un'esperienza trasformativa. A confermarlo sono le tante testimonianze raccolte da Postenews in ambito PCL. «Ho scoperto l'azienda in profondità, modificando la mia visione del lavoro» comincia **Davide Indelicato**, mentre **Ilaria Cavicchia** sottolinea come le attività siano state «coinvolgenti e ben strutturate» e abbiano mostrato «un'azienda dinamica e innovativa». Per **Federica Morabito**, momenti come la visita al centro SDA e le riunioni in Teams con i colleghi sono stati decisivi, mentre **Giacomo Mazzuzzi** ricorda con entusiasmo «i laboratori con i colleghi di altre regioni». Anche per **Mauro Settembrino** i laboratori sono stati importanti e il progetto «ha trasformato il mio modo di vedere l'azienda: oggi riconosco in Poste Italiane un'organizzazione che investe davvero nelle persone, credendo nelle loro capacità e nel loro potenziale».



Davide Indelicato  
Nord Ovest



Ilaria Cavicchia  
Nord Ovest



Federica Morabito  
Centro Nord

di aver rafforzato «la visione del proprio contributo strategico», mentre **Davide Stillitano** ricorda «i consigli giusti per affrontare momenti di crisi».

## Un approccio alternativo

Molti lo hanno vissuto come un vero viaggio: **Benito Junior D'Alessio** lo definisce «un'opportunità di creare legami con colleghi di tutta Italia», e per **Maria Rainone** strumenti digitali e site tour hanno offerto «un approccio alternativo alla realtà lavorativa». **Pasquale Matrullo** sottolinea le competenze tecniche e relazionali acquisite, mentre **Valerio Petruzzi** parla di competenze che sono «sbocciate» e di una leadership rafforzata. Per **Matteo Ferrari**, l'orgoglio è stato «impegnarsi in un serio lavoro su di sé», e **Andrea Menin** ricorda lo shadowing e i laboratori come «momenti chiave». Molti testimoniano un salto in consapevolezza. **Veronica Tecchio** ha definito «obiettivi chiari e raggiungibili», mentre **Calogero Intorto** racconta il valore del confronto e l'abilità di guardare i problemi da «altre prospettive». **Immacolata Somma** ha trovato «connessioni autentiche e durature», e **Loris Frattarola** ha sentito la forza di essere «riconosciuto e valorizzato». Anche per **Alessio Carmelo Bartuccio** il programma è stato una «vera spinta alla crescita», e **Benedetta Miniaci** lo ricorda come «un viaggio trasformativo verso l'espressione del potenziale».

## Spunti preziosi

Le visite e i momenti di scambio sono



Pasquale Matrullo  
Sud



Andrea Menin  
Centro



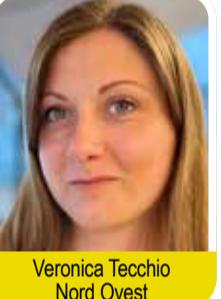
Pietro Venturi  
Centro Nord



Sara Signore  
Nord Est



Valerio Petruzzi  
Sud



Veronica Tecchio  
Nord Ovest



Fabio Loi  
Nord Ovest



Francesco Gamba  
Nord Ovest



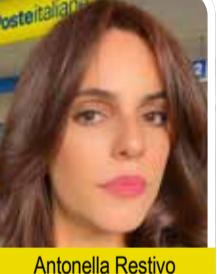
Matteo Ferrari  
Nord Ovest



Calogero Intorto  
Nord Ovest



Alessia Campagna  
Centro



Antonella Restivo  
Sicilia

## Opportunità concrete

Il tema della crescita personale e professionale attraversa molte voci. **Venera Santoro** evidenzia il valore dei coach, che hanno favorito «nuove consapevolezze e competenze» trasformate in opportunità concrete. **Emanuel Conforto** parla di «una prospettiva differente» che ha potenziato le abilità relazionali, e **Luca Ferraro** descrive un arricchimento fatto di «competenze ampliate e relazioni rafforzate». **Fabrizio Musumeci** spiega

autentiche e durature», e **Loris Frattarola** ha sentito la forza di essere «riconosciuto e valorizzato». Anche per **Alessio Carmelo Bartuccio** il programma è stato una «vera spinta alla crescita», e **Benedetta Miniaci** lo ricorda come «un viaggio trasformativo verso l'espressione del potenziale».

## Spunti preziosi

Le visite e i momenti di scambio sono

tornati spesso nei racconti dei dipendenti PCL intervistati da questo magazine. **Pietro Venturi** si è sentito «protagonista del rinnovamento» grazie a seminari e networking; **Fabio Loi** ha trovato spunti preziosi che hanno rafforzato «il lavoro di squadra»; **Alessia Campagna** parla di «una visione più ampia e consapevole», **Diego Adinolfi** sintetizza la sua esperienza in una sola parola: «Autoconsapevolezza». **Michela Rizzo** ha acquisito fiducia

nelle proprie capacità, **Sara Signore** ha ampliato la propria visione osservando i superiori, e per **Francesco Gamba** il confronto con colleghi di tutta Italia ha reso il percorso «ancora più arricchente». Tanti descrivono una rinascita interiore: **Antonella Restivo** parla di «motivazione e ambizione rifiorite», mentre **Alessandra Chiapperini** riconosce un percorso che «promuove cultura, competenze e comportamenti». **Marco Gianangeli** e



Giacomo Mazzuzzi  
Centro



Emanuel Conforto  
Nord Ovest



Fabrizio Musumeci  
Centro



Benito Junior D'Alessio  
Sud



Immacolata Somma  
Sud



Alessio Carmelo Bartuccio  
Nord Ovest



Diego Adinolfi  
Centro



Alessandra Chiapperini  
Nord Ovest



Venera Santoro  
Sicilia



Luca Ferraro  
Nord Ovest



Davide Stillitano  
Sud



Maria Rainone  
Centro Nord



Loris Frattarola  
Centro



Benedetta Miniaci  
Nord Ovest



Michela Rizzo  
Centro

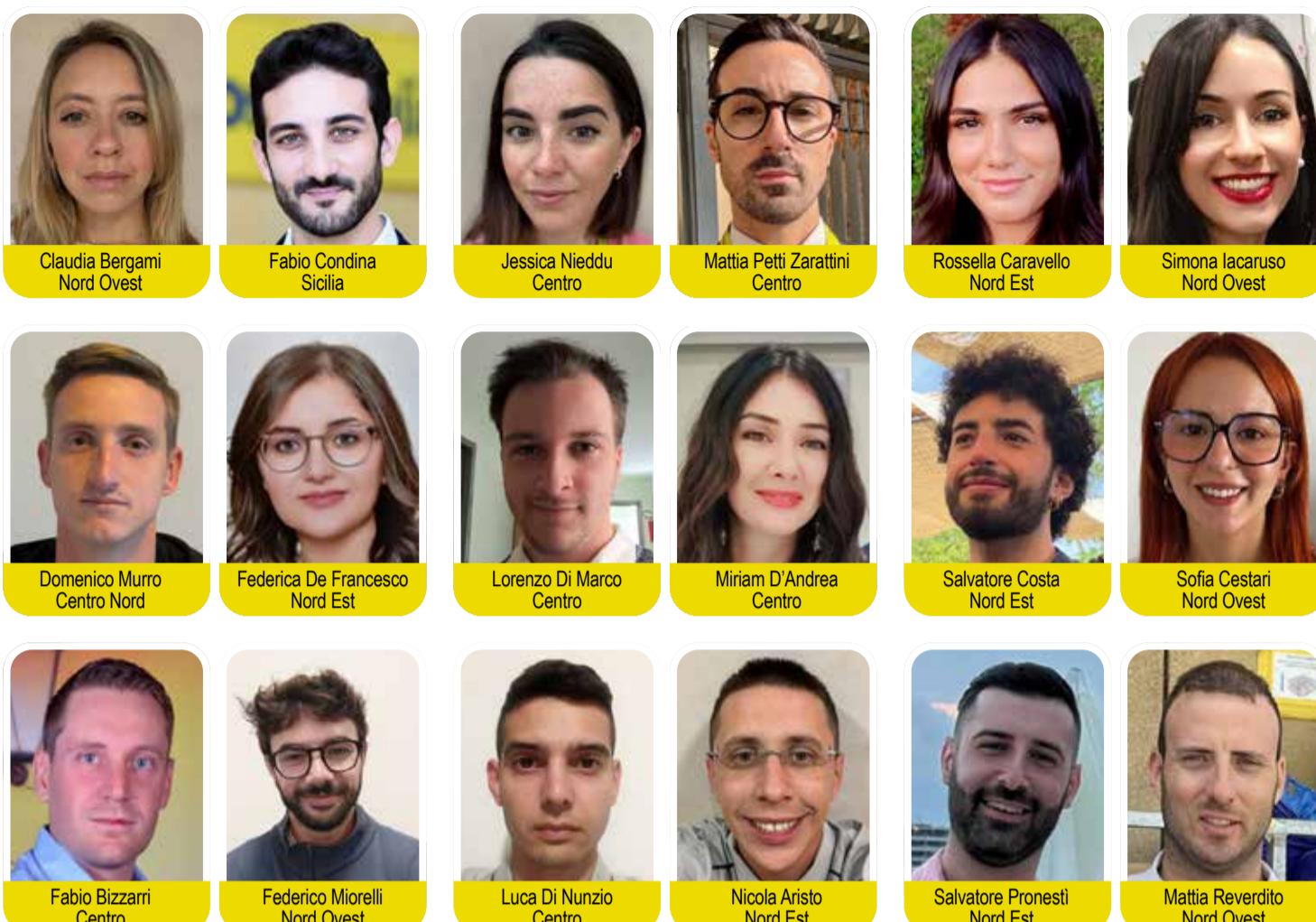


Marco Gianangeli  
Centro Nord

**Francesco Fineschi** ricordano le visite nei centri di smistamento come esperienze illuminanti. **Bruno Livera** sintetizza con tre parole chiave: «Collaborazione, ascolto e cambiamento». Accanto a loro, altre voci arricchiscono il quadro. **Andrea Amadori** parla di «un motore di crescita» che ha migliorato la leadership, mentre per **Andrea Di Giuseppe** è stato «un percorso intenso, pieno di stimoli». **Angelo Turco** ha riscoperto «il valore della collaborazione», e **Antonino Calamia** ha ampliato la visione dell'azienda con «job shadowing e incontri con i consulti». **Claudia Bergami** sottolinea come il programma abbia dato «spazio ai portalettere», e **Domenico Murro** ricorda il coaching che ha rafforzato l'autoconsapevolezza. Per altri, ha significato emozioni e nuove prospettive. **Fabio Bizzarri** parla di «un viaggio ricco di emozioni», **Fabio Condina** di «una visione più chiara del proprio ruolo», e **Federica De Francesco** di una «voglia rinnovata di mettersi in gioco». **Federico Miorelli** evidenzia la crescita in efficienza operativa, **Francesco Sportiello** il potenziamento di competenze strategiche, mentre **Gabriele Bichi** descrive «un percorso formativo di altissimo livello». **Gaetano Zagari** si definisce oggi «responsabile e consapevole», e **Giulia Fabbri** conserva l'esperienza come «indelebile».

### Lucidità e dedizione

Molti raccontano i cambiamenti concreti di carriera. **Jessica Nieddu** è passata «dal ruolo di portalettere allo staff di produzione», mentre **Lorenzo Di Marco** ricorda con orgoglio un percorso «motivo di interesse sin dall'inizio». **Luca Di Nunzio** sottolinea «il supporto dei coach e i caffè virtuali», e **Luigi Amato Fasulo** ha imparato dal proprio shadower «lucidità e dedizione». **Marco Canali** ha acquisito «capacità organizzative», **Marco Infantino** ha trovato nel programma risposte a sfide quotidiane, e **Martina Cioccarri** racconta con entusiasmo «le giornate con il tutor». L'esperienza ha portato molti a riscoprire motivazioni profonde, come nel caso di **Mattia Petti Zarattini** che ha

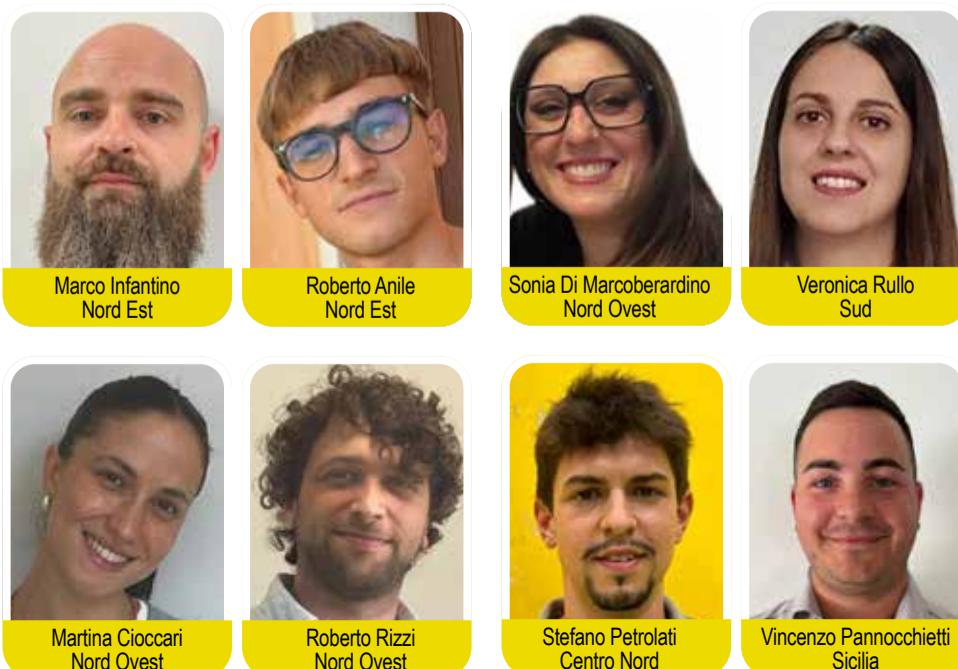
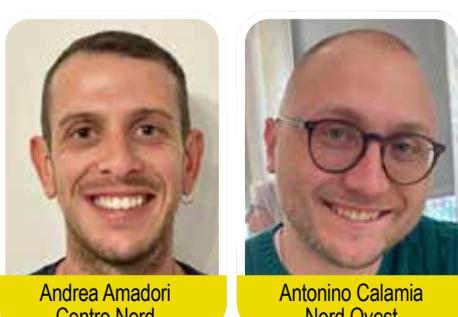
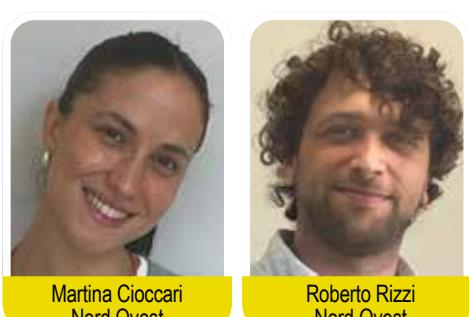


capito «quanto l'azienda tenga ai dipendenti di domani», mentre **Miriam D'Andrea** descrive l'esperienza come «un effetto WOW», e **Nicola Aristo** la considera «più di una formazione: un'occasione per crescere davvero». **Nicolò Bolzoni** parla di un «viaggio di crescita» e **Paola Garzia** di un percorso «emozionante e ricco di riflessioni». **Roberto Anile** lo definisce «un investimento dell'azienda», mentre per **Roberto Rizzi** il valore è stato «ascoltare figure dirigenziali di altissimo livello». **Rossella Caravello** ricorda come laboratori e job shadowing abbiano affinato le sue capacità relazionali, **Salvatore Costa** parla di tutor «vero motore del programma», e **Salvatore Pronesti** ringrazia Poste per averlo stimolato a guardare al futuro «con occhi nuovi». Per **Sara Colucci**, il Blooming Program di Poste Italiane è «sfidante, coinvolgente, inclusivo», mentre **Simona Iacaruso** e **Sofia Cestari** hanno rafforzato l'autoconsapevolezza e scoperto «il proprio valore». **Mattia Reverdito** ha imparato «a valutare e considerare il lavoro all'interno dell'ufficio da un punto di vista diverso da quello abituale». **Michele Iovino** evidenzia come le



tante figure professionali incontrate durante l'anno abbiano portato a «un'incredibile consapevolezza delle potenzialità che ogni individuo racchiude». **Sonia Di**

**Marcoberardino** lo sintetizza in una sola parola: «sfidante». Il nostro racconto si chiude con altre voci forti e chiare: **Stefano Petrolati** parla di «un'esperienza elettrizzante», **Veronica Rullo** di «un sorprendente viaggio tra consapevolezza e autosviluppo», e **Vincenzo Pannocchietti** di «riflessioni profonde e rafforzato senso di appartenenza».

Francesco Fineschi  
Centro NordAndrea Di Giuseppe  
CentroBruno Livera  
Nord OvestAngelo Turco  
Nord OvestFrancesco Sportiello  
Nord EstGaetano Zagari  
Nord OvestMarco Infantino  
Nord EstRoberto Anile  
Nord EstSonia Di Marcoberardino  
Nord OvestVeronica Rullo  
SudAndrea Amadori  
Centro NordAntonino Calamia  
Nord OvestGabriele Bichi  
Centro NordGiulia Fabbri  
CentroMartina Cioccarri  
Nord OvestRoberto Rizzi  
Nord OvestStefano Petrolati  
Centro NordVincenzo Pannocchietti  
Sicilia

**FOCUS 4** Le testimonianze del percorso dedicato a Mercato Privati unite da un filo comune

# Ecco gli emergenti degli uffici postali: «Ci accomuna la passione per il lavoro»

In molti definiscono il processo di talent review un viaggio alla scoperta di sé stessi, che ha dato l'opportunità di "guardarsi allo specchio" attraverso le esperienze dei colleghi, sviluppare una visione più ampia dell'Azienda e mettere a fuoco le aree di miglioramento

La crescita personale e la condivisione di esperienze come leva di trasformazione. Anche nel Blooming Program dedicato a Mercato Privati, emergono voci diverse ma unite da un filo comune. Per **Davide Polini**, Direttore dell'Ufficio Postale di Ancona, la ricchezza è stata quella di «fermarsi un momento, confrontarsi con docenti e colleghi di strutture diverse», scoprendo strumenti nuovi per affrontare le complessità quotidiane. «Non fate, ma facciamo»: il motto di **Francesca Ognibene**, diretrice dell'Ufficio Postale di Emilia Levante, riassume lo spirito collaborativo che ha guidato il suo percorso, mentre **Donatella Cirulli** lo descrive come un «bellissimo viaggio articolato in diverse fasi, accompagnate da una guida esperta». Per **Francesco Baldan**, Direttore dell'Ufficio Postale di Cavarzere, l'incontro con figure manageriali ha significato «uscire dalla comfort zone: abbiamo incontrato persone di livello manageriale, che hanno toccato vari aspetti sia del lavoro, del nostro posizionamento aziendale» e guardare al lavoro con occhi nuovi. **Anna Tortorelli** sottolinea invece l'importanza di un metodo che rafforza inclusività e senso di appartenenza, e **Massimiliano Bracco** parla di «empatia e valorizzazione delle persone» come temi cardine.

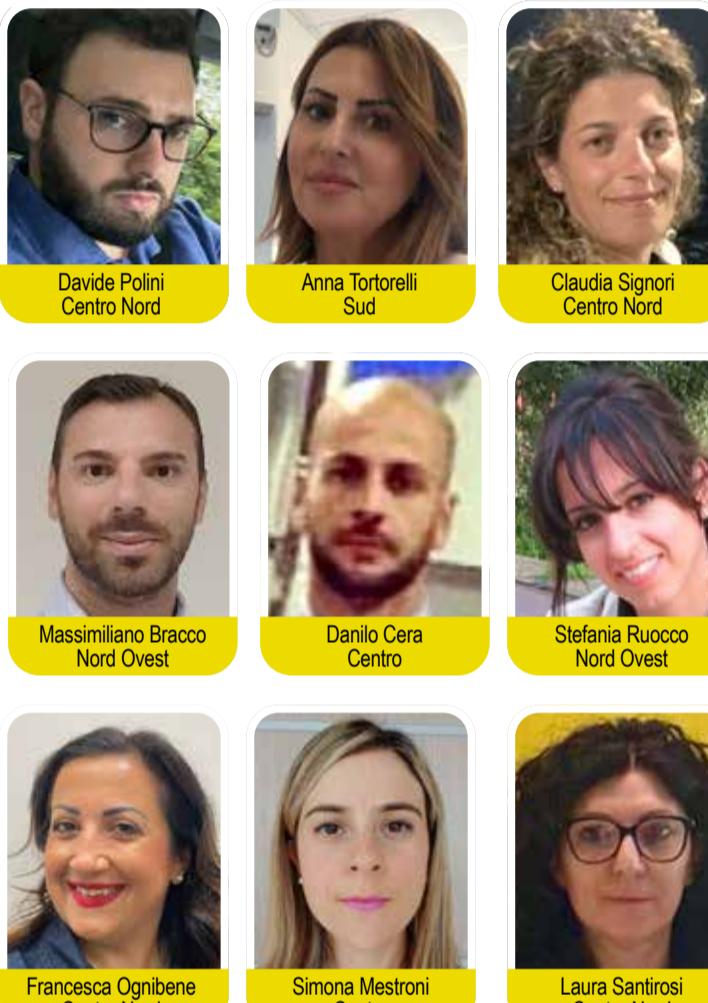
## Ogni talento merita spazio

Un percorso «ben strutturato con attività e iniziative all'avanguardia, che ha favorito la mia crescita personale e professionale» per **Simona Mestroni**, che dice di averne tratto una visione più ampia, e un'esperienza «ricca di stimoli» per **Davide Salvatore Buscemi**, responsabile dell'Ufficio di Riesi, che ha visto rafforzarsi competenze trasversali e spirito collaborativo. Sulla stessa linea

**Chiara Schininà**, direttrice dell'Ufficio Postale di Ispica, che descrive un ambiente inclusivo in cui «ogni talento merita spazio». **Sergio Di Ninni**, Direttore dell'Ufficio Postale di Vasto, ha apprezzato l'invito a «creare un ambiente dove le persone non lasciano che le cose accadano, ma le fanno accadere», mentre per **Claudia Signori** la chiave di leadership è «focalizzarsi sul processo e non solo sul risultato». **Daniilo Cera** parla di un percorso «ben oltre l'aspetto tecnico», che ha lasciato amicizie e strumenti preziosi, e **Giuseppe Larocca** lo definisce «un viaggio alla scoperta di sé: un'opportunità per esplorare il proprio potenziale, migliorarsi e crescere con strumenti pratici e riflessioni guidate». Il mentoring è stato un punto centrale per molti: **Andrea Massa** lo indica come occasione per consolidare consapevolezza e capacità di feedback; **Santa Clemente** racconta di nuovi stimoli e visioni più ampie; **Laura Renzi** sottolinea come l'affiancamento l'abbia aiutata a mettere a fuoco «punti di forza e aree di miglioramento».

## Il confronto tra colleghi

Il Blooming Program ha significato confronto con colleghi di tutta Italia e rafforzamento della leadership e **Angelina Sammarco** lo definisce un insegnamento alla «leadership gentile», fatta di «genti-



le individuali mi hanno fornito strumenti concreti per affrontare gli ostacoli e valorizzare i miei punti di forza». Anche per **Salvatore Casamento** il mentoring è stato «un confronto autentico e ricco di stimoli». C'è chi parla di talenti ritrovati, come **Laura Campagnacci**, Direttrice dell'Ufficio Postale di Foligno, che racconta di essersi sentita «vista e valorizzata e parte di un futuro condiviso», e chi, come **Valentina Meli**, ammette di aver scoperto «una me nascondata». Per **Lorenzo Ruffino** è stato «un progetto straordinario, ricco di coaching, micro-learning e attività di gruppo». **Teresa Coniglio** sottolinea la passione condivisa che accomuna le differenze («Ho compreso che ci sono realtà diverse, noi siamo tutti diversi, ma ci accomuna la passione che ognuno di noi mette con tutte le sue forze e tutto il suo cuore»), mentre per **Orlando Teodoro** è stata «l'esperienza più prestigiosa» della carriera, capace di rafforzare auto-stima e leadership. **Giovanni Mastroianni** ne conserva «una spinta professionale e un bellissimo ricordo». E ancora: **Antonella Abeti** racconta di aver compreso che «crescere come azienda significa crescere insieme»; **Lorenzo Luci** responsabile dell'ufficio di Firenze 23 parla di mentor che lo hanno aiutato a «correggere comportamenti e affrontare sfide»; **Gianluca Auriti** sottolinea la ricchezza dei consigli ricevuti, men-



## I corsi dedicati ai DUP

## Approfondimenti ad hoc per rafforzare il ruolo e le responsabilità di chi guida il team



Tra le tante iniziative del percorso Blooming dedicate a Mercato Privati, alcune sono state indirizzate alla figura del direttore dell'ufficio postale. In particolare, due di esse si sono focalizzate sui temi dell'ingaggio dei propri team, in funzione del raggiungimento di obiettivi comuni, allenando autoconsapevolezza e capacità di gestione della complessità. È il caso di Leadership Gym dove, attraverso un'esperienza immersiva e interattiva, finalizzata ad approfondire e stimolare il confronto sul proprio ruolo e sulle competenze ad esso connesse, è stato stimolato l'approccio ad una leadership "people oriented", in grado di coinvolgere ed ingaggiare efficacemente le risorse, per migliorarne le performance. Ai Dup è stato rivolto anche il percorso "Skills Training", iniziativa online progettata per supportare lo sviluppo delle soft skill necessarie a rafforzare le competenze utili a guidare con efficacia le proprie risorse e, in particolare, ad accrescere le abilità negoziali e di gestione del conflitto che possono scaturire nell'esercizio del ruolo.

tre **Giambattista Bruno** lo definisce «un viaggio interiore» alla scoperta di potenzialità nascoste. **Manuela Carinci** ringrazia Poste per aver investito nel suo percorso; per **Stefania De Rosa** è stato uno stimolo a riflettere profondamente sul proprio approccio. **Marco D'Elia** ne esce con maggiore consapevolezza e capacità di analisi «nella valorizzazione delle mie skill», mentre **Ilaria Evangelisti** evidenzia «il valore di strumenti concreti per costruire relazioni autentiche».

## Formazione e condivisione

**Andrea Feliciotti** ricorda l'importanza di formazione e condivisione («Ho imparato a collaborare in modo più aperto, a comunicare meglio e a riconoscere il valore che ognuno porta»), **Giuseppe Gentile** parla di mentoring e coaching come «ciliegina sulla torta», e **Cosetta Gigliotti** ribadisce il ruolo essenziale del cercare un mentore per migliorare la qualità della vita lavorativa. Per **Jessica Leo** l'esperienza ha fornito strumenti utili per affrontare sfide nuove, per **Antonella Liberio** un'occasione per «credere nel proprio stile di leadership», e per **Massimiliano Liguori** un supporto concreto nell'affrontare momenti di criticità («Riesco oggi ad essere più efficace nel gestire le relazioni con i clienti interni

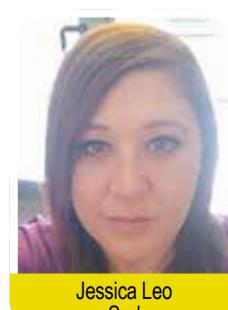
e esterni»). **Francesco Marini** ha trovato nel job shadowing un'opportunità di confronto prezioso («confrontarmi con colleghi più esperti nel mio stesso ruolo mi ha aperto la mente e acceso nuove prospettive»), **Grazia Marra** ha visto valorizzate le persone prima dei numeri, **Paolo Menichetti** ha beneficiato di mentoring e affiancamento, e **Serena Migliardi** ha tratto valore dall'analisi delle proprie aree di miglioramento («mi ha permesso di analizzare i miei punti di forza»). «Acquisire soft skills e mettersi in gioco»: così **Laura Mondo** descrive il suo percorso. Per **Marcello Antonio Pilato** è stata un'esperienza «enormemente arricchente, le iniziative formative e relazionali sono state stimolanti, offrendomi nuove competenze pratiche e una visione più chiara del mio ruolo in azienda», e **Margherita Poddi** usa la parola «fioritura», simbolo di un approccio nuovo.

## Uscire dalla comfort zone

Infine, **Anna Tanzini** parla di «una sorpresa colma di opportunità», che l'ha portata oggi a dirigere l'Ufficio Postale di Fiuggi Fonte, mentre **Roberto Tigri** ricorda gli incontri con figure di spicco e valori condivisi. Per **Giuseppe Tomasino** è stato «un viaggio stimolante fuori dalla comfort zone», e per **Rosanna Treviso**

Antonella Abeti Nord Ovest	Lorenzo Luci Centro Nord	Manuela Carinci Centro	Stefania De Rosa Centro
Antonella Liberio Centro	Francesco Marini Centro Nord	Serena Migliardi Sud	Margherita Poddi Nord Est
Massimiliano Liguori Centro	Grazia Marra Nord Est	Laura Mondo Nord Ovest	Anna Tanzini Centro
Cosetta Gigliotti Centro Nord	Gianluca Auriti Centro	Roberto Tigri Nord Ovest	Giuseppe Tomasino Sicilia
Giambattista Bruno Sud	Marco D'Elia Sud	Nicola Domenico Verde Sud	Rosanna Treviso Centro
Ilaria Evangelisti Centro Nord	Francesco Vairo Sud		

un'occasione per sviluppare maggiore determinazione. L'esperienza è stata «unica e di grande crescita» per **Francesco Vairo**, e «un'opportunità di networking e apprendimento» per **Nicola D. Verde**. **Gianpaolo Vitabile** sottolinea l'impatto del coaching nel migliorare la sua giornata lavorativa, e **Daniela Di Crescenzo** parla di una vera e propria autoanalisi che le ha permesso di capirsi meglio.

Teodoro Orlando  
Nord OvestAndrea Feliciotti  
CentroGiuseppe Gentile  
SiciliaJessica Leo  
SudPaolo Menichetti  
Centro NordMarcello Antonio Pilato  
Nord EstGianpaolo Vitabile  
Nord OvestDaniela Di Crescenzo  
Centro

**FOCUS 5** Le sessioni previste dal percorso hanno stimolato la crescita e la visione strategica

# I responsabili: «Poste ci ha aiutato a capire le aree di miglioramento»

Nuove competenze, maggiore fiducia, energia e capacità di leadership: il percorso dedicato ai talenti del Gruppo ha coinvolto anche i capi servizio di filiali, RAM e delle strutture centrali dell'Azienda. Per tutti loro è stata un'esperienza dall'impatto significativo

«È stato come un'agorà: in aula il confronto aperto e le storie condivise hanno reso l'esperienza unica. Ho tratto competenze e stimoli preziosi». È così che **Mario Russomanno**, responsabile DTO, parla del Blooming, il programma di Poste italiane pensato per il pieno sviluppo dei talenti presenti nel Gruppo. Giornate dedicate a sessioni di Mentoring, Coaching e molto altro in cui al centro è stato messo il dialogo, il confronto tra esperienze lavorative e professionali diverse per allargare lo sguardo e ampliare i propri orizzonti: in poche parole, per crescere. E infatti «il Blooming Program è stato un vero viaggio di crescita personale e professionale», racconta **Luciana Barile** (PCL), che ne è uscita non solo con nuove competenze ma anche con maggiore fiducia, energia e capacità di leadership. Un intreccio virtuoso tra professionale e personale che per **Gianluca Lorenzi** (responsabile GO di Roma 3) ha assunto l'aspetto di un «percorso introspettivo che mi ha permesso, attraverso il supporto di un team di specialisti, di far emergere alcuni aspetti del mio carattere e comprendere come poterli valorizzare al massimo nel mio lavoro quotidiano». Proprio come **Sara Mancini** (DTO), per cui il programma «si è rivelato un vero percorso di potenziamento: mi ha aiutata a guardare con maggiore fiducia alle sfide future, fornendomi strumenti manageriali più solidi, una maggiore apertura al confronto e soprattutto una rete di supporto preziosa».

## Le aree di miglioramento

Non semplicemente lezioni astratte, dunque, ma un percorso con obiettivi precisi e risultati tangibili, come testimonia il caso di **Lucia Guidi**, passata da capo settore operativo a responsabile del CS di Torino: «Questo è stato possibile anche grazie alle varie iniziative a cui ho partecipato, in particolar modo il coaching, che mi hanno permesso di lavorare sulle mie aree di miglioramento, accrescendo le mie competenze», afferma. Lo stesso si può dire per **Valentina Bari**, arrivata a Poste italiane nel '98 come portalettre: «Alla fine del percorso - spiega - mi è stata data l'opportunità di diventare capo servizio, un'esperienza che sto affrontando con tanto entusiasmo, e il programma ha sicuramente contribuito a rafforzare la mia visione d'insieme attraverso i laboratori fatti con persone specializzate». Discorso analogo per **Francesco Marini**, responsabile commerciale della filiale di Ascoli Piceno: «Grazie a questo progetto ho avuto l'opportunità di compiere un importante passo in avanti nel mio percorso professionale. Una sfida stimolante che ha rafforzato motivazione, appartenenza e confermato il valore della crescita e della formazione continua». E per **Alessio Pietro Santangelo**, il cui cammino



Mario Russomanno  
DTO



Lucia Guidi  
PCL



Carmelo Cuzzucoli  
MP Nord Ovest



Luciana Barile  
PCL



Valentina Bari  
MP Centro Nord



Eleonora Braida  
MP Nord Est



Gianluca Lorenzi  
MP Centro



Francesco Marini  
MP Centro Nord



Sara Mancini  
DTO



Laura Paglia  
DTO



Alessio Pietro Santangelo  
MP Sicilia



Federica Amici  
PCL

«si è concluso con l'opportunità di ricoprire il ruolo di Responsabile Gestione Operativa nella filiale di Siracusa». «Impatto significativo», anche sul cammino lavorativo di **Leonardo Salis**, responsabile di gestione operativa della filiale di Sassari, che ha imparato a «identificare e

lavorare sulle mie aree di miglioramento, aumentando così la mia auto confidenza e le capacità comunicative», in particolare per i confronti one-to-one, che, dice, «mi hanno permesso di affrontare le sfide con maggiore consapevolezza e di perfezionare le competenze chiave,

portandomi a ottenere risultati concreti nel mio percorso lavorativo». «Ho acquisito fiducia, consapevolezza e strumenti per affrontare le sfide future con determinazione», assicura invece **Carmelo Cuzzucoli**, responsabile GO della filiale di Como. E a «guardare alle sfide come opportunità, sviluppando competenze e consapevolezza che hanno rafforzato il mio contributo in Poste Italiane», ha imparato anche **Eleonora Braida**, responsabile GO di Gorizia. «Oggi, nel mio ruolo da responsabile, sono più consapevole del mio lavoro e del mio apporto», sintetizza **Domenico Caccia** (Responsabile Nucleo Antiriciclaggio a Napoli), che ha imparato a relazionarsi con generazioni diverse e a leggere l'azienda con occhi nuovi. Tra le attività proposte, la parte laboratoriale è stata una tra le più apprezzate: «È stata tra le mie preferite - conferma **Federica Amici** (PCL) - per le modalità di interazione proposte che hanno stimolato con una bellissima energia la consapevolezza e lo sviluppo delle nostre competenze e ruoli». «Grazie ai laboratori ho potuto mettermi in gioco in situazioni nuove, migliorando così le mie competenze trasversali, come la comunicazione efficace, la leadership e la visione strategica», le fa eco **Filippo Gugliandolo** (DTO), che ricorda una «indimenticabile sessione con il visore 3D in cui, guidati per mano da un collega, abbiamo simulato di camminare su un piccolo asse in legno sulla cima di un grattacielo». Tutte esperienze, prosegue, che hanno avuto «un impatto concreto sul mio lavoro quotidiano: oggi riesco a gestire con maggiore sicurezza le riunioni di team e ad affrontare le sfide lavorative con un approccio più strategico e consapevole».

## Rafforzare l'ascolto

Anche altre specifiche iniziative hanno lasciato il segno: una su tutte "The Cube", «spinta verso un apprendimento tramite la partecipazione in prima persona alla formazione», come la descrive **Daniele Fusi** (PCL). Un'esperienza che ha consentito di ampliare la visione nella gestione della complessità di PCL secondo **Francesco Pietro Paolo Martucci**. Le sessioni di Coaching e Mentoring sono state «decisive» anche per **Alessandro Eliseo**, responsabile commerciale della filiale di Aosta: «Mi hanno aiutato a superare limiti personali, a rafforzare la leadership, l'ascolto e a valorizzare i miei punti di forza», commenta. «Con il coaching sono riuscita ad indagare su me stessa e sulle ripercussioni delle mie scelte nel breve e nel lungo termine, sviluppando una visione d'insieme maggiore del contesto», è invece il punto di vista di **Mirta Maria Pellecchia** (PCL), mentre per **Simone Appolloni** l'interazione con un coach esperto è stata occasione per raggiungere obiettivi

Filippo Gugliandolo  
DTOMirta Maria Pellecchia  
PCLMargherita Lops  
MP SudGiordano Tombolelli  
DTOLuca D'Aleo  
PCLAndrea Grotta  
MP SiciliaDaniele Fusi  
PCLPiero Paris  
MP CentroEmma Ciceri  
DTOTeodosio Cavone  
PCLBeniamino Larocca  
DTOMatteo Lepre  
DTO

specifici. Ancora il Coaching è stato «determinante» per **Piero Paris**, responsabile GO della filiale di Latina: «Un confronto autentico – dice - che mi ha aiutato a valorizzare le mie potenzialità e a crescere con maggiore consapevolezza». Momenti resi particolarmente significativi dagli stessi coach e mentori, come accaduto a **Giulio Santoli** (DTO), che si dice «molto grato» ad Alessandra Spalluto (Corporate Mentoring) e agli «incontri con speaker unici» che «hanno reso l'esperienza davvero trasformativa». È d'accordo **Margherita Lops**, secondo cui l'iniziativa più significativa «è stata la possibilità di essere seguita da un coach che mi ha indirizzata nell'analisi

della gestione del tempo che non prescinde dalla capacità di delega». «Preziosa».

### Il rapporto con l'Azienda

**Emma Ciceri** (DTO) aggiunge: «È stato un percorso prezioso: tra corsi, jam e job shadowing ho potuto confrontarmi con i

peer e figure di alto livello, acquisendo strumenti concreti che hanno accompagnato la mia crescita a responsabile di team e dimostrato l'efficacia del progetto». Per **Manuela Falso**, «è stato un vero e proprio accompagnamento verso il mio primo incarico di responsabilità, un percorso intenso, ricco di strumenti concreti, confronto, ispirazione e consapevolezza per affrontare con fiducia

questa nuova sfida». E poi le company visit per toccare con mano altre realtà aziendali, come quella della Coca-Cola, ricordata da **Andrea Costagliola Di Polidoro** (DTO), e ad Avio Spazio, che ha permesso a **Giordano Tombolini**, anche lui DTO, di unire «la passione per lo spazio alla possibilità di confronto con professionisti di un settore di eccellenza tecnologica». Nel complesso, «un'esperienza unica di crescita a 360 gradi, un'occasione per mettermi in gioco e sperimentare divertendomi», per **Teodosio Cavone** (PCL). «Un viaggio alla scoperta di me stessa» per **Lorenza Odino** (responsabile commerciale della filiale di Asti), «di scoperta e cresciuta personale» per **Ilenia Pe-**

**rendellini** e che ha insegnato a **Clelia Settembre** (responsabile commerciale della filiale di Alba) una lezione fondamentale: «Ho imparato che la vera leadership parte dalla consapevolezza di chi siamo e del valore che portiamo. Con esercizi coinvolgenti e momenti di confronto, ho raffor-

zato motivazione e fiducia e ho acquisito strumenti pratici per migliorare la mia leadership». Torna la leadership nelle parole di **Luca D'Aleo** (PCL), che in questo campo ha accresciuto la sua competenza, e in quelle di **Beniamino Larocca** (DTO), che ha rafforzato la sua capacità di gestione del team. Tutto questo anche grazie all'acquisita capacità di «uscire dalla mia zona di comfort, aprirmi al confronto e scoprire nuove prospettive», ha detto **Roberta Jannicola**, tra i responsabili di Postepay. Per molti il progetto si è tradotto anche in un rinnovato rapporto di fiducia con l'azienda: il progetto è stato infatti «una conferma dell'impegno di Poste Italiane nella valorizzazione delle persone», afferma **Laura Paglia** (DTO). Della stessa opinione **Andrea Grotta**, responsabile gestione operativa della filiale di Enna, che è uscito dalle giornate di formazione con una visione aziendale arricchita. Insomma, una strada, quella del processo di talent review di Poste Italiane, percorsa insieme a colleghi e colleghi con vari background alle spalle, disseminata di attività e nuovi incontri. «Sono riuscito ad arricchire ed evolvere la mia "cassetta degli attrezzi" professionale» conclude **Matteo Lepre** (DTO): «A real blooming!».

Domenico Caccia  
AntiriciclaggioLorena Odino  
MP Nord OvestFrancesco Pietro Paolo Martucci  
PCLGiulio Santoli  
DTOManuela Falso  
BancoPostaIlenia Perendellini  
MP CentroLeonardo Salis  
MP CentroAlessandro Eliseo  
MP Nord OvestSimone Appolloni  
MP CentroAndrea Costagliola  
Di Polidoro - DTOClelia Settembre  
MP Nord OvestRoberta Jannicola  
PostePay Spa

**FOCUS 6** Le testimonianze di coach e mentor che hanno “lanciato” i colleghi più giovani

# «Lavoriamo su fiducia e sicurezza per accompagnare i nostri talenti»

Relazione, reciprocità, scambio, ascolto, sviluppo professionale sono alla base del processo di affiancamento che prevede, in alcune fasi cruciali, cicli di incontri che stimolano consapevolezza, cambiamento e miglioramento delle performance

In Poste Italiane lo sviluppo delle persone passa anche attraverso percorsi strutturati e di grande valore umano. Due iniziative in particolare testimoniano questo impegno: la Scuola di Coaching, che ha formato circa 80 colleghi secondo standard internazionali e attiva ogni anno centinaia di percorsi individuali e di gruppo, e il Corporate Mentoring, avviato nel 2018 e oggi consolidato con oltre 200 mentor iscritti all'Albo aziendale. Il coaching permette a colleghi formati e a professionisti esterni di accompagnare talenti, manager e giovani in momenti cruciali di crescita, con cicli di incontri che stimolano consapevolezza, cambiamento e miglioramento delle performance. Il mentoring, invece, valorizza il patrimonio di esperienza e conoscenze dei manager senior, mettendoli a disposizione dei colleghi più giovani in un confronto non gerarchico che favorisce lo scambio, la contaminazione e la diffusione di una leadership generativa. Due strumenti diversi, ma complementari, che hanno un unico obiettivo: far emergere le potenzialità delle persone, rafforzare la cultura aziendale e costruire insieme il futuro di Poste Italiane.

## Al centro del coaching

Essere coach in Poste Italiane e, più in particolare per il processo di talent review, significa saper guardare le persone nella loro interezza, riconoscerne le sfumature e accompagnarle verso nuove consapevolezze. Come racconta **Adalgisa Amendola**: «Cosa vuol dire essere coach in Poste Italiane? Ammirare persone con i più svariati talenti, emozioni e ambizioni e aiutarli a credere e crescere». Un percorso che non si limita a tecniche o formule predefinite, ma che si costruisce insieme. Lo sottolinea bene **Carlo D'Alessio** (Ruo): «Il coaching non è un percorso lineare né un manuale rigido da seguire passo dopo passo; è piuttosto una mappa dinamica, fatta da obiettivi, sfide, scoperte interiori, consapevolezze e allenamenti quotidiani, che si disegna mentre la si percorre insieme al coachee». In questo viaggio, ogni relazione è unica e porta valore reciproco. «Un percorso di profondo arricchimento anche personale in cui impegno, volontà ed obiettivi trovano il loro allineamento», afferma **Anna Iollo** (Ruo). E se per **Antonio La Torre** l'entusiasmo nasce dal «supportare le persone a raggiungere i loro obiettivi, a credere nel loro potenziale e trovare le giuste leve per esprimere», per **Anna Lucia** (Rcg) la vera ricompensa si riassume in poche parole: «Il mio regalo più grande? Vedere i cambiamenti accade-



Lisa Di Fermo  
BancoPosta



Carlo D'Alessio  
Risorse umane



Antonio La Torre  
Risorse umane



Anna Lucia  
Prevenzione frodi



Carmela Staffieri  
Tutela aziendale



Anna Iollo  
Risorse umane



Enrico Chiarini  
DTO



Maria Tilaro  
Risorse umane



Marzia Zanobetti  
Mipa



Silvia Viscardi  
Risorse umane



Guglielmo Vender  
Comunicazione interna



Paola Romito  
Risorse umane

re». Suggestiva la metafora di **Marco Pecorari** (Ruo), che paragona il coaching a una barca a vela, «che coglie le sfide del vento per imparare a governare la rotta», a un ponte che accompagna «da dove sei a dove vuoi arrivare» o ancora a «un giardino che coltiva semi nascosti e li fa fiorire». Per lui, resta soprattutto «un viaggio fatto insieme profondamente emozionante e sempre nuovo dove affrontare le cose senza giudizi e senza fretta».

## Un percorso costruito sulla fiducia

La forza del coaching nasce da un contesto accogliente, libero dal timore del giudizio. **Lisa Di Fermo** (Bp) lo descrive così: «Un ambiente dove mettersi

in gioco sentendosi supportati: è quello che i talenti cercano per raggiungere la loro meta». Spazi protetti e autentici sono al centro anche della visione di **Roberta De Turris**, per la quale coaching significa «creare uno spazio di dialogo sicuro, con presenza, ascolto e assenza di giudizio, in cui l'altro può esplorare con fiducia nuove possibilità e risorse». Ogni incontro, spiega **Maria Tilaro** (Ruo), è «una tappa e serve a definire la mappa delle possibili strade». Un cammino che richiede «spazienza e micro-aggiustamenti perché la piantina possa sbocciare; presenza e attenzione per facilitare il suo percorso di espansione». A confermare questo approccio è anche **Guglielmo Vender** (Ci), che individua nel dialogo condiviso l'essenza della pratica: «Un elemento che ho sempre ritrovato nella pratica di coaching è quello della co-creazio-



Alberto Foddi  
Risorse umane

ne tra coach e coachee, un processo nel quale il coach coltiva fiducia e sicurezza nel coachee, è presente nella relazione con lui». La capacità di trasformare ostacoli in opportunità emerge invece nelle parole di **Silvia Viscardi** (Ruo): «Ogni limite diventa un'occasione per ripartire, ogni impedimento il passo successivo, il prossimo gradino. Allenare il talento è proprio

questo: dedizione, costanza, resilienza ma soprattutto energia». Anche **Marzia Zanobetti** (Mipa) mette al centro la relazione: «Il processo di coaching svincola un potenziale da esplorare in una relazione professionale caratterizzata da fiducia, da riservatezza e da umanità». E c'è infine chi, come **Monica Pilleddu** (Arra), vive i momenti di svolta con emozione: «Il coach allena il coachee ad essere consapevole dei propri talenti e ad esprimere i valori che li valorizzano al meglio. Il mo-



Marco Pecorari  
Risorse umane



Monica Pilleddu  
Affari regolatori



Fabiana Stiacci  
Risorse umane



Agnese Zamuner  
Risorse umane



Laura Lino  
Postel

mento più bello di ogni seduta? Quando il coachee ti ringrazia perché: «Questa domanda mi ha aperto una finestra!».

### Crescita reciproca e nuove consapevolezze

Quindi, il coaching non è solo un dono per chi lo riceve, ma anche per chi lo offre: «Ho avuto l'occasione di accompagnare alcuni colleghi in questo percorso e veder fiorire il loro talento: un'esperienza che ha fatto crescere tantissimo anche me!», racconta **Alberto Foddai**. Un contributo decisivo è quello rivolto alle nuove generazioni, come spiega **Enrico Chiarini**: «Il percorso di Coaching per giovani talenti ha l'obiettivo di supportarli in un processo di maggiore consapevolezza sulle loro risorse interne e potenzialità e di accompagnarli nel rendere naturale il loro utilizzo in ambito professionale e anche personale». Fondamentale è anche il lavoro sulle emozioni: «L'allenamento della gestione delle emozioni è il primo passo per portare il coachee ad un primo livello di consapevolezza dei propri stati emotivi, dei sentieri emozionali ricorrenti», osserva **Laura Lino**. Per **Agnese Zamuner** (Ruo), il percorso diventa addirittura letterario: «Il coaching è un viaggio di scoperta reciproca: spesso dico ai coachee che mi sento "indegnamente" Virgilio nella Divina Commedia e che li accompagnano in un percorso di scoperta e di consapevolezza delle proprie risorse». A chiudere è **Fabiana Stiacci** (Ruo), che ricorda come il coaching non sia solo una metodologia, ma un gesto profondamente umano, «capace di accendere scintille di talento e di renderle luce per il futuro». «Dalla mia esperienza di coaching con i giovani talenti - afferma **Paola Romito** - mi porto a casa il senso della prospettiva che è un potente integratore di coraggio e attivatore di cambiamento. La positività dello sguardo dei giovani è un carburante da cui dovremmo attingere tutti, soprattutto se di generazione diversa perché permette di rendere possibile l'impossibile». **Carmela Staffieri** di Tutela Aziendale aggiunge: «Per me essere coach non è un ruolo che si indossa a tempo. Il coaching si incarna, scorre dentro sessioni e relazioni. Spalanco le porte all'ascolto di ogni storia in una relazione creativa di sviluppo, scoperta e viaggio emozionale».

### Le voci del mentoring

Il mentoring è innanzitutto un'esperienza personalizzata, capace di adattarsi a ogni percorso: «È una full immersion – per dirlo con le parole di **Anna Onza** - nel mondo del Mentee per supportarlo nel suo percorso in azienda. Gli incontri devono essere un piacere e mai un obbligo». C'è chi, come **Francesco Bianchi** (Mp), ha fatto del mentoring un'esperienza di lungo corso: «Il mio impegno come mentor in azienda, che parte dalla prima edizione del 2018, mi ha consentito di incontrare e conoscere molti colleghi di diverse strutture aziendali: la relazione, il dono, la reciprocità, lo scambio, l'ascolto, la fiducia e la dimensione dello sviluppo personale e professionale si sono rivelati in ogni sessione gli elementi straordinari che hanno fatto la differenza». Esperienza pluriennale anche per **Lucia Buonomo** (Mp): «Mentor da sette anni, ho la fortuna di poter mettere a disposizione competenze e risorse personali, con i Mentee assegnati, una volta al mese per la durata di sei mesi ciascuno». E se **Antonello Chidichimo** (Pcl) definisce il mentoring «un viaggio che risveglia consapevolezza» in cui «attraverso l'ascolto e la fiducia, è possibile stimolare le persone a far emergere i propri talenti e visioni nuove», per **Francesca Cipollaro** (Postepay) partecipare al programma aziendale è soprattutto «un'occasione preziosa per



diffondere valori come ascolto, vicinanza e rispetto. Condividere esperienze, confrontarsi, creare networking e sostenere i colleghi arricchisce tutti e fa sentire parte di una grande famiglia».

### Fiducia, ascolto e responsabilità

Molti mentor riconoscono il valore delle emozioni nella relazione. «Come mentor, punto molto sulle leve emotive: ascolto, empatia e gestione delle emozioni», racconta

**Salvatore Lasalvia** (Rcg), convinto che «la vera realizzazione non dipende tanto dal ruolo svolto quanto dalla qualità delle relazioni e dalla stima che si riesce a meritare». Lo stesso orientamento emerge nelle parole di **Luciano Martin** (Pcl), per il quale il mentoring significa «supporto all'emersione dei talenti, contribuendo a generare una visione più aperta e completa dell'Azienda». Ed è «un cammino che si fa insieme, che arricchisce tanto il mentee quanto il mentor», aggiunge **Alessandra Mazza** (Mp), «un vero e proprio percorso di scambio dove entrano in gioco visione ed esperienza». Anche la struttura del programma ha un ruolo importante: «Molto efficace il Corporate Mentoring Program organizzato da RUO che ha consentito di lavorare preliminarmente sul mio assetto personale», osserva **Alessandro Milo** (Dto). Per **Paola Painelli** il percorso è «un viaggio condiviso fatto di comprensione, fiducia, riflessione critica e scambio. Nutre la scoperta delle proprie risorse rendendole vive». La responsabilità è al centro del racconto di **Marcella Ricci**, che definisce il mentoring «un cammino di scoperte, dove affidarsi e confidarsi è fondamentale per affrontare i percorsi più complicati». Essere mentor, aggiunge, «è una grande responsabilità e in quanto tale, richiede preparazione, concentrazione, empatia e ascolto attivo. Davvero un laboratorio in cui sperimentarsi, fortificarsi e mettere basi consapevoli per una crescita sostenibile».

### Lo scambio che arricchisce entrambi

Il primo passo, sottolinea **Rita Veroni**, è la consapevolezza «di entrambi rispetto all'opportunità offerta dalla nostra azienda. Con questo approccio il percorso che segue è naturale – seppur strutturato – e non può che essere un arricchimento reciproco. L'ascolto è per me lo strumento più potente da cui partire». «Sono mentor da quattro anni e ho seguito sei colleghi nel percorso di mentoring», spiega **Romolo Giacani**. «Io provo a mettere a disposizione del mio interlocutore la mia esperienza aziendale, con l'obiettivo di favorire una maggiore consapevolezza personale e lavorativa, fornendo degli strumenti che possano aiutarlo a migliorare la capacità di lettura dei fenomeni». Quindi, la riflessione di **Stefano Pongan**, che riassume l'essenza di questa esperienza come «un percorso di apprendimento adattivo a "due vettori" basato sulla relazione tra mentor e mentee, il cui fine è quello di favorire lo sviluppo personale e manageriale del mentee attraverso lo scambio di conoscenze, competenze ed esperienze».

### Corporate University

#### Formazione su misura per consolidare le competenze

Il Blooming Program ha messo a disposizione pacchetti formativi personalizzati in linea con il contesto lavorativo dei partecipanti, ricevendo feedback estremamente positivi. Il percorso «Embracing Complexity», rivolto a 103 talenti, è stato progettato per rafforzare le competenze necessarie alla gestione della complessità: visione d'insieme, collaborazione, agile leadership, propensione al cambiamento, capacità decisionale ed execution. Alla «Leadership Gym» per DUP hanno preso parte 166 talenti, mentre 92 risorse hanno seguito lo Skills Training, focalizzato sullo sviluppo di abilità legate alla gestione della complessità, alle tecniche di negoziazione e alla gestione del conflitto. Il laboratorio di Public Speaking ha coinvolto 15 talenti di Ingegneria & Operations attraverso esercitazioni pratiche, mentre l'iniziativa di Formazione Manageriale «Workshop Cultura dell'Errore», proposta a 62 risorse tramite il format Companies Talks, ha raccontato la storia di un'importante azienda capace di trasformare gli errori in leve di evoluzione e successo. Sempre ai top talent di Ingegneria & Operations è stato dedicato uno study tour, che ha visto la partecipazione di 11 talenti e che ha avuto come obiettivo la creazione di momenti di contaminazione e confronto con realtà aziendali italiane d'eccellenza, attive in diversi settori. Infine, l'iniziativa Evolutionary HR, rivolta a 72 risorse, è stata pensata per rafforzare e consolidare le competenze relazionali, fornendo strumenti pratici per affrontare situazioni complesse e gestire le cosiddette crucial conversations, in cui saper comunicare in modo efficace, controllare la dimensione emotiva e promuovere un dialogo costruttivo si rivela fondamentale.

**FOCUS 7** Ecco come funziona l'iniziativa che coinvolge tutti gli uffici postali del territorio

# La “sfida” tra Filiali celebra l'impegno e la determinazione

La fase di premiazione è un'occasione di confronto importante tra la Direzione Centrale di Poste e tutti i colleghi delle sedi territoriali rappresentati dai direttori di filiale e degli uffici postali, i consulenti e gli operatori di sportello. Un evento celebrativo molto atteso

«Squadra, passione, impegno, voglia di raggiungere un traguardo insieme». Con queste parole **Massimo Porega**, Responsabile Commerciale Mercato Privati fino a settembre 2025 e da ottobre Responsabile Mercato Reti Terze, descrive le “Champions” di Poste Italiane, ovvero gli eventi che - negli ultimi anni - premiano il risultato di squadra delle Filiali, celebrando quelle che si sono distinte per il raggiungimento di obiettivi commerciali quali-quantitativi. Il fine - spiega ancora Porega - è «valorizzare le attività commerciali e stimolare il gioco di squadra tra le Filiali e gli Uffici Postali presenti sul territorio». «Per i vincitori delle Champions non è previsto nessun premio di natura economica, ma un invito a partecipare ad un evento celebrativo di due giorni a Roma alla presenza anche del management aziendale» spiega ancora Porega, sottolineando che si tratta, di fatto, «di un'occasione di confronto importante tra la Direzione Centrale di Poste ed i colleghi delle sedi territoriali rappresentati in tutte le principali figure commerciali: dai direttori di filiale e degli uffici postali, ai consulenti e gli operatori di sportello, passando per i responsabili commerciali di di-



Da sinistra, Paolo Del Sordi, Nicola Piccioli, Andrea Aiello, Francesca Gerosa, Massimo Porega, Marcella Ricci, Francesca Sabetta e Luca Colicchia

verso livello e gli operatori front end. Tutti uniti per celebrare il traguardo raggiunto e che solo con collaborazione e gioco di squadra può arrivare». L'ultimo evento celebrato a Roma si è svolto lo scorso 19 e 20 giugno in un contesto d'eccezione, la Casina Poste, che ha ospitato le 10 migliori Filiali d'Italia per i risultati raggiunti sul Risparmio Postale nell'ultimo trimestre del 2024. «Nel corso delle due giornate circa 200 colleghi arrivati da tutte le zone d'Italia, con i vertici di Mercato Privati, Bancoposta e di Cassa Depositi e Prestiti, immersi nel verde del parco fluviale lungo il Tevere, hanno avuto anche modo di cimentarsi in competizioni ludiche e sportive - racconta Porega - Questo evento di due giorni ha rappresentato un importante momento di aggregazione tra territorio e centro e un'occasione da parte della Direzione di condividere indirizzi e strategie commerciali, con l'intento di stimolare senso di adesione e appartenenza, testimoniato dagli interventi dei colleghi arrivati dal territorio che hanno ripreso l'importanza dello “spirito di squadra”, del coinvolgimento e della determinazione nello svolgimento delle proprie attività».

## Alcuni momenti di team building a Casina Poste tra le 10 migliori filiali



Roma, una festa per oltre 200 partecipanti in una location d'eccezione: Casina Poste

# Pordenone, Trapani e Oristano tra le dieci Filiali premiate

Il gran finale della competizione sul risparmio postale si è tenuto a fine giugno nella struttura che si trova all'interno del Parco Fluviale del Tevere: spazio anche a momenti di team building per affermare la centralità del lavoro in gruppo

Casina Poste, la struttura che si trova all'interno del Parco Fluviale del Tevere a Roma, ha ospitato a fine giugno il gran finale della Champions dedicata al risparmio postale. Sono stati oltre 200 i colleghi arrivati da tutta Italia per celebrare i successi delle dieci filiali premiate dal Responsabile Mercato Privati Guido Maria Nola e dal Responsabile commerciale Mercato Privati Massimo Porega. Tutti i vincitori hanno insistito, nei loro interventi, sulla centralità del lavoro in team e sul piacere di condividere, in una location di eccezione, che in molti hanno definito "casa nostra", i successi ottenuti dai colleghi sul territorio. Nelle foto di queste pagine troviamo le filiali premiate e alcuni momenti di condivisione che hanno visto i colleghi cimentarsi in diverse attività sportive e ludiche, per consolidare lo spirito di squadra e il valore della collaborazione in campo e sul posto di lavoro.





Anche il TG1 ha dedicato un servizio agli speciali trasporti degli aerei dell'Azienda

# Cibo, farmaci e... cavalli da corsa le consegne di Poste non hanno limiti

Da Poste Air Cargo che porta i campioni equini dall'Italia alla Gran Bretagna per le gare di ippica più prestigiose, al recapito di alimenti freschi nelle principali città italiane, per arrivare al settore della sanità e dei farmaci: non soltanto e-commerce nella nostra logistica quotidiana



di **Pierangelo Sapegno**

Il cavallo sale placido sull'aereo di Poste Air Cargo. Garretti appiombato, passo lento. Appena uno sbuffo. Ha un mantello lucente color torba, la folta criniera appoggiata sul collo, e si lascia condurre senza storie dentro all'abitacolo. Il comandante Thomas Aggio spiega: «I cavalli da corsa li trasportiamo soprattutto in Inghilterra e Irlanda, dove vanno alle gare». Questa notte no, però. In questo giro di spedizioni non c'è nessun cavallo. In compenso il cargo è pieno lo stesso, con i sacchi blu ammucchiati negli spazi. Roma Fiumicino, buio pesto. Una inviata del Tg1 racconta il viaggio. Il portellone si chiude e il Boeing 737 decolla verso Cagliari, prima tappa di una rotta fra le stelle di tremila chilometri, che comprende anche uno scalo a Brescia, nodo fondamentale del percorso, perché qui si concentra la gran parte delle merci da smistare entro 24 ore. Soprattutto pacchi blu, quelli dell'e-commerce: 159 milioni consegnati nei primi sei mesi dell'anno. La domanda non è solo in continuo aumento, ma è anche più variegata, e bisogna saper rispondere con nuovi servizi a questa costante crescita. Alla fine però le Poste cambiano faccia restando quelle che sono sempre state, con i loro portalettere e la presenza capillare degli uffici in tutto il territorio. A guidare la flotta di questi aerei cargo, gialli e bianchi, gli stessi colori dei nuovi veicoli green, ci sono 35 piloti (fra cui due donne) oltre a quelli che usciranno da una scuola voluta dall'azienda per formare altre giovani generazioni di comandanti. Silvia Baldassu, una delle due donne pilota, avrebbe una vita da raccontare: «Faccio questo lavoro da tantissimo tempo, da quando ero ancora una ragazzina di vent'anni che realizzava il suo sogno». Fra le altre spedizioni speciali messe in campo da Poste, c'è quella del servizio a domicilio con mezzi refrigerati, già operativo in più di venti città, da Roma a Milano, a Torino, Genova, Verona, Bologna e Firenze. Si chiama PosteGoFresh, per la consegna a casa di prodotti alimentari acquistati online, ed è stato possibile realizzarlo grazie a MLK Fresh, la società nata dalla joint venture tra la controllata di Poste Italiane MLK Deliveries e la Mazzocco Srl. Il servizio sarà esteso gra-



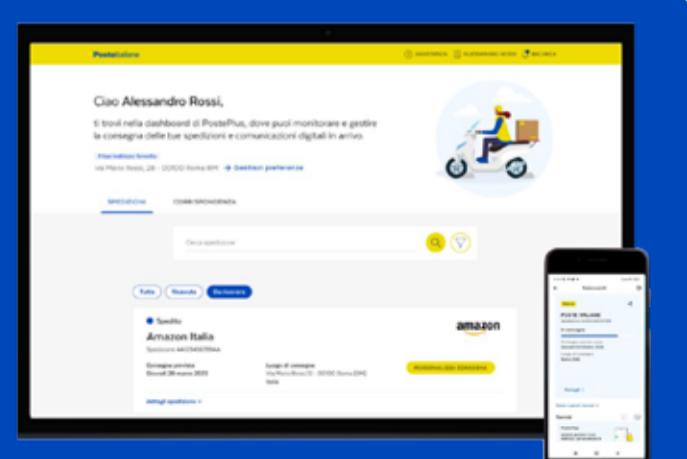
dualmente su tutto il territorio nazionale, anche perché la domanda nel segmento enogastronomico ha visto triplicare quantità e valore degli acquisti online negli ultimi quattro anni. Questa offerta è resa possibile grazie alla combinazione tra asset logistici (una flotta di mezzi di trasporto a temperatura controllata) e tecnologie innovative per la consegna personalizzata. In questo modo PosteGoFresh è in grado anche di rendere più comoda la

modalità di ritiro, visto che il cliente ha la possibilità di fissare l'ora della consegna. Poste Air Cargo è stata fondamentale anche per un concerto che si è tenuto lo scorso 17 settembre a Malta: un aereo della flotta si è recato a Vienna per caricare tutti gli strumenti musicali e per trasportarli sull'isola, in tempo per l'appuntamento. E lo stesso accadrà anche in occasione della prossima tappa, ad Helsinki, di questo atteso tour musicale. Molte operazioni presuppongono pure altri ammodernamenti. Negli ultimi tempi l'azienda ha ampliato la flotta ecologica e introdotto modelli di consegna che riducono le emissioni (300 nuovi veicoli green, che oggi sono 28.700, dei quali 6.200 completamente elettrici). Altro comparto importante sul quale le Poste stanno aumentando il loro intervento, soprattutto dopo la pandemia, è quello della sanità. L'azienda si è da poco aggiudicata un contratto decennale per stoccaggio, gestione e distribuzione dei farmaci e dei dispositivi medici delle aziende sanitarie che fanno capo all'Asp di Cosenza, grazie a uno Special Purpose Vehicle, appositamente creato per l'occasione. Tutti questi nuovi servizi e questi importanti ammodernamenti sono stati resi possibili grazie alla crescita dell'azienda. Nel 2024, sono state effettuate circa 4.700 tratte, per oltre 7.000 ore di volo, trasportando più di 16 mila tonnellate di prodotti, di cui 3.200 di posta, 8.700 di pacchi e 4.300 tonnellate di altra tipologia di merce. I ricavi totali, nell'ultimo anno monitorato (il 2024) sono in crescita dell'11,2% rispetto al 2023, con i ricavi da attività di mercato che schizzano addirittura a +74%. ●

## PostePlus rivoluziona la consegna: la personalizzazione è a portata di click

Con PostePlus l'Azienda ridefinisce il concetto di consegna, trasformando l'indirizzo fisico in un vero e proprio indirizzo omnicanale. In modo semplice e veloce, il cliente può infatti monitorare e gestire in tempo reale la consegna di posta e pacchi in arrivo, abilitati dal mittente, scegliendo non solo dove, ma anche quando riceverli secondo le proprie esigenze. PostePlus, servizio gratuito e disponibile sia sul sito web poste.it che sull'App Poste Italiane, mette a disposizione una dashboard unica che permette di seguire e personalizzare spedizioni e comunicazioni in arrivo, gestite da Poste, rendendo l'esperienza di delivery più flessibile e smart. La gestione della consegna diventa così un processo dinamico: le spedizioni dei propri acquisti online possono arrivare a casa o in ufficio, in un punto di ritiro o locker della

rete PuntoPoste o in un ufficio postale alternativo, mentre le Raccomande e gli Atti Giudiziari abilitati possono essere ritirati comodamente in digitale, direttamente sul proprio dispositivo mobile o sul web. PostePlus consente di restare sempre aggiornati sullo stato delle spedizioni in arrivo attraverso notifiche in App Poste Italiane, email e in Bacheca. Permette di visualizzare le spedizioni già ricevute e quelle in arrivo, impostare le proprie preferenze di consegna e giacenza e modificare il percorso di consegna con grande libertà. È possibile far recapitare un pacco a un vicino, in un luogo sicuro come garage o giardino, rimandare la consegna a una data successiva o perfino posticiparla durante le vacanze. Anche la gestione della posta tradizionale si evolve: la corrispondenza



ritirabile online può essere consultata direttamente tramite app e sul sito, con la possibilità di apporre firma digitale e completare il ritiro in tutta comodità, senza dover aspettare l'arrivo del portalettere.



In viaggio  
per incontrare  
tutta l'Italia  
di Poste



# L'Italia di Poste

Dal 1908 il Palazzo ospita la sede centrale delle Poste

## L'ex teatro storico di Parma è diventato un ufficio postale

Un gioiello inserito in un contesto cittadino di efficienza e crescita commerciale

la Filiale gestisce un patrimonio di 4,27 miliardi di euro e oltre 200mila clienti



Il team della Filiale di Parma



L'ex Teatro di Parma, oggi sede dell'ufficio postale del centro della città



I dipendenti dell'ufficio postale di Parma Centro

Quando parla della sua sede di lavoro, a **Rosalia Montellaro** si illuminano gli occhi. È la direttrice dell'ufficio postale di Parma Centro, uno dei più belli d'Italia, non a caso ribattezzato "teatro". «Da due anni sono direttore lì e prima di farlo non immaginavo quanto fosse bello quel luogo e il ruolo che ricopro» racconta Rosalia nell'incontro con Postenews, alla presenza del Direttore del giornale Giuseppe Caporale. L'ufficio è praticamente fermo nel tempo: la sua storia parte dal 1687, anno in cui il duca di Parma Ranuccio II Farnese commissionò la costruzione di un nuovo Teatro Ducale, affidando il progetto a Stefano Lolli. Ne uscì un tipico teatro "all'italiana", con 112 palchetti disposti su quattro ordini e una capienza che superava i mille spettatori. Feste, concerti e i grandi momenti dell'opera barocca italiana, dall'avvento dell'opera neoclassica all'epopea di Gioacchino Rossini. Il teatro era una sorta di agorà: al suo interno si concludevano affari, si intavolavano trattative, ci si incontrava e si giocava anche d'azzardo. A tal punto che la situazione scappò di mano e allora – nel 1775 – venne imposta la decisione di un codice di comportamento che bandiva spade e cappelli, imponeva il silenzio in sala e anche nelle visite tra i palchi. Nel 1829 il Teatro chiude i battenti e la costruzione viene abbandonata. Il palco di Parma diventa il Teatro Regio e bisogna attendere il 1908 per la riqualificazione del Palazzo che diventa la nuova sede centrale delle Poste e Telegrafi: una splendida sala che viene conservata intatta ancora oggi. «Ho detto spesso che non lavoro in un ufficio postale, ma in un teatro, ed è il più grande della provincia di Parma – continua Rosalia – Non a caso è stato inserito tra le mete da visitare a Parma e al suo interno ospita uno sportello filatelico», del quale si occupa **Luciana Ferrari**, che aggiunge: «C'è uno sportellista dedicato full time e uno spazio espositivo accessibile a tutti, compresi i turisti».

### La contaminazione positiva

Un gioiello inserito in un contesto di enorme efficienza, perché questa è la fotografia della Filiale e del territorio di Parma. Il Direttore di Filiale **Riccardo Cazzola** («Sono ormai prossimo al congedo» precisa sorridendo) gestisce le attività con un piglio impecca-



I colleghi del Centro Logistico di Parma

bile e dinamico. Per la Filiale parlano i numeri, che lui stesso elenca prima di cedere il "proscenio" (rimaniamo in tema) ai suoi collaboratori: «Abbiamo una forte presenza femminile, il 72% del personale, e dal 32% di laureati, un dato che testimonia un miglioramento nel livello di formazione delle risorse che si occupano della consulenza ai clienti. Sono rappresentate tutte le generazioni, dai boomers alla Z. Già dodici giovani di generazione Z, su un totale di 377 risorse, ricoprono ruoli di responsabilità: un segnale concreto delle opportunità che l'azienda sa offrire». Gli dà man forte il responsabile RUO **Concetto Giarratana**: «A Parma

si vive una convivenza tra generazioni che porta a una "contaminazione positiva", anche se la maggioranza appartiene alla generazione X. I baby boomers, dal 2020 a oggi, sono passati dal 46% al 18%. Attualmente abbiamo 87 responsabili di struttura, di cui il 67% donne. Le promozioni hanno riguardato soprattutto la generazione Y, con una percentuale del 68,2%. Il territorio è vasto e **Giuseppe Lezoli**, RGO, fa una panoramica dell'impegno: «L'area di competenza conta 454 mila abitanti e 113 uffici postali. Dieci di questi sono hub, che definiamo piccole filiali e che hanno il compito di gestire il territorio. Stiamo investendo molto anche nei

centri più lontani, offrendo sempre nuovi servizi: in totale serviamo oltre 7 mila clienti, pari a 209 mila famiglie». L'efficienza che accennavamo prima permette alla Filiale di brillare per quanto riguarda le classifiche di Gestione Operativa: «Secondo i kpi di agosto 2025 siamo secondi in macroarea e 12esimi in Italia. Nel 2024 siamo stati sesti in Italia e nel 2023 ventitreesimi».

### La ricchezza di Parma e di Poste

Parma è da sempre tra i comuni più ricchi d'Italia e Poste Italiane gioca la sua parte anche nei risultati commerciali e nel risparmio. «Lo stock patrimoniale della Filiale am-

monta complessivamente a 4,27 miliardi di euro e i clienti collegati a questo stock sono 202.557 – spiega **Gianluigi Martella**, Responsabile Servizio Commerciale, in questa Filiale da giugno scorso - I dati della Filiale sono in controtendenza rispetto al resto d'Italia: qui risparmio e investimenti superano la liquidità, segno che i clienti stanno acquistando consapevolezza. La gestione è divisa in 67 portafogli tra SCF Dinamici, SCF Personal, Premium, SCM e SCB. La vera sfida è riuscire a coinvolgere i 123 mila clienti non ancora "portafogliati", cioè coloro che hanno avuto rapporti con noi molti anni fa oppure non hanno un consulente dedicato. Sono clienti meno fidelizzati, magari hanno solo una Postepay, e l'obiettivo è conoscerli meglio in termini commerciali».

### Il valore delle persone

Accanto ai numeri, c'è il valore delle persone, come sempre quando di parla di questa grande Azienda. Come nel caso dell'ufficio di Parma 5, dove "ci si sente come a casa": «Nel nostro ufficio abbiamo creato un Punto Casa e Famiglia, in cui il cliente si sente davvero accolto – spiega la DUP **Cristina Aldigeri** – Non a caso le recensioni che riceviamo sono molto positive e lo dimostra il punteggio TCES di 100 su 100. Ci distinguiamo sia per la qualità che per la quantità, tanto nella consulenza quanto nella sportelleria». O come nel caso dell'hub di Fornovo di Taro, capofila di una rete di 8 uffici spoke: una sinergia di 14 persone tra DUP, OSP, SCF e SCM in una zona che «conta circa 14 mila abitanti, la metà dei quali è cliente di



Il team del Centro di distribuzione di Fornovo



Il Centro di distribuzione di Borgo Val di Taro

### Le immagini del forum con Postenews



L'incontro organizzato da Postenews presso la Filiale di Parma

Federica Spaggiari

Enzo Sicurella

Federica Spaggiari

### Borgo Val di Taro: per le consegne conoscere le persone è fondamentale

Il Centro di Distribuzione di Borgo Val di Taro copre un'area ampia e complessa, che arriva fino al confine con la Liguria. A guiderlo è **Monica Ottomani**, responsabile e caposquadra. «Il territorio è vasto ma la squadra lavora in forte collaborazione.

Sulla carta consegniamo a giorni alterni, ma in realtà, non avendo competitor, garantiamo il servizio anche nei giorni di zona spenta. La consegna si basa soprattutto sulla conoscenza delle persone e dei luoghi». Accanto a lei lavora **Fabio De Vincenzi**, portalettere nato e cresciuto a Borgotaro. «Ho avuto la fortuna di lavorare sempre nel mio paese. Oltre alla consegna mi occupo delle lavorazioni interne», spiega. In questa zona di confine Poste è radicata nella comunità e nei legami di prossimità.



Monica Ottomani



Fabio De Vincenzi

Poste. Il patrimonio totale supera i 200 milioni di euro» spiega il responsabile **Claudio Bianco**. O come, infine, il caso di Medesano, dove è stata creata una sala consulenza da dicembre: la dup **Vanessa Guidotti** può andar fiera del dato che vede il suo ufficio premiato tra Emilia-Romagna e Marche come top performance dopo aver inserito il nuovo SCF **Sebastian Canzoneri**, assunto da pochi mesi.

### I numeri del recapito

L'efficienza in ambito Mercato Privati si ritrova uguale nella fase di recapito: Parma appartiene alla RAM 3, insieme a Piacenza e Reggio Emilia, e a parlare di numeri e risultati è il responsabile **Antonio Delle Cave**. «Nella provincia di Parma ci sono sei uffici, con un totale di 838 risorse, di cui 677 sono portalettere. Abbiamo un solo centro di lavorazione (CL). Il ricambio generazionale è costante e l'età media si sta abbassando. Le stabilizzazioni sono state 25 nel 2024 e 32 nel 2025, solo nella provincia di Parma. La città conta anche cinque CD: l'ufficio più grande è Parma, con 62 addetti al banco, 30 linee business e 9 linee mercato. I volumi parlano chiaro: 90 mila pacchi al mese, con una media di soli 10 al giorno che non ven-

gono consegnati; 4 milioni di lettere l'anno e 1 milione di raccomandate». Tante le storie di crescita professionale in ambito logistico, come quella di **Leonardo Golia**, caposquadra proprio al CL di Parma: «Sto affrontando un percorso di crescita con il programma POP, orientato allo sviluppo professionale. Ho già ricoperto il ruolo di caposquadra in un CD e ora lo svolgo in un CL».

### Piantine e talenti si "coltivano" a Colorno

Colorno è un comune di novemila abitanti nella bassa parmense, noto per la Reggia, considerata tra le 25 più belle d'Europa. Ma è anche una terra dove Poste Italiane fa la parte del leone nonostante – in controtendenza con il resto del Paese – gli istituti bancari si siano potenziati e dove la desertificazione bancaria rimane ignota. «Il nostro ufficio postale ha una superficie di 380 metri quadrati e a breve inizieranno i lavori per il progetto Polis – spiega la direttrice **Maria Fiorini** – All'interno è presente anche il PDD di recapito e, a lavori conclusi, avremo un impianto fotovoltaico, colonnine di ricarica e nuove piantumazioni già previste». Nonostante il continuo ricambio di personale, l'ufficio ha mantenuto continuità nei risultati ed è quello con l'età media più bassa della provincia. «A Colorno facciamo crescere sia le piantine sia i talenti: diversi colleghi che hanno iniziato qui hanno poi fatto carriera in Poste» afferma con fierezza Maria, affiancata dall'operatrice di gestione **Giorgia Cattani**.



Maria Fiorini



Giorgia Cattani



Il team del Centro di distribuzione di Fidenza

## IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Tra il 2020 e il 2025 la Filiale ha raggiunto risultati invidiabili grazie al valore delle persone

# Teramo cresce di 417 milioni in 5 anni con gli uffici postali in tutti i comuni

Lo spostamento della liquidità verso le opportunità di investimento, previdenza e risparmio ha portato il patrimonio a sfiorare i 4 miliardi

Sono oltre 3.300 i pacchi che ogni giorno vengono consegnati da PCL in un bacino di 130mila abitanti tra il Gran Sasso e la costa adriatica

Si ammira l'imponente bellezza del Gran Sasso lungo l'autostrada che unisce Roma e Teramo nella tiepida mattinata di fine estate che porta il viaggio di Postenews, con il Direttore Giuseppe Caporale, a conoscere i colleghi che lavorano nel capoluogo abruzzese. Nel centro cittadino, in Piazza dei Martiri della Libertà, è ancora montato il palco che ha ospitato l'evento dedicato agli 80 anni dell'indimenticato Ivan Graziani, cantautore-icona della città. A pochi passi dalla piazza centra-

le ci accoglie **Massimiliano Perazzetti**, Direttore della Filiale e motore di tante iniziative finalizzate a favorire una sola identità tra le nostre persone: esperienze per conoscersi e confrontarsi anche fuori dalle stanze di Palazzo Giusti, l'edificio neoclassico di Poste recentemente riqualificato. Trovarsi con le spalle coperte dall'Appennino e la strada spianata verso l'Adriatico è un vantaggio quando si tratta di camminare insieme: tra il 2021 e il 2024, i nostri colleghi di Teramo lo

hanno fatto verso il Rifugio delle Aquile e accanto ai fiumi, fra le castagne e nella pineta marina tra Silvi e Pineto e, metaforicamente, in tante altre occasioni dedicate al team building, alla convivialità e alla solidarietà. Momenti ai quali il DF dimostra di tenere tanto quanto ai risultati.

## Portafogli di qualità

Tra il 2020 e il 2025 la Filiale ha incrementato il proprio patrimonio di 417

miliardi, con un aumento dell'11,8% e un totale che attualmente sfiora i 4 miliardi. Una crescita sostenibile rivolta alla qualità dei portafogli, con lo spostamento della liquidità sugli investimenti, sulla previdenza e sul risparmio. Risultati che sono arrivati soprattutto grazie all'investimento sul capitale umano con azioni mirate a ottimizzare le risorse: in più occasioni, la Filiale e gli uffici postali hanno "sacrificato" le forze più brillanti per posizionarli in ruoli via via più strategici. Dieci specialisti di sala consulenza sono diventati direttori di importanti uffici postali, quattro risorse sono state spostate per il controllo interno e gli affari legali a livello centrale, nel frattempo ci sono state dieci assunzioni, otto valorizzazioni da sportello, le sale sono passate da 43 a 49. «Il mio obiettivo è mettere le persone nelle condizioni di lavorare al meglio - spiega Perazzetti - Dal 2020 abbiamo fatto circa 250 colloqui, abbiamo messo i venditori nella zona di riferimento, avvicinandoli il più possibile ai clienti. Ognuno di noi - prosegue il DF - si sente di lasciare andare le persone per una crescita sostenibile dell'azienda». Una strategia che sul medio periodo ha premiato la filiale: nel 2020 e 2021, Teramo figurava nella fascia numero uno del rank nazionale della qualità (che comprende le migliori filiali di Poste Italiane); dopo un biennio di sacrifici e di ricambio in ruoli chiave, è tornata dal 2024 ai primi posti della classifica. «Abbiamo fatto quello che facevano i nostri contadini quando decidevano di sospendere la raccolta: si scommette sul domani, sulla fortificazione della vigna, e su raccolti che saranno molto più forti rispetto a quelli che si potevano ricavare oggi».

## Le immagini del forum con Postenews



Un momento del forum organizzato da Postenews a Teramo

## La Protezione vola a Martinsicuro e Garrufo quadruplica l'Energia

Nel 2024, l'UP di Martinsicuro, presidiato dalla specialista consulente commerciale **Carmela Consorti**, con il supporto della RCZ **Marianna Napolitano**, ha conseguito oltre una volta e mezzo (+164%) l'obiettivo assegnato nella Protezione. Lo ha fatto grazie alla determinazione delle due colleghe: «Ho imparato a conoscere i nomi di ogni singolo cliente e dei suoi familiari - spiega Carmela - abbiamo cercato di instaurare un rapporto personale con i clienti introducendoli nella protezione». Carmela e Marianna hanno contattato ogni singolo medico di Martinsicuro per dare istruzioni su come facilitare il cliente nella procedura richiesta dai prodotti di protezione. Analogi successo nel 2024 (+165%), ma sull'energia, è stato ottenuto a Garrufo dalla Dup **Emanuela Giugno**, con numeri che nei primi mesi del 2025 addirittura quadruplicano le attese (+253%). «Poste Energia - sottolinea Emanuela - rispecchia la filosofia di Poste perché è chiaro, semplice, trasparente e sostenibile».



Antonio Del Casale (RCF), Massimiliano Perazzetti (DF), Fabio Ferri (RGOF), e Alessio Santoro (Resp. RUO)



Gli specialisti Consulenti in apprendistato Letizia Palermi, Ludovica Di Martino, Jennifer Pelusi ed Emanuele Barbieri

## Felici di essere portalettere: «Per noi il lavoro più bello»

La felicità di svolgere il lavoro di portalettere è tutta nelle parole delle colleghi di Teramo. Nonostante i 100 km di strada che la attendono ogni giorno per consegnare la corrispondenza e i pacchi partendo dal CL di Teramo verso Campli e Valle Castellana, **Patrizia Chicarella** non ha dubbi: «Il nostro è uno dei mestieri più antichi, siamo un pezzo di storia, anche se oggi siamo diventati telematici. Per me è il lavoro più bello perché siamo le orecchie, gli occhi e il cuore della comunità, siamo vicini nel quotidiano alle persone e riusciamo a stabilire un rapporto di fiducia. Abbiamo i numeri di telefono di tutti e siamo sempre attenti anche a quello che succede fuori dal recapito», sottolinea Patrizia raccontando di aver praticato con successo la manovra di primo soccorso a una persona anziana colpita da un infarto. **Malizia Leone**, portalettere di Isola del Gran Sasso, che arriva fino alla frazione di Casale San Nicola, ai piedi dell'imponente parete del Corno Grande, aggiunge: «Prima di entrare in Poste ero una persona molto timida, oggi conosco tante persone, si fidano di me e tutti mi chiedono consigli».



Patrizia Chicarella



Malizia Leone

## «L'emozione più grande: consegnare una bambola a una bambina cieca»

Ragioniera, con un passato decennale in un'azienda del tessile e con la passione per l'arte e la fotografia, **Barbara Di Matteo** vive con emozione la sua esperienza di portalettere, che attualmente svolge a Civitella del Tronto, dopo aver cominciato a Brescia nel 2010. «Mi sento realizzata nel contatto con la gente e nel lavoro del postino. Tra i miei clienti c'è una ragazzina non vedente: non dimenticherò mai quando le ho portato il pacco con la bambola che aspettava e lei ha esclamato alla madre "non sto nella pelle", per manifestare tutta la sua emozione nel riceverlo. Questi episodi mi fanno pensare alla gratitudine che dovremmo avere per la vita e che il contatto con l'utenza rappresenta in pieno». Nel suo lavoro le sono capitate anche esperienze negative, come quando ha dovuto difendersi dall'aggressione di un cane, ma sono state quelle positive a fare la differenza: «L'anno scorso una coppia di turisti americani era alla ricerca di una mappa di Civitella ma il negozio di gadget era chiuso. Visto l'interesse che dimostravano nei confronti della nostra terra, ho chiamato il proprietario del negozio che è venuto appositamente ad aprire. Questi turisti, un mese dopo, mi hanno scritto una cartolina dall'America: c'era scritto "per la postina Barbara"».



Barbara Di Matteo

### L'opera



"L'albero di Natale e le sue stelle" è l'opera creata dal Direttore della Filiale di Teramo Massimiliano Perazzetti e diventata nel 2023 una cartolina filatelica di Poste stampata in 11mila copie.



Il team del Centro Logistico di Teramo

responsabile Gestione Operativa della Filiale, segue da vicino l'evoluzione dei cantieri Polis (26 su 43 quelli già ultimati) e l'operatività degli uffici postali. I clienti serviti entro 15 minuti sono ben il 92%, un risultato raggardevole, così come sono invidiabili i numeri dei clienti serviti da ogni sportellista, in molti uffici oltre la media nazionale. L'attenzione alla popolazione è testimoniata anche da **Roland D'Ambrosio**, da circa un anno Dup a Roseto degli Abruzzi, che accompagna con ottime performance le persone anziane nell'alfabetizzazione digitale.

### L'incremento dei pacchi

Un importante serbatoio per le risorse di Mercato Privati è rappresentato da PCL, come spiega il responsabile Risorse Umane della Ram **Giuseppe Amoruso**. Tra Abruzzo e Molise nel 2025 sono previste circa 100 assunzioni, soprattutto di giovani che avevano già lavorato in Poste a tempo determinato. **Roberto Simone**, responsabile Produzione della Ram 3, illustra i numeri del recapito della provincia di Teramo: 130mila abitanti serviti, 19mila tra negozi e uffici, 1.270 kg di posta indescritta lavorati quotidianamente, 8.838 pezzi di posta descritta e 3.302 pacchi al giorno. I 187 dipendenti di PCL della provincia di Teramo sono distribuiti su 4 centri (il CL di Teramo e i CD di Alba Adriatica, Sant'Egidio alla Vibrata e Pineto), che possono contare anche sulla presenza di 134 punti di raccolta tra Punto Poste, Locker e tabaccai. La flotta comprende 147 veicoli, con una componente Green in espansione e pari



Le colleghi del Centro di distribuzione di Sant'Egidio alla Vibrata



La squadra del Centro di distribuzione di Pineto

ta) in parte da Ancona (per i pacchi e la posta registrata) e gestisce a partire dalle 4 del mattino circa 1.500 pacchi al giorno rifornendo anche gli altri centri di distribuzione. Tra gennaio 2024 e gennaio 2025 l'incremento dei pacchi è stato pari al 10%. La specialista Monitoraggio Qualità **Manuela Franchi** sottolinea come il CL di Teramo raggiunga 12 dei 14 obiettivi fissati dall'azienda. Il business dei pacchi vola anche nei centri che servono la fascia costiera: quelli di Pineto, diretto da **Gilberto D'Alonzo**, e di Alba Adriatica, diretto da **Tiziana Santoro**, così come in quello di Sant'Egidio alla Vibrata, diretto da **Maria Camacci**, che serve un bacino di 25mila abitanti nei paesini delle zone interne e che può contare su uno staff di 14 donne su 15 dipendenti, tra cui **Raffaella D'Este**, specialista MQ dei tre centri della provincia.

### Una crescita sostenibile

A contribuire a questa crescita sono state le tante donne alla guida degli uffici postali della costa: **Milva Di Giulio**, nel comune di frontiera di Martinsicuro, **Alessandra Matricciani**, diventata Dup a Silvi Marina dopo gli ottimi risultati ottenuti in sala consulenza a Roseto, **Simona Quadraccioni**, Dup di Atri, e **Robertha Marcozzi**, Dup di Pineto. Ad **Antonio Del Casale**, promosso responsabile commerciale dal 1° luglio scorso, spetta il compito di proseguire su quella strada: «Dietro ai numeri c'è un capitale umano, si entra in contatto con la vita delle persone». La filiale, come spiega il responsabile Risorse Umane **Alessio Santoro**, impiega 380 risorse, il 65% delle quali donne, i consulenti sono 60, molti dei quali giovani laureati, un «segna molto importante», spiega Santoro. La più giovane è **Jennifer Pelusi**, 25enne consulente di Castelnuovo Vomano, assunta nel 2024 come **Ludovica Di Martino**, 27 anni, e **Letizia Palermo**, 28 anni. Nella provincia di Teramo Poste è presente in tutti i 47 comuni con 93 uffici postali, di cui 3 centrali e 12 con sala. **Fabio Ferri**,

al momento al 65% del totale. Il CL di Teramo, di cui è responsabile **Gabriele Colatriano**, viene alimentato in parte dal canale di Pescara (per la posta indescrit-

## IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

I risultati emersi durante il Forum di Postenews: nel recapito i pacchi crescono del 20%

# Avellino capitale italiana del risparmio i libretti dei clienti valgono un miliardo

Il patrimonio della Filiale è pari a 10 miliardi, con 5,8 sui buoni fruttiferi, grazie anche all'operato di 21 Specialisti Consulenti Mobili

Salto in avanti nel digitale, con le prenotazioni online passate dal 22 al 41%, e nel progetto Polis: già 50 gli uffici postali completati nella provincia

«Avellino è la cassaforte d'Italia» afferma senza esitazioni **Teresa Cozzolino**, direttrice della Filiale irpina, mentre scorrono sullo schermo numeri in positivo, durante l'incontro con Postenews, alla presenza del Direttore Giuseppe Caporale. «Dalle analisi di Unioncamere, nel confronto 2023 sul 2024, questa zona cresce del 2,8% contro l'1,5% del Paese. Su 10 miliardi di patrimonio, 5,8 sono sui buoni e 1 miliardo sui libretti. Il risparmio delle famiglie è aumentato di 543 milioni» spiega Cozzolino. Avellino dunque, regina del risparmio, in una filiale che, per usare le parole di Cozzolino, è "SCM centrica": «Abbiamo 21 Specialisti Consulenti Mobili in un territorio molto vasto, dove c'è grande sinergia con i direttori degli uffici postali, che sviluppano ogni relazione a 360 gradi. Gli SCM fanno capo al Responsabile Commerciale di Zona». È una zona ampia quella avellinese, 394 mila abitanti in 118 comuni, con distanze che «richiedono due ore per percorrere la provincia». L'economia è radicata nei prodotti tipici: «Olio, vino, come Fiano, Greco, Taurasi, e sulla lavorazione di castagne e nocciole. È un'economia in crescita nell'agroalimentare e nel turismo».

## Una Filiale in crescita

Accanto alla tradizione, si muove l'innovazione. «Siamo molto coinvolti nel Progetto Polis - prosegue Cozzolino - abbiamo 160 UP e 115 sono interessati al Polis, che ci sta aiutando in molti servizi. Stiamo per partire con i passaporti, è iniziato il percorso di formazione. Su 115 da progetto abbiamo ultimato 50 UP, in cantiere 6 e dobbiamo farne 59 entro il 2026», conclude la DF. Sul fronte organizzativo, **Ilenia Troncone**, Responsabile RUO della Filiale (oggi in assegnazione alla sede di Napoli e sostituita ad Avellino da **Daniilo Veneri**), sottolinea la centralità delle persone: «Abbiamo 583 risorse, 300 sono donne. Per ruolo: il 49 per cento è OSP o OFE, 27 per cento DUP, la restante parte si suddivide tra staff, SCF (14%), SCM (4%) e POE». La stabilità è un punto di forza: il personale è quasi totalmente a tempo indeterminato e «abbiamo 26 apprendisti giovani, assunti come specialisti commerciali, che si stanno formando in azienda». Anche per **Angelo Leuci**, Responsabile Commerciale della filiale, il momento attuale è di espansione: «Ad Avellino, da gennaio, grazie al buon lavoro della filiera commerciale, la Filiale è in crescita sul 2024». Lo dimostrano i risultati: «Vantiamo il +3% sul risparmio postale: solo negli ultimi tre mesi, Avellino ha avuto 50 milioni di euro di scadenze solo di Buono Premium. Lavoriamo



La squadra di giovani apprendisti di Mercato Privati assunti come specialisti commerciali



I colleghi del Centro logistico di Avellino

in ottica di acquisizione, come ora con il Buono 100». Il settore Protezione ha avuto un'accelerazione sorprendente: «Oltre il +21% - commenta Leuci soddisfatto - un trend davvero positivo, perché i clienti non sono avvezzi a quel prodotto. È frutto di un grande lavoro di relazione dei consulenti». **Domenico Iermano**, Responsabile Gestione Operativa, ricorda che il cambiamento si è visto anche nei dati di qualità: «Nel 2024 la Filiale non andava bene, era centesima. Ora è migliorata. Nella qualità misurata, l'87 per cento dei clienti viene servito entro i 15 minuti». Il salto in avanti è anche sul digitale: «Con

la prenotazione digitale siamo passati dal 22 al 41 per cento. Dobbiamo insistere su questo versante, è un KPI importante per noi». Sul territorio, la prossimità con i clienti è fatta anche di episodi personali. **Marco Iando**, SCM, racconta di avere un cliente affezionato «che aveva necessità di un finanziamento in tempi brevi. Quel sabato non ero di presidio, chiamai l'RCF per chiedere la possibilità di andare sull'ufficio nonostante non fossi di presidio. Andai in ufficio il sabato mattina e trovai la soluzione».

## Recapito, Avellino strategica per la rete

La parte logistica è un altro pilastro del territorio irpino. «La provincia di Avellino è interessata da accentramento e lavorazioni interne», spiega **Lucio Micillo**, Responsabile Produzione PCL. «Il Centro Logistico di Avellino accentra le lavorazioni interne che lavora e predisponde altri centri di recapito. Ogni giorno movimentiamo 9.100 pezzi di posta indescritta e

## RISPARMIO POSTALE

+2,8

Italia: +1,5

Variazione percentuale della consistenza dei depositi bancari e risparmio postale fra 2023 e 2024



Totale 10.311.857.781

di cui: 5.840.749.183 BFP

1.466.984.496

Saldo Libretti

Fonte unioncamere 2024

€ Stock

## Censimento dei Buoni: la filiale è pilota per il Progetto Polifemo in Italia

Avellino è la prima filiale in Italia a sperimentare il Progetto Polifemo, iniziativa in collaborazione con Mercato Privati e BancoPosta dedicata al censimento delle schede di Buoni Fruttiferi cartacei non ancora riscattati. L'attività, come spiega la Gestione Operativa della filiale, prevede la scansione delle cedole cartacee non rimborsate e il caricamento nell'applicativo cliente. «I consulenti chiamano il cliente e gestiscono la scadenza in ottica di consulenza. Ciò permette anche l'emersione di buoni non censiti», spiegano da Avellino. Un'operazione che non solo recupera valore per i risparmiatori, ma rafforza il rapporto di fiducia con la clientela.

## Le immagini del forum con Postenews



Maria Giovanna Aschettino Gessica Baldi Luigi Barbieri Gerardo Bottiglieri



Francesca Carpinella Giovanni Casale Angelo Cirillo Teresa Cozzolino



La riunione con Postenews presso la Filiale di Avellino



Antonella D'Agostino Davide Nicolas Del Vecchio Angela Di Palma Silvia Fina



Cinzia Giarlerra Marco Iandolo Angelo Leuci Lucio Micillo Antonio Panarella Gerardo Tagliente



Ilaria Troncone Angelina Vagliivello Antonio Vecchia Guglielmo Venditti

## Il piccolo comune arbereshe che combatte lo spopolamento con il progetto Polis

Nel cuore della Campania, Greci è un comune di appena 600 abitanti che negli ultimi anni ha vissuto un preoccupante fenomeno di spopolamento. Unico nel suo genere nella regione, Greci si distingue per le sue radici arbereshe, una minoranza linguistica che preserva tradizioni e cultura antiche. «Con il progetto Polis – racconta **Carmine Venezia**, DUP di Greci – l'esperienza è molto familiare, si lavora in un ambiente di grande vicinanza e sostegno reciproco». Una realtà che, nonostante le difficoltà demografiche, riesce a mantenere vivo un prezioso patrimonio culturale e sociale.



Carmine Venezia

## I giovani e la tecnologia: ecco la Giornata Digitale in Filiale

Alla Filiale di Avellino, l'innovazione passa anche dalla collaborazione interna. Durante la Giornata Digitale, spiega il Responsabile Gestione Operativa **Domenico Iermano**, gli Specialisti Gestione Operativa Territoriale più giovani mettono a disposizione la propria dimestichezza con le tecnologie per aiutare i colleghi, offrendo una serie di dimostrazioni pratiche e momenti di assistenza diretta. L'iniziativa, pensata per favorire lo scambio di competenze e migliorare l'approccio digitale in ufficio, si traduce in un'occasione di formazione sul campo e di condivisione di buone pratiche. Ad Avellino si tiene anche il Progetto Facilitazione Digitale, promosso da Poste Italiane in collaborazione con la Regione Campania e inserito nel PNRR, che mira ad avvicinare i cittadini alle competenze digitali attraverso un'offerta di formazione semplice e accessibile. «Negli uffici postali – spiega **Monica Grimaldi**, DUP di Solofra – abbiamo sportelli dedicati con operatori formati che spiegano attraverso pillole formative. Abbiamo dei tablet con dei brevi corsi di educazione digitale».



Domenico Iermano



Monica Grimaldi



Il team del Centro di distribuzione di Sant'Angelo dei Lombardi

4.000 di posta descritta, con una flotta di 200 mezzi, il 30% green». Per **Silvia Fina**, Responsabile Qualità RAM 2, Avellino è «un ufficio strategico» per la rete: «Lavora un milione e mezzo di posta indescritta e 200 mila pacchi. Sui pacchi siamo a +20% e l'NPS Year To Date è al 53,5%». Chi lavora sul campo conosce bene le sfide del recapito e le risolve ogni giorno. «Uno dei principali problemi è la toponomastica», spiega **Luigi Barbieri**, addetto al recapito. «L'unico modo per sopperire è la comunicazione con i colleghi e la conoscenza del territorio». **Antonio Vecchia**, anche lui portalettere, sottolinea una peculiarità locale: «In Campania l'80% delle cassette postali è all'interno delle case». E aggiunge

ridendo, con un aneddoto: «L'unica signora che mi apre vuole sapere di chi è la posta di tutti».

### Le distanze non spaventano

Nei comuni più piccoli, le distanze diventano protagoniste. **Angelo Cirillo**, Responsabile del CD di Ariano Irpino, racconta: «Serviamo 13 comuni, la nostra estensione è di oltre 260 km quadrati e solo Ariano Irpino è di 186. Serviamo paesini da 300 abitanti e anche Ariano da oltre 20 mila: abbiamo più tipi di portalettere, da chi fa i palazzi a chi fa 10 km per una sola abitazione». E **Antonella D'Agostino**, portalettere di Ariano Irpino, gli fa eco: «La zona è talmente estesa che si sfora nella Puglia».



I colleghi del Centro di distribuzione di Ariano Irpino



Il Centro di distribuzione di Avella

## IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

Nella provincia delle 650 frazioni la presenza di Poste è una sicurezza per la popolazione

# La lettera del cliente alla consulente di Potenza: «Preziosi i tuoi consigli»

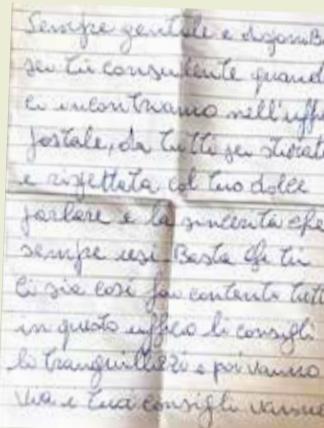
Nel messaggio scritto a mano consegnato da un cliente è sintetizzato lo stretto legame tra l'Azienda e i paesi lucani

con gli specialisti mobili che gestiscono il 38% del patrimonio della Filiale. I portalettere fanno il pieno di pacchi e di complimenti

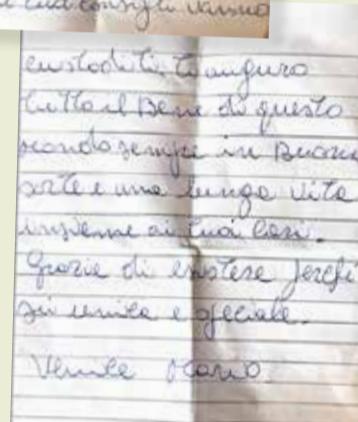
“La Basilicata esiste”, scherza **Leonardo Laurita**, responsabile del CL di Potenza, citando Nicola, il personaggio di Rocco Papaleo nella fortunata commedia “Basilicata Coast to Coast”, che negli ultimi 15 anni ha ispirato milioni di emuli del viaggio da Maratea, perla del Tirreno, a Scanzano Jonico. Un itinerario rigorosamente on the road su un territorio che comprende le Dolomiti Lucane. «In Basilicata anche il mare è in montagna», aggiunge Leonardo per sintetizzare – sempre alla maniera ironica di Rocco Papaleo – le difficoltà del recapito, con le salite sulla Panda 4X4 fino alla Statua del Cristo Redentore di Maratea. Potenza, il capoluogo di regione più alto d'Italia, si trova a oltre un'ora dal mare di Salerno e a due da quello di Taranto, da dove sono arrivati anche i colleghi della Ram per partecipare al Forum organizzato da Postenews, alla presenza del Direttore del giornale Giuseppe Caporale. La Filiale, il Centro Logistico e l'ufficio postale Potenza 4 condividono, insieme all'Acquedotto Lucano, il sito complesso di via Pasquale Grippo, ai piedi della città. A garantire il suo funzionamento e la sicurezza sono **Tania Madio**, Specialista Immobiliare, e **Giuseppe Rosario Montesano**, addetto servizio Prevenzione protezione di Tutela aziendale. Il Direttore della Filiale **Francesco Disalvo** ci spiega il ruolo di Poste in una provincia penalizzata dalla forte riduzione della produzione del distretto dell'auto di Melfi, che ha condizionato anche l'export regionale e l'occupazione dipendente nel settore industriale. Caso a parte l'attività di estrazione del petrolio che, dal sud della provincia, traina il Pil regionale. «I nostri 140 uffici postali garantiscono una vicinanza al territorio che le banche non hanno più, considerando che sono presenti solo in 47 comuni su 100. Oggi noi abbiamo 143mila clienti portafogliati su una popolazione di 340mila residenti».

## La forza dei giovani

Il patrimonio della Filiale di Potenza supera gli 8 miliardi, in gran parte raccolti dai 15 consulenti mobili, che hanno un'età media



La lettera di un cliente alla consulente Mimma De Palma

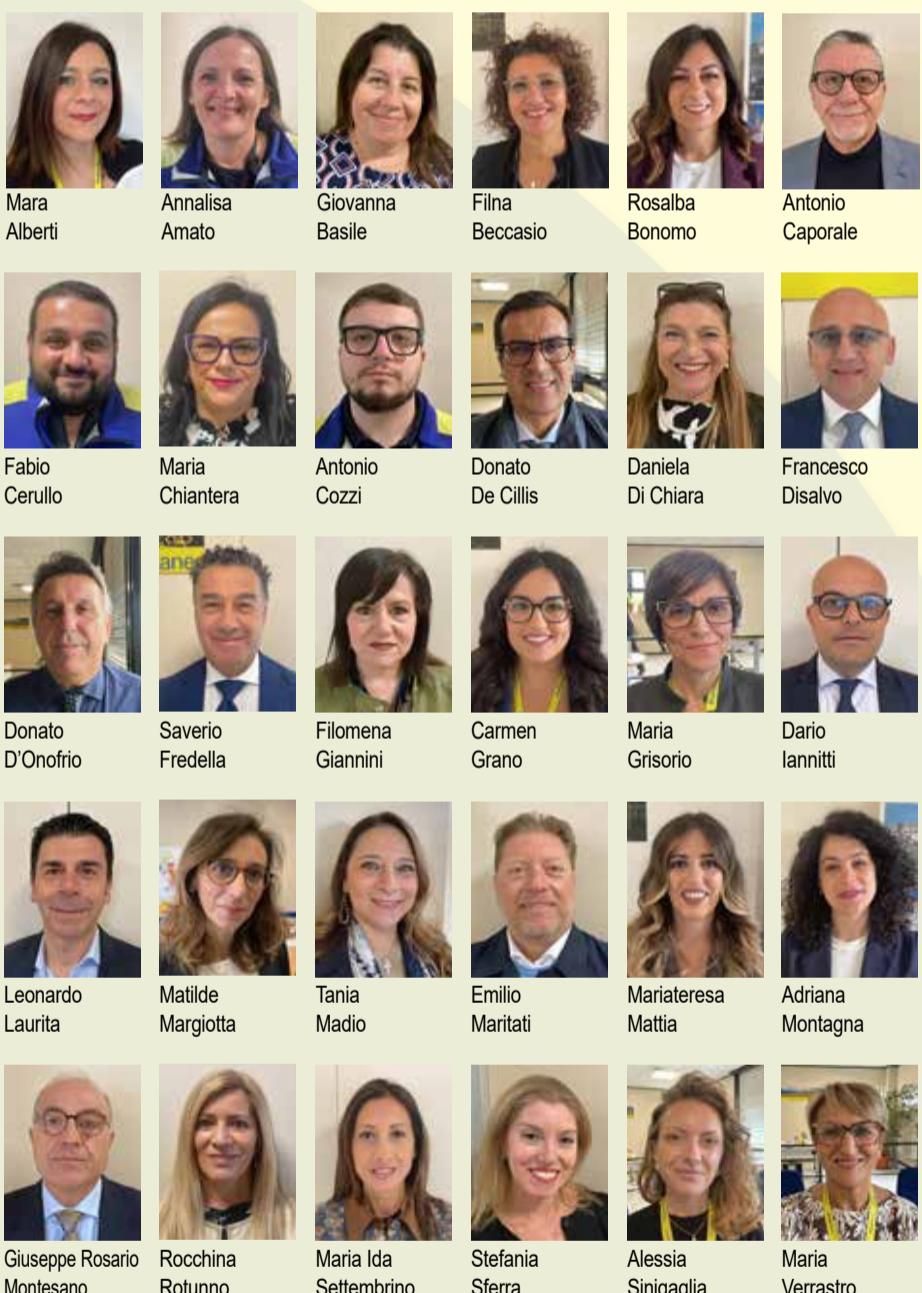


di 29 anni: «In controtendenza con quanto avviene nell'indotto di Stellantis, Poste nella nostra provincia continua ad assumere giovani – prosegue il Direttore di Filiale – Il canale degli specialisti consulenti mobili ha raccolto nel 2025 oltre 3 miliardi, circa il 38% del patrimonio». In una realtà frastagliata, divisa in 650 frazioni e con soli due Comuni con più di 15mila abitanti (Potenza e Melfi), il ruolo dei consulenti mobili è fondamentale per la squadra commerciale che, nel suo complesso, ha un'età media di 32 anni. Se è vero che, come precisa il responsabile commerciale **Saverio Fredella**, il patrimonio è ancora sbilanciato sul risparmio postale (buoni e libretti valgono il 58%) il 2025 hanno visto aumentare gli investimenti (+3,9%) e la previdenza (+3,3%), contribuendo a una crescita complessiva di 32 milioni nei primi nove mesi dell'anno. Le pro-



La squadra della Filiale di Potenza

## Le immagini del forum con Postenews



Un momento del Forum di Postenews con i colleghi di Potenza

## Missanello, dove la consulente è assessore e il Dup cena coi clienti

C'è un'area della provincia di Potenza dove il rapporto tra Poste Italiane, istituzioni locali e cittadini è particolarmente solido. A raccontarlo è **Grazia Micucci**, consulente mobile su 10 uffici nella zona commerciale della Val d'Agri, al confine con la provincia di Matera, dove operano le multinazionali del petrolio. È Grazia a raccontare di una sorta di rituale che si tiene a Gallicchio, dove il direttore dell'ufficio postale è considerato dai circa 700 abitanti del paese una figura fondamentale, come il sindaco, il medico e il parroco. Ogni mese, il giovane Dup under 30, anche lui di Gallicchio, organizza una cena con i tanti anziani che frequentano l'ufficio postale: «In questi luoghi si creano rapporti intimi e l'ufficio postale è anche un luogo di ritrovo», spiega Grazia che è anche assessore all'Ambiente e alla Cultura del Comune di Missanello, che di abitanti ne ha 400: «Quando mi telefona qualcuno del mio paese rispondo sempre, perché per me è un amico, un concittadino e anche un cliente dell'ufficio postale. Devo rispondere a tutte le esigenze che una persona che mi cerca può avere».



Grazia Micucci

## «Così abbiamo sventato la truffa nell'ufficio di Potenza 4»

La Filiale di Potenza ha insegnato ai suoi sportellisti e consulenti a tenere gli occhi aperti e a prendere coscienza del loro ruolo fondamentale nei rapporti con i clienti. È così che si è riusciti a sventare una truffa nell'ufficio postale di Potenza 4, diretto da **Carmine Paciello**, che racconta: «Una nostra consulente aveva notato questa signora che, al telefono, entrava e usciva nervosamente dalla sala. L'ho riconosciuta e mi sono avvicinato: lei mi ha spiegato che era al telefono con i carabinieri che le dicevano che il suo conto era oggetto di un'attività di antiriciclaggio e la invitavano a trasferire 20mila euro dal suo conto corrente a un conto di servizio. L'ho portata nel mio ufficio, abbiamo chiamato i veri carabinieri e ci siamo resi conto che il numero della chiamata che aveva ricevuto era lo stesso della stazione dell'Arma. È una tecnica molto diffusa di truffa che colpisce giovani e anziani. Grazie all'intuizione di una consulente – conclude Carmine – siamo riusciti a scongiurare il peggio».



Il team dell'ufficio postale Potenza 4



Carmine Paciello



Il Centro Logistico di Potenza



Il team del CD di Lauria



Le colleghi del CD di Venosa

poste commerciali nascono anche dalla qualità con cui il cliente viene servito all'interno degli uffici postali, aggiunge **Dario Iannitti**, responsabile Gestione operativa, illustrando i miglioramenti sulle prenotazioni digitali e i tempi di attesa. La Filiale impiega 508 risorse, di cui 50 under 30 e 327 donne, puntualizza la responsabile Risorse umane **Matilde Margiotta**. Tra le consulenti, motore della Filiale, ci sono **Adriana Montagna**, che gestisce i clienti premium, l'appena 23enne **Carmen Grano**, e **Mariateresa Mattia** che, quando venne assunta nel 2021, pur di non rinunciare all'opportunità che le era stata data da Poste, percorreva ogni giorno 130 km. Il loro compito non è solo commerciale, come conferma **Rosalba Bonomo**, referente commerciale di zona, mostrando a Postenews la lettera di un pensionato 70enne consegnata in un cestino di vimini creato da lui alla consulente mobile **Mimma De Palma**, 26 anni: «Da tutti sei stimata e rispettata col tuo dolce parlare e la sincerità che sempre usi. I tuoi consigli vanno custoditi».

### Le consegne

Lo stesso rapporto con le persone lo hanno i portalettere: da **Fabio Cerullo** che, rientrato a casa dopo un'esperienza a Brescia, racconta dei complimenti di un cliente, a **Rocchina Rotunno** che tra Castelmezzano e Pietrapertosa

## L'Up del piccolo comune di Tito ristrutturato per la prima volta con Polis

Il 70% dei 140 uffici postali della provincia di Potenza è coinvolto nel progetto Polis. Dei 98 previsti, 40 sono già stati completati. Nel periodo dei lavori, non sempre è semplice gestire le chiusure, spostare il personale e decidere gli uffici di appoggio, come spiega **Tiziana Telesca**, Specialista Gestione Operativa Territoriale, che racconta alcuni casi eclatanti. A Muro Lucano, che sorge sul declivio di una collina, non c'era alcuna possibilità di collocare un ufficio postale mobile: «Abbiamo creato un appoggio nella frazione di Capodigiano a 7 km di distanza – racconta Tiziana – con il sindaco che ha organizzato una navetta che due volte al giorno garantisce gli spostamenti ai clienti». C'è poi il caso del vecchio ufficio postale di Tito (circa 7.000 abitanti), ristrutturato per la prima volta grazie al progetto Polis e riaperto il 14 luglio scorso con una veste totalmente rinnovata: due sale consulenza al posto di una, ottimizzando gli spazi, e una colonnina di ricarica per i veicoli elettrici.



Il team dell'ufficio postale di Tito



Canio Veralli

## Val d'Agri, nella frazione dell'impianto petrolifero c'è un boom del recapito

La presenza degli impianti petroliferi ha trasformato Viggiano, nella Val d'Agri, in uno dei comuni più ricchi d'Europa in quanto registra nelle sue casse le royalties legate alle estrazioni. Dal punto di vista di Poste, questo significa un'attività strategica sulla consulenza ma anche sul recapito, in quanto la popolazione collegata all'indotto del giacimento della Val d'Agri conta migliaia di domiciliati, che molto spesso sono difficili da individuare, come spiega **Canio Veralli**, responsabile del Centro di distribuzione di Viggiano: «Marsicovetere è un comune di 600 abitanti con una frazione che conta circa 8.000 domiciliati: ci danno un bel po' di lavoro perché cambiano periodicamente».

## «La gioia più grande: recuperare i farmaci salvavita per un cliente»

Ci sono esperienze che danno un senso più profondo al proprio lavoro e che rappresentano un riconoscimento, secondo **Alessandro Lottino**, caposquadra al CL di Potenza. «Poco tempo fa si è rivolto a noi un cliente che attendeva un pacco contenente dei farmaci salvavita. È venuto qui ed era disperato, perché questo pacco non era ancora arrivato. Facendo delle verifiche abbiamo visto che non era gestito da noi ma siamo riusciti a individuarlo tra le consegne di SDA, lo abbiamo procurato e glielo abbiamo fatto consegnare immediatamente. Nel pomeriggio è tornato da noi felice e con dei pasticcini: è stato davvero un bel momento di umanità».



Alessandro Lottino



Lo staff del CL di Potenza

## IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

La forza della consulenza e della distribuzione tra il porto industriale e le Cinque Terre

# A La Spezia un patrimonio di 2,5 miliardi e 120 milia clienti

Spiccano il boom dei contratti di Energia, quasi raddoppiati in due anni, e l'ampia presenza femminile all'interno di Mercato Privati, con 188 donne su 250 risorse. PCL: per consegnare la posta all'isola Palmaria i portalettere prendono il traghetto

Un patrimonio di circa 2,5 miliardi e 122 mila clienti. Numeri che testimoniano l'impegno commerciale della Filiale di La Spezia, che ha visto quasi raddoppiare i contratti energia dai 1.347 del 2023 ai 2.136 del 2024, fino ai 2.253 attualmente attivi per il 2025. Il merito è soprattutto della capillarità della rete: 77 uffici postali, di cui 8 con Punti Poste Casa&Famiglia. Il tutto gestito da 250 risorse, 62 uomini e 188 donne, di cui 34 consulenti. Tra le sedi, spicca un caso particolare: l'UP di Spezia 9, che grazie a canali digitali e miglioramento della customer experience ha aumentato il numero di clienti serviti a fronte di una riduzione della pedonabilità del -3,8% nel 2024 rispetto al 2023.

## Il modello di coordinamento

Ma questi numeri non sarebbero possibili senza l'impegno dei tanti volti di Poste, come emerso durante il forum organizzato da Postenews, con il Direttore Giuseppe Caporale. Parlando di MP, **Giuseppe D'Asaro**, direttore della Filiale, afferma: «Spiccano i 43 mono operatori, i 28 UP stand alone e 5 bacini Hub&Spoke. La Macro Area Nord Ovest, con le sue 37 filiali, ha sempre fatto bene sul comparto Energia, la Filiale di Spezia è stata in questi quattro anni tra le filiali più performanti e trainanti. Sull'energia, ha vinto il modello del coordinamento tra la filiale e la sua rete». E prosegue: «Come MP abbiamo "cambiato pelle" dopo il Covid. Prima, ad esempio, avevamo il 32% degli SCF under 45, adesso il 63%». I racconti del team dei due rami d'azienda sono tanti, a partire da MP. **Chiara Manera**, SCF La Spezia centro, si sofferma a spiegare il suo lavoro: «Ho un portafoglio di 2.000 clienti che stiamo sviluppando e gestendo. Al giorno sono almeno 15 quelli contattati telefonicamente». La soddisfazione sull'evoluzione della relazione a sportello è condivisa con **Roberta Dall'Asta** (figura centrale nel modello di filiale) e **Cinzia Giannella**, OFE di La Spezia 9: «Ultimamente un cliente è tornato dopo aver stretto un contratto telefonico, chiedendo di me per farsi fare un preventivo anche per luce e gas».

## Le voci dei portalettere

Nel 2024, il Centro Logistico si è confermato un polo importante, mentre le sue performance operative hanno sempre soddisfatto le aspettative andando migliorando in tutto il 2024. I portalettere si occupano del recapito cittadino e di quello montano, dei piccoli borghi, del porto commerciale, fino al polo industriale. L'anno scorso il CL ha gestito 316.354 pacchi. La flotta ha una componente green in espansione (su 98 autovetture il 69% sono elettriche, il 100% dei quadricicli). A gestire tutto sono 171 risorse, suddivise tra il CL Spezia Crispi, il CD



I colleghi della Filiale della Spezia

## Le immagini del forum con Postenews



L'incontro di Postenews con i colleghi della Spezia

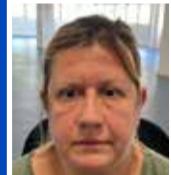
## Nello stabile green che produce 100.000 kW di energia elettrica

Lo stabile di Via Crispi a La Spezia, che ospita tutte le lavorazioni di CL e CD, rientra nell'impegno green di Poste Italiane, confermandosi un esempio concreto di sostenibilità ambientale. L'edificio è infatti autosufficiente dal punto di vista elettrico per il 50%, grazie a un moderno impianto installato sul tetto, composto da 240 pannelli solari monocristallini con una potenza nominale complessiva pari a 82 kW, collegata alla rete elettrica di distribuzione in media tensione (15 kV). Nel solo 2024, l'impianto ha prodotto 100.000 kW di energia elettrica. Nello specifico, ne produce 90.000 kW in autoconsumo (anche per le colonnine di ricarica) e 10.000 kW vengono messi in rete. A supporto dell'efficienza energetica dell'edificio, è presente anche un impianto solare termico, in fase di collegamento, destinato alla produzione di acqua calda sanitaria. Un impegno verso la sostenibilità che vede nel sito della Spezia un modello per una rete logistica più verde, efficiente e allineata agli obiettivi ESG.



## Calice al Cornoviglio bloccato da una frana ma l'ufficio postale è aperto tutti i giorni

Un territorio tagliato fuori e il ruolo giocato dalla capillarità di Poste: Calice al Cornoviglio dopo una frana nell'aprile del 2024 rimane isolato ad ogni allerta meteo, costringendo chi deve spostarsi a percorsi alternativi anche di un'ora e mezza. Ma l'UP si conferma come punto di riferimento per la comunità, continuando a svolgere la propria attività: «Nel paese non c'è più nemmeno la banca, quindi la presenza di Poste è fondamentale», afferma **Stefania Figone**, responsabile Gestione Operativa. L'UP è operativo tre giorni alla settimana – martedì, giovedì e sabato – per due ore mattutine e due serali per venire incontro alle esigenze degli abitanti. «È possibile grazie alla buona volontà della DUP **Alice Elisei**, dei colleghi e con la piena collaborazione del sindaco – conclude – Si tratta di un ufficio Polis e siamo convinti che con l'installazione dell'ATM potremo dare nuova linfa all'ufficio. I cittadini vogliono farci crescere e desiderano mantenere aperto l'ufficio postale».

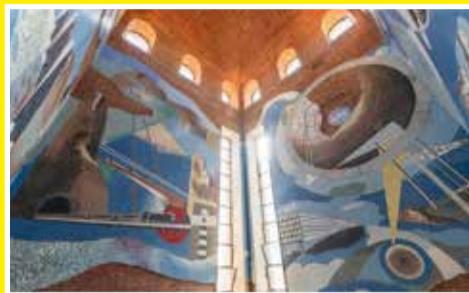


Stefania Figone



Alice Elisei

## Ecco il progetto che consentirà di mostrare i mosaici al pubblico



Il legame con il territorio si rinsalda attraverso l'arte e l'architettura del Palazzo delle Poste della Spezia: negli ultimi anni l'edificio è stato oggetto di un importante percorso di valorizzazione e restauro. Il percorso è iniziato nel 2022, con il completamento del restauro della fontana delle Poste in Piazza Verdi. Nel 2023 è stato il turno dei preziosi mosaici in ceramica nella torre del palazzo, realizzati da Filia (pseudonimo di Luigi Colombo) ed Enrico Prampolini, due tra i maggiori esponenti del Futurismo italiano. Dal 2024 sono in corso i lavori di messa in sicurezza per rendere finalmente fruibili i mosaici al pubblico. Come racconta Euro Cima dell'Immobiliare «attualmente non sono accessibili, perché stiamo rendendo la balaustra all'altezza degli standard richiesti. Dopo aver presentato diversi progetti, ora la soluzione definitiva è in lavorazione. Se tutto procederà come previsto, nel 2026 sarà a norma. Successivamente, ci organizzeremo su come gestire il flusso di turisti».



## La consulente premium: «Vi spiego perché la strategia di Poste è vincente»

In tre anni la provincia di La Spezia ha visto chiudere otto filiali bancarie, anche in aree strategiche. Da qui la crescita del progetto Progetto Premium La Spezia 2022–2025, partito con un solo consulente e nessun portafoglio assegnato, fino a raggiungere 125 milioni di masse gestite, numerosi contratti Premium Top attivi, mentre da luglio 2025 è attiva una seconda figura per il secondo portafoglio. Un traguardo, spiega la consulente Premium **Claudia Strammiello**, che dimostra l'efficacia del modello: «Poste ha reagito velocemente, sviluppando prodotti tailor made. Con la desertificazione bancaria, arriviamo noi a presidiare quei territori, anche con Polis. È così che la nostra strategia ci premia e ci premierà in futuro». Conclude con un altro aspetto chiave: «In Italia solo il 35% degli over 65 utilizza l'home banking, contro una media UE del 65%. Se si chiudono i canali fisici, si rischia di perdere un patrimonio importante. Le banche stanno accelerando un processo che in Italia non è ancora così sviluppato».



Claudia Strammiello

di Sarzana e quello di Ceparana (che comprende i PDD di Levanto e Varese Ligure). Il responsabile RAM **Umberto Gianatti** specifica che «nel 2024 la nostra RAM si è posizionata nei primi dieci posti nella classifica delle RAM». Come spiega **Andrea Pedroni**, responsabile Produzione, «il CL di Spezia è il centro di PCL più grande della regione. È un centro complicato ma è anche trascinante: mediamente stiamo sui 1.400-1.500 pacchi di media giornaliera, in momenti di picco anche 2.500. Per le raccomande intorno alle 5.000, con picchi di 7.000 al giorno». Tanti i racconti di chi consegna la posta. **Ilaria Ciullo**, portalettere nel PDD di Levanto, afferma che «quando sono andata via da Monterosso al Mare, dove ho lavorato 4-5 anni, mi hanno dedicato una canzone per convincermi a rimanere». Per **Federico Giacché**, portalettere alla Spezia, il momento migliore è stato proprio «il trasferimento da Parma a qui, tra i borghi liguri» dove la cosa più complicata, scherza, sono «le scalinate». **Michela Sisti**, anche lei portalettere in città, afferma: «Ho l'opportunità di andare a consegnare la corrispondenza presso Marina Post che è la sezione postale della Marina Militare».

### Sul tragheto

Tra le peculiarità del territorio, c'è sicuramente quella dei traghetti: «La particolarità – specifica la portalettere **Raffaella Di Fraio** – è portare la posta all'isola Palmaria, quindi prendere il tragheto. Vado quando è necessario, solitamente una o due volte a settimana». **Sara Cherubini**, portalettere

a Sarzana, dichiara: «Faccio la pendolare, ogni giorno torno in Toscana a Massa. Faccio avanti e indietro con molta felicità perché anche se non sono del posto mi hanno accolto veramente bene». **Andrea Luporini**, portalettere alla Spezia, restituisce infine l'anima del quartiere Umbertino: «In questo storico quartiere operaio popolare sono di

casa, perché nel giro di 200 metri ci sono il mio asilo, le elementari e le medie. Mi capita di suonare ai miei vecchi professori o alla panettiera che mi dava la focaccia quando avevo cinque anni. La Spezia è una piccola capitale dell'underground italiano e io ho avuto la fortuna di vivere al quartiere e di essere il suo postino».

## Davide e Benedetta futuri sposi grazie all'incontro con Poste

Una storia d'amore nata tra corrispondenza, pacchi da smistare e turni condivisi. Questo è stato l'incontro di Davide Perrotti, portalettere a Sarzana, e Benedetta Bado, collega in servizio a La Spezia, futuri sposi e protagonisti di una storia d'amore all'interno di Poste Italiane. «Nel mio percorso postale ho conosciuto l'amore», racconta con il sorriso Davide. Un amore forse nato per caso, ma che nel tempo ha preso forma e si è consolidato, fino a diventare parte integrante della loro quotidianità: «Sono otto anni che, per fortuna o per sfortuna, sto con quella ragazza là», continua scherzando, lasciando però trasparire il legame tra i due colleghi, Poste e i clienti che, ad ogni Natale, li omaggiano di dolci.



## IL NOSTRO INCONTRO CON I COLLEGHI

I successi commerciali della Filiale

# A Trento i 34enni spingono i risultati

In una delle province più ricche d'Italia, con una geografia complessa e un territorio altamente competitivo, la consulenza è affidata ai giovani



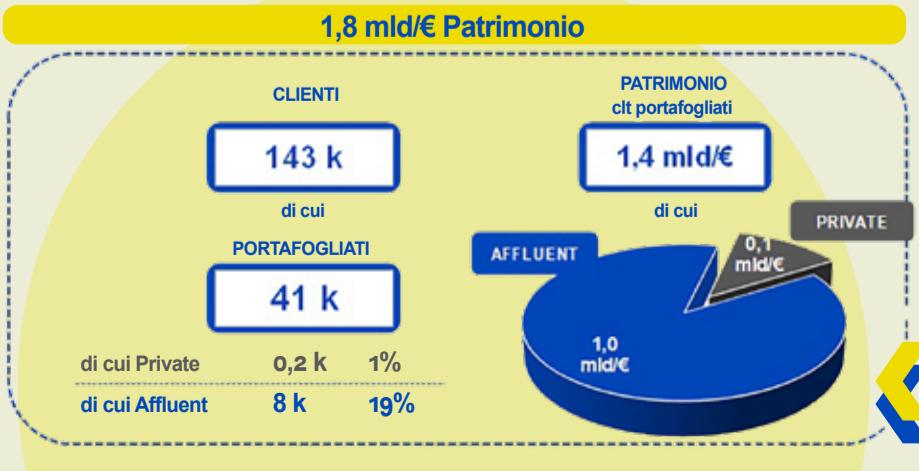
La squadra commerciale della Filiale di Trento

Se incontrassimo **Jacopo Tomasi** nel tempo libero potremmo anche scambiarlo – vuoi per l'altezza, vuoi per la giovane età – per un giocatore di basket. Jacopo ha l'aria del bravo ragazzo e – ascoltandolo durante il forum di Postenews organizzato a Trento il 17 settembre, alla presenza del Direttore Giuseppe Caporale – ha la preparazione per il ruolo che gli è stato assegnato da un anno a questa parte: consulente Premium, una figura al suo esordio assoluto qui in Trentino. Il turnover generazionale ha fatto sì che l'età media dei consulenti – fra premium, dinamici e personal – si abbassasse fino a 34 anni. Un'iniezione di energia per la squadra commerciale, che ha portato risultati positivi sia in termini economici sia di ricostruzione dei rapporti fiduciari con i clienti che, specie nelle valle, hanno bisogno di fidarsi principalmente delle persone. Jacopo ha chiesto l'aiuto della Dup di Canazei **Francesca Brioni** per conquistare la fiducia di una cliente premium e trasformare dei buoni cartacei che scadevano in un portafoglio diversificato: «La maggior parte dei miei clienti sono dislocati sulla provincia, arroccati in alcune realtà di montagna – spiega Jacopo – per questo motivo ho bisogno di interfacciarmi con i direttori degli uffici postali. Loro conoscono vita morte e miracoli dei paesi e molto spesso mi presentano ai clienti». Lo stesso ha fatto **Chiara Puglisi Guerra**, dal mese di aprile specialista consulente mobile, con quei clienti che si davano del brand Poste ma negli ultimi mesi

si erano confrontati con diversi consulenti: «In questi casi, il rapporto di fidelizzazione con l'ufficio postale diventa fondamentale».

## La prima banca di Trento

A metà settembre 2025 la raccolta netta investimenti del 2025 ha già raggiunto 1,6 milioni dal comparto premium e più di 2 milioni dai consulenti mobili, overperformando di oltre 5 milioni sul budget. Il successo di un'azienda arriva quando i numeri incontrano le persone, secondo **Lara Spera**, da quattro anni RCF a Trento: «Siamo in una fase di ricostruzione, sappiamo che dietro al brand ci vogliono le persone. Fino a quattro anni fa eravamo la classica filiale risparmiatrice, i clienti venivano da noi principalmente per buoni e libretti e investivano nelle casse rurali. Ora hanno capito che possono rivolgersi ai nostri consulenti anche per prodotti a elevata complessità e ci stiamo togliendo delle soddisfazioni negli investimenti e nella protezione. Il successo è dovuto all'integrazione tra chi si occupa dei piccoli operatori economici e le altre figure commerciali e allo sviluppo delle competenze più ampie che l'azienda ci richiede a livello relazionale, organizzativo e manageriale». Tra i giovani consulenti c'è anche chi, come **Marco Leonardelli**, ex portalettere, veste da un anno l'abito di specialista consulente business per i piccoli operatori economici. Nei primi 9 mesi del 2025 ha portato alla filiale già oltre 5 milioni di transato.



## Le immagini del forum con Postenews



Un momento del Forum di Postenews a Trento lo scorso 17 settembre



La squadra di Gestione Operativa della Filiale di Trento

**Il patrimonio della Filiale**

Ci troviamo in una delle città più care d'Italia, con un reddito medio superiore di oltre il 20% rispetto alla media nazionale e una disoccupazione intorno al 2%. Un territorio ricco, costoso e dove l'elevata presenza delle casse rurali fa sì che molti dei clienti di Poste siano bancarizzati. «Dove c'è patrimonio c'è concorrenza», sottolinea **Matteo Zampieri**, da tre anni direttore della Filiale di Trento. «Il nostro lavoro consiste nel riuscire a generare relazioni fiduciarie», insiste il DF illustrando i numeri chiave della filiale: 143mila clienti, un patrimonio pari a 1,8 miliardi, di cui 1,4 miliardi dai 41 mila clienti portafogliati. «Siamo la prima banca di Trento, nessuno ha un patrimonio come il nostro». Tutto questo nonostante la concorrenza, «un territorio altamente polverizzato», come lo definisce il direttore di Filiale, illustrandone la complessità: 188 uffici postali (178 dei quali senza sala) in 166 comuni, di cui 146 con meno di 5.000 abitanti; 134 interventi Polis (a fine piano), di cui 99 già completati; 81 ATM stand alone, segno concreto dell'impegno per i Piccoli Comuni avviato da Poste nel 2018.

**La capillarità degli uffici postali**

Alle sfide commerciali si affiancano quotidianamente quelle operative: «Abbiamo 70

## Mipa crea una soluzione integrata per la Federazione Trentina della Cooperazione

Da Crotone a Egna, un comune di 5.000 abitanti della provincia di Bolzano, **Ivan Damiani** ha percorso 1.224 km – con una tappa intermedia a Bologna, prima studente e poi lavoratore – per metter su famiglia in Alto Adige e diventare coordinatore della struttura large e medium di Mipa che segue le province di Bolzano, Trento e Vicenza. In Trentino, si contano 357 gruppi tra le aziende, che valgono oltre 3,5 milioni di ricavi nel 2025. A Postenews Ivan parla della soluzione cartobox messa a punto dal 2022 per la Federazione Trentina della Cooperazione (280.000 soci e 20.000 dipendenti), l'ente che si occupa dello sviluppo coordinato dell'imprenditorialità cooperativa trentina. «La Federazione – spiega Ivan – aveva l'esigenza di uniformare

un sistema che permetesse a tutti soci di accedere ai vantaggi del mondo cooperativo, attraverso un'unica tessera per tutti gli associati. È nata la tessera "in cooperazione": Mipa cura l'approvvigionamento e la personalizzazione delle tessere, la stampa del packaging, l'invio postale e la gestione dei resi. Ci siamo posti come unico interlocutore, con un'unica offerta che ci sta dando sicuramente un'ottima reputazione sul territorio e che ad oggi vale già 350 mila euro».



Ivan Damiani

uffici che distano da Trento oltre un'ora, e 35 di questi distano oltre un'ora e mezza. Spostarsi, quando c'è la necessità di coprire delle assenze o c'è un'emergenza, è molto complesso, soprattutto nei periodi di forte afflusso turistico. Nonostante questo, non abbiamo mai chiuso un ufficio», sottolinea Zampieri, affiancato in questa missione dal responsabile Gestione operativa della Filiale **Massimo Pozza**, che aggiunge: «L'80% dei nostri uffici postali si trova stabilmente in valutazione 1 a li-

vello di risultati operativi, l'85% dei nostri clienti viene servito con un tempo di attesa inferiore ai 15 minuti e il 58% utilizza l'app per le prenotazioni digitali». In una realtà frastagliata e montana, c'è però anche il movimento centro cittadino del capoluogo, animato da turisti, universitari e dal cuore produttivo del Trentino. L'ufficio postale del centro, diretto da **Tiziano Menghini**, colloca la liquidità ben oltre il target richiesto (+107% nei Finanziamenti; +118% nella Protezione) e vanta una pe-

donabilità elevata che si trasforma spesso e volentieri in nuovi contratti di energia e fibra. «Quando c'è una squadra affiatata i risultati arrivano da soli – sottolinea la SCF **Deborah Barbagallo** – Siamo felici quando riusciamo ad aiutare i clienti», aggiunge raccontando un episodio recente: «Mi viene in mente un lavoratore extracomunitario che aveva bisogno di un finanziamento per andare in Senegal a conoscere la figlia. Non la aveva mai vista, lo ha fatto grazie a Poste».

## Nel centro storico di Riva del Garda i portalettere circolano solo in bicicletta

Che in Italia ci siano ancora paesi dove i portalettere consegnano la posta anche in bicicletta non è certo una novità. Meno noto, soprattutto pensando all'incremento dei pacchi, è il fatto che nel centro di Riva del Garda, come spiega il Responsabile Produzione della RAM **Domenico Cuccarese**, possano farlo soltanto in bicicletta – senza eccezioni – per via delle ordinanze comunali riguardanti la zona pedonale di uno dei centri più turistici del Trentino. **Luigi Picariello De Giordano**, originario di Napoli, è salito in sella un anno fa: «Anche se siamo semplici portalettere cerchiamo di mettere in buona luce Poste Italiane, non solo nel recapito ma anche nell'appoggio al cliente. Nonostante le limitazioni, cerchiamo di collaborare raggiungendo i clienti dove si trovano». Responsabile del centro di distribuzione di Riva del Garda, e dei presidi di distribuzione di Vezzano, Bezzecchia e Storo, è **Marco Spadaro**, originario di Modica: «Coordinare 55 persone è un'esperienza che mi arricchisce tanto, perché ognuno di loro contribuisce a raggiungere gli obiettivi».



## «A Madonna di Campiglio consegniamo di tutto, anche gli spazzolini da denti»

Madonna di Campiglio è il fiore all'occhiello del recapito in capo al centro di distribuzione di Tione, di cui è responsabile **Rina Fioroni**. «In montagna non abbiamo competitor, né in Val Rendena, né in Val di Fassa né in Val di Fiemme», spiega. La realtà di Madonna di Campiglio che, insieme a Pinzolo, assorbe l'80% dei pacchi e-commerce consegnati dai portalettere del Cd di Tione, ha un'altra peculiarità: esplode letteralmente durante la stagione sciistica e in quella estiva, passando da una popolazione residente di 800 abitanti a picchi di 10-15 mila persone presenti fra seconde case e strutture ricettive. «In più – spiega Rina – sappiamo che è un centro turistico dove i costi sono molto alti, quindi le persone ordinano tutto. Noi consegniamo ovunque: negli alberghi, nelle scuole di sci, nei ristoranti, nei negozi». La portalettere **Cerine Donati** conferma: «A Madonna di Campiglio, ho consegnato davvero di tutto, persino gli spazzolini da denti». Nel 2023 il CD di Tione ha vinto il premio nella categoria NPS pacchi (grado di soddisfazione del cliente), primo classificato a livello nazionale.

## Il recapito vola dove ci si conosce tutti: «È questa la forza dei piccoli centri»

Dove le persone si conoscono tutte, consegnare la posta è più facile. **Rossella Caravello**, responsabile del centro di distribuzione di Borgo Valsugana da aprile scorso, viene da diverse esperienze nel recapito (tra cui quella da responsabile del Cd di Caldaro, in Alto Adige) e ha potuto constatare come nei piccoli centri le percentuali di consegna siano mediamente più alte. Il primo motivo è la conoscenza diretta dei clienti, il secondo la collaborazione: «Il mio centro copre tutti i comuni della bassa Valsugana. Consegniamo tanto in valle ma anche in montagna e ci si dà sempre una mano, i ragazzi che lavorano in sala sono tutti giovani e disponibili». A fare da collante è la portalettere **Nadia Pojer**, in posta dal 2009 e ora impegnata sulla linea mercato, che serve grandi clienti, tra cui la Finanza, i Carabinieri e l'ospedale.



## REPORTAGE

Nel CD di via Buttaro transitano ogni giorno 8mila pacchi

## Bergamo a pochi passi dall'obiettivo "giacenza zero"



di **Carla Falconi**

Bergamo bassa, cuore economico della città e dell'intera valle in cui si concentra un altissimo numero di imprese, ditte e capannoni. Il centro di distribuzione di Poste Italiane di via Buttaro serve tutto il territorio bergamasco e rappresenta uno dei punti nevralgici di una delle province con il reddito pro capite più elevato d'Italia. Qui transitano in media 83 mila lettere al giorno, 17 mila raccomandate e 8 mila pacchi che vengono smistati verso altri centri o consegnati direttamente dal personale del centro.

### L'importanza delle persone

I dati elencati dal responsabile **Pietro Orlando** (direttore del centro al momento dell'intervista e recentemente sostituito da **Emanuel Piccinelli**), che dopo quarant'anni anni al Nord conserva ancora un calmo e profondo accento siciliano, tracciano l'identikit di una frenetica catena di montaggio che non si ferma mai, gestita da 80 addetti al back office e 80 portalettere, che operano su tre turni, dalle prime ore del mattino fino alle 9 di sera, con l'obiettivo della giacenza zero. Da poco tempo ha cambiato incarico, ma durante il suo impegno in questo centro ha contribuito ad implementare un nuovo servizio di corrieri e ad assumere 38 persone. «La tecnologia - spiega - è diventata un supporto imprescindibile, ma per le consegne servono le persone. A Roserio, l'hub lombardo da cui ci arrivano pacchi e lettere, tutto è automatizzato, con sistemi composti da nastri trasportatori, infrarossi e robottini. Qui a Buttaro, invece, è quasi tutto manuale. Sud dividiamo, scannerizziamo, spostiamo a mano carrelli, sacchi di lettere, pacchi e raccomandate che devono raggiungere in giornata il loro destinatario, ma il livello di giacenza è sceso al dato quasi record dell'uno o due per cento».

### Gestire la motivazione

**Inessa Ratti**, specialista di produzione, diplomata geometra, in azienda da 11 anni, coordina dalle retrovie un battaglione di portalettere e autisti che percorre ogni giorno circa 130 chilometri alla guida di auto, furgoni, motocicli e tricicli della flotta aziendale, in tutti i tipi di condizioni climatiche, indossando la nuova divisa di Poste, realizzata con tessuti riciclati capaci di proteggere dal freddo e dal caldo. «Nel mio lavoro - racconta Inessa - c'è una parte più burocratica, per esempio quella del-

Il responsabile Pietro Orlando parla delle recenti assunzioni:

«La tecnologia è diventata un supporto imprescindibile ma per le consegne servono le persone». E i risultati arrivano soprattutto grazie alla qualità e alla motivazione

la rendicontazione, che passa per applicativi informatici, tutto il resto invece si basa sull'organizzazione delle persone e richiede un altro tipo di approccio». Anche la testimonianza di **Margherita Calestrini**, assunta come portalettere nel 2020 e ora caposquadra, conferma che «per mantenere alti gli standard della qualità del servizio è importante gestire la motivazione dei postini ed essere sempre pronti a intervenire personalmente per risolvere emergenze e criticità di ogni tipo. Dal collega che rimane in panne con il Doblò a una situazione come la pandemia del 2020», uno degli

anni più difficili della storia di Bergamo. «Per le strade della città, come qui ancora ricordano tutti - dice Margherita - circolavano solo le ambulanze e i postini».

### I rapporti umani

**Paola Iodice**, 34 anni, una laurea in scienze della comunicazione, viene dall'esperienza dell'insegnamento. Dopo qualche anno da portalettere, è diventata caposquadra e ha dovuto impostare il lavoro di un gruppo di postini tenendo conto delle loro diversità e delle loro attitudini. «Tutti, però, anche se muniti

## BACHECA

## Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Giulia Polvara.....	Resp. Comm. Privati Filiale Como - Macro Area Mercato Privati
Dorotea Bianchini.....	Resp. Comm. Privati Filiale Lecco - Macro Area Mercato Privati
Kristina Gjini .....	.... Resp. Comm. Privati Filiale Pavia - Macro Area Mercato Privati
Simone Mariani .....	.... Resp. Comm. Privati Filiale Varese - Macro Area Mercato Privati
Chiara Imbesi .....	.... Resp. Gest. Operativa di Filiale Biella - Macro Area Mercato Privati
Emanuela Armento .....	.... Resp. Risorse Umane Filiale Savona - Macro Area Risorse Umane
Alessandra Calzolaio .....	.... Resp. Risorse Um. Filiale Milano 5E - Macro Area Risorse Umane
Angela Capilluto .....	.... esp. Risorse Umane Filiale Genova 1 L - Macro Area Risorse Umane
Irene Marsiglia.....	.... Resp. Risorse Umane Filiale Genova 2 P - Macro Area Risorse Umane
Alice Perfumo.....	.... Resp. Risorse Umane Filiale La Spezia - Macro Area Risorse Umane
Fabio Cervia.....	.... Resp. Risorse Umane Ram 5 NO - Macro Area Risorse Umane
Elisabetta Garbarino .....	.... Resp. Risorse Umane Ram 4 NO - Macro Area Risorse Umane
Roberta Contino .....	.... Resp. Hub Centro Servizi Energy Telco Torino - DTO/CO/SBO
Teresa Lettieri.....	.... Resp. Spoke Centro Servizi Milano Vesuvio - DTO/CO/GCOSA
Giuseppe Masseria .....	.... Resp. Spoke Centro Servizi Milano Veltate - DTO/CO/GCOSA
Giovanni Severgnini.....	.... Resp. Hub Centro Servizi Amministrativi Milano - DTO/CO/GCOSA

Un gruppo di portalettere del Centro di distribuzione di via Buttaro, nella parte bassa di Bergamo

dei moderni dispositivi palmari, per tracciare pacchi e lettere, ci tengono a mantenere con i clienti quel rapporto cordiale e umano che nei piccoli centri della provincia è ancora possibile». In città, invece, qualcosa sta cambiando e **Rocco Ciadamidaro**, che da quattro anni distribuisce la posta nel centro di Bergamo bassa, racconta che tra la sua clientela, fatta soprattutto di studi, negozi, banche e privati, «solo gli anziani hanno ancora tempo e voglia di scambiare quattro chiacchiere e un saluto».

Sul sito [tgposte.poste.it](http://tgposte.poste.it) —

### La crescita di Andrea ad Abbiategrasso



Inquadra il QR Code per vedere il servizio del TG Poste

## PROBLEMI E SOLUZIONI

## Polis a Omegna: un hub all'avanguardia

Locker, colonnine e area relax: il nuovo volto dell'ufficio postale nel cuore del Cusio



Giovanni Forgione Dup di Omegna, Sergio Sasso, Gelsomina Pugliese Dup di Omegna 1 Hub spoke, Mauro Adorna Dup di Cesara e Nonio Hub spoke, Nadia Gaudina, Ilaria Cerutti Dup di Arola Hub spoke, Bernardetta Fragale, Erica Bandini, Arianna Sfravara, Graziella Ramazzotti, Valentina Jonghi, Grazia Marotta, Amelia Occhipinti

delle auto elettriche, area relax con che beneficia del wifi e il locker» racconta il direttore dell'hub **Giovanni Forgione** «sono il vero fiore all'occhiello e creano l'opportunità di proporre durante una sosta di ricarica le nostre soluzioni su RC Auto e Energia». «Tutto questo - aggiunge - avviene in contesti a volte periferici

dove la clientela spesso fatica ad arrivare negli uffici pubblici, permettendo anche a chi non ne ha la possibilità di trovare tutto all'interno dell'ufficio postale». «Anche il Punto Poste Casa e Famiglia - conclude il direttore - rappresenta un importante e indispensabile riferimento per i contratti sottoscritti».

## REPORTAGE

Una giornata nell'UP centrale della città veneta

# A Rovigo Popolo l'operatore di sportello parla cinque lingue

La professionalità di Nicola permette all'ufficio postale di aggirare le difficoltà comunicative con i numerosi clienti stranieri, in primis sudamericani e nord africani: «E ora sto studiando anche giapponese e russo»



di Alessandra Venzo

Cinque sportelli la mattina e cinque il pomeriggio, 20 dipendenti tra cui due collaboratori, dalle 800 alle 1000 operazioni al giorno e la Filiale al piano superiore. Siamo nell'ufficio postale centrale di Rovigo, conosciuta anche come "città delle rose". Alla guida dell'ufficio, all'interno di un palazzo storico di Poste in pieno centro storico, c'è Enrico Perazzuolo.

## La sinergia tra ruoli diversi

Con una pedonabilità media giornaliera di circa 300 clienti e tempo di attesa medio che non supera i 5 minuti, l'ufficio postale di Rovigo Popolo gestisce un patrimonio totale di oltre 236 milioni di euro e una mole di lavoro importante, comprese le pratiche per il Tribunale: «Siamo i referenti per le notifiche, i mandati di pagamento, i libretti giudiziari e i pignoramenti - sottolinea Alessandro Bertagnon, uno dei due collaboratori - a volte metà giornata è dedicata a questo. Contem-



Il team dell'ufficio postale di Rovigo Popolo

poraneamente gestiamo le operazioni a sportello, le successioni e il controllo conformità sui contratti, come Rc auto o telefonia». «E poi ci sono i passaporti - aggiunge la sportellista Floriana Belluco - che impegnano due slot al giorno, ma non quotidianamente». Tante le professionalità coinvolte nell'ufficio: i Piccoli Operatori Economici (POE), l'Operatore Front End (OFE), la responsabile Filatelia, una figura applicata ai servizi interni e la sala consulenza: «Nel 2025 abbiamo erogato prestiti e cessioni del quinto per un importo pari a 1.310.430€ - racconta Erica Panerotti, consulente di 28 anni - ad oggi degli 11.399 clienti gestiti 7.245 sono portafogliati». «Stiamo andando incontro ai più giovani - aggiunge il consulente Lucio Berti - ma anche il risparmio continua a trainare. Negli anni c'è stato un incremento costante tra il 10 e il 15%». OFE e consulenza funzionano in modo sinergico: «In sala consulenza

gli appuntamenti sono schedulati - racconta l'OFE Giulia Montalbano - questo permette di indirizzare i clienti al mio corner Punto Casa e Famiglia. Luce, Gas ed Rc auto vanno per la maggiore». Il POE invece opera sulle partite IVA e gira il territorio: «Mi occupo dei contratti alle aziende, dalla spedizione all'apertura dei conti all'acquisto del POS - racconta Daniele Borin - la media è di 9 contratti mensili. È un'attività strategica per l'azienda e la clientela sta rispondendo bene». Dei 30 collezionisti filatelici si occupa infine Cristiana Corazza: «Gestisco i clienti ma anche il magazzino, l'inventario e l'alloggiamento della vetrina».

## La clientela straniera

Un terzo della clientela di Rovigo Popolo è straniero e spesso non parla italiano; una difficoltà aggirata dalla professionalità e da chi conosce più lingue, come Nicola Padovani,

## PROBLEMI E SOLUZIONI

# A Monfalcone con un pioniere della consulenza

Guido D'Angelo si prepara alla pensione lasciando in eredità una storia di successi commerciali

L'offerta di Poste Italiane si amplia e migliora costantemente con il recente passaggio da modello transazionale a relazionale. A Monfalcone, in provincia di Gorizia, incontriamo Guido d'Angelo che la consulenza l'ha vista nascere, anzi «in realtà l'ho avviata proprio io» esordisce fiero e racconta: «Sono originario di Napoli e Poste e questa città mi hanno adottato nell'84, avevo 22 anni. Nel 2000, dopo un'esperienza di 15 anni al centro dati di Trieste come analista, un direttore di Filiale ha creduto in me e sono entrato per la prima volta in un ufficio postale partendo subito a occuparmi di servizi postali avviando però parallelamente l'attività di consulente retail per finanziamenti e mutui. Ci sapevo fare ma è stato tutto molto pionieristico. In quel periodo Poste partiva con i primi prodotti che non erano molto competitivi e l'attività la gestivamo in modo assolutamente personale. Facevo tutto da solo. Poi l'azienda è cresciuta



Al centro, Guido D'Angelo con i colleghi dell'UP di Monfalcone

## BACHECA

### Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Matteo Nuzzo ..... Resp. Comm. Privati Filiale Udine - Macro Area Mercato Privati  
Sergio Capozzi ..... Resp. Spoke Centro Servizi Venezia - DTO/CO/SBO  
Gianmarco Gelsomino .... Resp. Supp. Vend. Centro Nord e Nord Est - MIPA/PSC/Supporto  
Daniela Toniolo..... Resp. Stampa Locale Nord Est - COM/MRTGP/Stampa Naz. e Locale

giovane operatore: «Parlo 5 lingue e sto studiando il russo e il giapponese, con i magrebini comunico in francese e con i sudamericani in spagnolo. Il problema più grande riguarda i documenti necessari per aprire un rapporto, occorre il permesso di soggiorno ma i tempi per ottenerlo sono lunghi». E poi c'è la clientela anziana, che in provincia considera l'ufficio postale un luogo familiare: «Hanno bisogno di un punto di riferimento - racconta Antonio Granata, sportellista da 40 anni in Poste - a volte per fare una chiacchiera dilazionano le operazioni, quel giro è il loro quotidiano». «È un ufficio complesso, con tante professionalità e attività da coordinare - racconta il Dup - dietro le quinte c'è molto lavoro, anche se non si vede. In questo mi affianca Paola Tosi, memoria storica dell'ufficio postale. Ho lavorato molto sulla connessione tra diverse generazioni, credo di aver creato delle contaminazioni positive».

### Il libro del collega



Giuseppe Marini, portalettere di Trieste, è autore del romanzo "Le Maschere del Leone", un'odissea storica ambientata a Venezia, che svela intrighi e segreti legati alla caduta della Serenissima.

### Sul sito tgposte.poste.it

L'ufficio postale di Padova è un ponte fra culture



Inquadra il QR Code per vedere il servizio del TG Poste

intorno a me ma solo negli ultimi anni ho avuto la sensazione di avere intorno una grande squadra di persone e un'offerta veramente concorrentiale. Adesso tutti contribuiscono a portare a casa un contratto. È un gioco di squadra». Guido è lo specialista consulente mobile di Monfalcone e da quel lontano 2000 è il riferimento per i colleghi dei tre uffici postali della città. Il portafoglio si arricchisce ogni giorno di nuovi clienti. I colleghi di Monfalcone Centro scherzando raccontano che se qualcuno chiede a Guido «quando hai chiuso l'ultimo contratto?» lui risponde sempre «ieri!». I Poe, piccoli operatori economici di Monfalcone sono in gran parte clienti di Poste. Qual è il suo segreto: «Semplice: saperci fare, una squadra di persone affiatata e prodotti e servizi validi di Poste». A fine anno saluterà questa grande famiglia «però qui sto lasciando il mio vecchio spirito e il mio modo di vivere dentro e fuori l'azienda».

## REPORTAGE

Nel centro storico (in bicicletta) con i portalettere della città

## A Ferrara il ragù della nonna è dentro i pacchi per gli studenti

I tanti giovani fuori sede trovano nel recapito di Poste un modo per sentirsi più vicini a casa: ogni giorno il Centro logistico serve 130mila persone, alimentato a partire dalle 4.30 del mattino dal CS di Bologna



di **Barbara Perversi**

Sulla facciata dello stabile anni '70, lungo un binario della vicina stazione di Ferrara, campeggia la scritta Poste, un'effige ben riconoscibile anche per i cittadini. **Luigi Consiglio**, dopo una lunga esperienza nel territorio di Bologna, è approdato da qualche mese nella città estense come responsabile di 93 risorse in costante movimento, tra i corridoi del Centro Logistico e il Centro di Distribuzione di Ferrara Centro. Con un territorio di 404 km quadrati e circa 130.000 persone da servire, il CD nel 2024 ha consegnato 2 milioni di pezzi di corrispondenza indescritta, 400.000 a firma e 500.000 pacchi. Anche a Ferrara, come in tutto il nord Italia, la percentuale di colleghi provenienti dal sud è alta. **Giovanni Buffo** viene da Nardò - attualmente applicato al Cd di Casarano (LE): racconta che

## PROBLEMI E SOLUZIONI

## Ad Abbadia San Salvatore più Energia con il gioco di squadra

«Il punto di forza del nostro ufficio è il gioco di squadra tra sala consulenza e sportello»: spiega così **Dario Vertecchi**, direttore dell'UP di Abbadia San Salvatore (provincia di Siena), il segreto del successo registrato dalla sua squadra nel campo dei contratti di Poste Energia. «Ogni mattina - spiega Dario - facciamo un rapido allineamento e un riepilogo degli appuntamenti di giornata sia di sala consulenza sia della sportelleria. Gli specialisti di sala nella loro attività quotidiana ricordano ai clienti di portare con sé le fatture delle utenze domestiche di luce e gas per fare un preventivo con Poste Energia; questo consente di rafforzare la fidelizzazione di coloro che hanno già scelto Poste anche per le loro esigenze finanziarie, che spesso ancora non sanno delle nostre offerte di luce e gas». Un altro ruolo fondamentale è svolto dal Punto Poste Casa&Famiglia: l'operatore front-end ha il compito di gestire la propria agenda e le campagne commerciali

in modo da soddisfare tutte le esigenze dei clienti, con una gamma di servizi che non si limita solo all'offerta di luce e gas, ma anche a telefonia fissa e mobile, Poste Guidare Sicuri, risparmio postale e aperture di conti corrente. «A fine giornata infine facciamo un rapido resoconto, con l'obiettivo di confrontarsi sulle osservazioni e obiezioni della clientela, chiedendo supporto anche alla Filiale per le problematiche riscontrate, nell'ottica di un continuo miglioramento e apprendimento».



Il team del Centro Logistico e Centro di distribuzione di Ferrara

consegna la posta in una delle strade della movida universitaria: «Consegno molti pacchi inviati dalle famiglie, principalmente dopo le festività. Mi dà felicità vedere che, grazie a questi pacchi, la domenica i ragazzi fuori sede mangiano il ragù della nonna e si sentono meno soli, così come ho aiutato anziani con difficoltà a leggere quanto avevo appena consegnato».

### Il team

**Orietta Tenan** e **Giuseppe Loretì** sono addetti alla produzione. La loro giornata inizia alle 4.30 scaricando il prodotto che arriva in due carichi notturni dal CS di Bologna e diretto anche ai CD di Ferrara Sud e Copparo, oltre al CD di Ferrara presente nello stesso stabilimento. Giuseppe ha scelto Poste «per una solidità anche verso la mia famiglia futura». Orietta ritiene che il loro lavoro sia «importante per il resto della lavorazione e della consegna: è soltanto la prima parte della catena di montaggio del nostro centro».

Per entrambi la presenza dell'azienda è fondamentale per il Paese e tutto il territorio: «Chi vive in cima alla montagna ha gli stessi servizi di chi vive nella grande città». **Emanuela Cavallina** e **Paola Ferraresi** sono in accettazione. «Ci occupiamo della lavorazione della corrispondenza dei grandi clienti, dall'affrancatura alla contabilizzazione - raccontano - Il rapporto con i clienti che vengono a portarci le bollette è fondamentale: ci vuole precisione e pazienza». **Marina Michelini** è invece la specialista del Monitoraggio Qualità: «La giornata parte a pieno ritmo per risolvere i vari problemi affinché il livello di servizio offerto al cliente sia impeccabile. Oltre all'analisi dei bilanci del giorno prima, sono previste 10 verifiche in ambiti diversificati: per sostenere questo ruolo bisogna essere curiosi, leggere le procedure e disbrigarsi tra cavilli legali».

### Sinergia e intercambiabilità

**Simone Incalcaterra** è linea business serale: «Aiutiamo le linee business di chiusura con i dispacci e le eccedenze. È un lavoro di precisione che forma anche per una maggiore consapevolezza. La bravura sta nel capire chi hai davanti: è grazie al confronto con i clienti che sono cresciuto». **Daniela Roncato** e **Chiara Maini** sono le due caposquadra. Confidano che bisogna essere presenti su più fronti, anche su quello personale dei colleghi: «Siamo come un buon padre di famiglia». Per Chiara la chiave è nel buonumore e nel saper dare risposte alle domande dei colleghi. Per Daniela nella presenza e nella capacità di mediare. Il CD ha in dotazione le biciclette per le cinque zone del centro storico. Il parco veicoli comprende 2 mezzi elettrici, 44 tra auto e furgoni, 13 moto a 3 ruote, 2 motorini. **Renato Martellieri** è lo specialista produzione: «Bisogna sapere cosa fare e saper maneggiare il prodotto per dare le giuste priorità. Tutto lo staff del CD deve collaborare al suo interno e con la sala: la sinergia, l'intercambiabilità tra i ruoli è fondamentale». Luigi conclude: «Sono abituato a fare da collante, mi devo portare la squadra dietro perché abbiamo bisogno dei portalettere. Io devo stare bene e voglio che anche i colleghi stiano bene». A Poste dice di dovere molto: «Ero un giovane timido, grazie al lavoro e alla formazione sono emerso e cresciuto».

## BACHECA

### Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Gianluigi Martella .....	Resp. Comm. Privati Filiale Parma - Macro Area Mercato Privati
Carmine Nigro .....	Resp. Comm. Privati Filiale Piacenza - Macro Area Mercato Privati
Mirko Fiorentino .....	Resp. Comm. Privati Filiale Arezzo - Macro Area Mercato Privati
Nicolina Montalto .....	Resp. Produzione Ram 2 C1 - Macro Area Logistica
Alessandro Rocca .....	Resp. Spoke Centro Servizi Bologna - DTO/CO/SBO
Sabrina Agresti .....	Resp. Spoke Centro Servizi Firenze - DTO/CO/SBO
Silvia Bedoni .....	Resp. Spoke Centro Servizi Bo Sciesa - DTO/CO/GCOSA
Armando Priori .....	Resp. Hub Centro Servizi Amministrativi Bologna - DTO/CO/GCOSA
Gelsomino Gianmarco .....	Resp. Supp.Ven. Centro Nord e Nord Est - MIPA/PSC/Supporto
Mirta Maria Pellecchia .....	Resp. Centro di Smist. Ancona - PCL/GO/Macro Area Logistica

### La festa del collega a Pesaro



Il caposquadra del CL di Pesaro Cacciatori Pietro Di Grazia, per amici e colleghi semplicemente Piero, il 31 luglio scorso è andato meritatamente in pensione dopo ben 43 anni di servizio. Per celebrare l'evento è stata organizzata una festa a sorpresa con la partecipazione di 70 colleghi ed ex colleghi e una speciale torta a tema Poste Italiane.

Sul sito [tgposte.poste.it](http://tgposte.poste.it) →

### La storia di Riccardo consulente di Terni



Inquadra il QR Code per vedere il servizio del TG Poste

## REPORTAGE

Tutti i numeri del recapito della sede abruzzese

# Pescara, 92 dipendenti e 71 mezzi per un solo obiettivo: la qualità

Il centro di distribuzione serve una popolazione di circa 150mila abitanti: una delle aree più densamente popolate della regione



di Ernesto Taccone

Il Centro di distribuzione di Pescara è una realtà strategica, che si occupa della gestione e consegna della corrispondenza e dei pacchi in una delle aree più densamente popolate e articolate della regione. Il territorio servito comprende l'intero comune di Pescara (per un totale di circa 120mila abitanti) e il comune di Francavilla al Mare, dove ne risiedono altri 25.543. Il centro postale, strutturato secondo una logica funzionale e integrata, è guidato dalla responsabile **Maria Telesforo**, con il supporto della Specialista Produzione **Rita Cavallucci**, e di **Mascia Di Nizio**, Specialista Monitoraggio Qualità. Tre sono i capi squadra portalettere, **Stefano Tizi**, **Valeriano Colniro** e **Luca Di Nunzio**. Il parco mezzi è composto di 71 unità: 32 mezzi a tre ruote; 6 mezzi elettrici Pulse4; 25 Opel Corsa eco elettriche; un Ducato e 7 Doblò maxi.

## L'orientamento alla qualità

«Il centro è composto da 92 dipendenti» spiega Maria Telesforo, 51 anni, entrata in Poste come portalettere a Francavilla al Mare, poi caposquadra a Chieti, e in seguito il percorso da direttore a Ortona, Sulmona, Avezzano e dal 2023 qui a Pescara. Di recente, il Centro di Pescara è stato certificato SGI-Sistema di Gestione Integrato che introduce un modello organizzativo più efficiente e orientato alla qualità, basato su processi standardizzati, tracciabilità, sicurezza, formazione, sostenibilità e miglioramento continuo. «Ho coordinato tutte le fasi che hanno portato alla certificazione, dalla formazione e sensibilizzazione del personale operativo, alla mappatura e revisione dei processi interni, fino all'adozione delle best practices previste dal sistema. L'esperienza è stata altamente formativa» sottolinea Maria.

## L'uso del telefono

Rita, 54 anni, dal 2006 portalettere a Chieti, poi caposquadra, nel 2013 specialista MQ a Ortona, poi Specialista di Produzione a Montesilvano e dal marzo 2024 qui a Pescara: «Come SP, rispetto al Monitoraggio Qualità, la differenza lavo-



La squadra del Centro di Distribuzione di Pescara pronta per una giornata di recapito

ratiiva è di avere un approccio più dinamico. È necessaria una profonda conoscenza dei processi, saper fare squadra e coinvolgere i colleghi per il raggiungimento degli obiettivi e una buona capacità di selezione organizzativa nell'individuare le risorse più idonee». Mascia, 47 anni, entrata nel 2013 come portalettere a Pescara, poi caposquadra a Montesilvano nel 2021, e poi SMQ qui a Pescara dal gennaio 2025. «Il centro di Pescara è sempre stato uno dei migliori della RAM3 della MAL Centro, stiamo lavorando per mantenere e migliorare la consegna dei pacchi al primo tentativo, uno degli obiettivi cardine di tutta l'azienda. Come SMQ incentivo e monitoro l'uso del contatto telefonico per consegnare il plico».

## La gestione della squadra

A occuparsi della gestione dei portalettere e della manutenzione della flotta, dei palmari e delle stampanti portatili ci sono Stefano, 45 anni (dal 2003 in Poste) e Luca, 28 anni, assunto a tempo indeterminato nel 2022, da gennaio 2025 qui a Pescara come caposquadra. Con l'adeguamento dei volumi e la razionalizzazione delle risorse, la struttura abruzzese è oggi articolata su: 34 zone portalettere, dedicate al recapito quotidiano della corrispondenza ordinaria, posta descritta e pacchi; 19 Linee Business, per il recapito di tutto il prodotto regolato; 5 Linee Mercato, focalizzate su clienti business; 3 linee mercato RTZ per la consegna e ritirati presso i Punti FIT.

## Un UP tra vip e yacht



Quello di Porto Cervo è un ufficio postale fuori dal comune: si trova davanti al porticciolo dove ogni anno attraccano alcuni fra i più lussuosi yacht del mondo. A guidare l'ufficio postale "smeraldino", dal 2019, è Donatella Sabattino.

## PROBLEMI E SOLUZIONI

# Sardegna, il traguardo di Guspini l'ufficio fa il pieno di passaporti

Dalla data di attivazione sono un centinaio i passaporti elettronici richiesti nell'ufficio postale di Via Torino a Guspini (CA). Un riscontro numerico che colloca l'ufficio del paese del Monte Linas ai primissimi posti per richieste allo sportello nei comuni al di sotto dei 15mila abitanti. «Siamo partite a fine 2024 con l'entusiasmo e la curiosità che contraddistingue la nostra squadra, tutta al femminile eterogenea per competenze e variegata per età - spiega la direttrice Carla Murgia - dopo la preparazione con i corsi e-learning, abbiamo atteso con trepidazione il primo cliente. Da lì siamo partite, in un susseguirsi di richieste, numerose e di-

versificate per tipologia. Ognuna di noi è diventata "autosufficiente" e capace di gestire l'applicativo nel migliore dei modi. Abbiamo poi avuto anche il piacere di ricevere in ufficio clienti nuovi, che non si erano mai serviti dei nostri sportelli o di paesi limitrofi con up ancora non abilitati. E così, giorno dopo giorno, abbiamo raggiunto questo bel traguardo».

## Risparmio di tempo e chilometri

«È un servizio decisamente vantaggioso per i nostri clienti che possono così risparmiare tempo e chilometri, usufruendo anche della consegna a domicilio messa a disposizione dalla nostra Azien-



I colleghi dell'UP di Guspini

da - conclude la direttrice - È inoltre molto facile effettuare la richiesta, la documentazione è molto semplice e, grazie all'applicativo con cui l'operatore di sportello raccoglie informazioni e dati biometrici del cittadino si invia la documentazione alla Questura di riferimento con la consegna del nuovo passaporto direttamente a casa del richiedente».

## BACHECA

### Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Ilaria Mosesso	.....	Resp. Comm. Privati Filiale Chieti - Macro Area Mercato Privati
Mariasole Rizzo	.....	Resp. Comm. Privati Filiale L'Aquila - Macro Area Mercato Privati
Antonio Del Casale	.....	Resp. Comm. Privati Filiale Teramo - Macro Area Mercato Privati
Luca Di Battista	.....	Resp. Coord. Comm Territ. 1 Roma - Macro Area Mercato Privati
Andrea Sitzia	.....	Resp. Produzione CS Cagliari - Macro Area Logistica
Marco Ansovini	.....	Resp. Qualità RAM 1 C - Macro Area Logistica
Roberta Perone	.....	Resp. Risorse Umane Ram 2 C - Macro Area Risorse Umane
Ugo Sanniti	.....	Resp. Spoke Centro Servizi Acilia - DTO/CO/SBO
Pasquale Antonio Mastracchio	.....	Resp. Hub Centro Servizi Insurance Roma - DTO/CO/SBO
Lilia Patrizi	.....	Resp. Spoke Centro Assistenza Retail Roma Tor Pagnotta - DTO/CO/CS
Gianserafino Galloppi	.....	Resp. Hub Centro Servizi Amministrativi Roma - DTO/CO/GOSA

## REPORTAGE

Il primo centro logistico ad attivare la Rete Corriere

## Più di 20 furgoni di posta dal CL di Maggiolino verso il resto di Roma

### I numeri del Responsabile

**Renato Valenzisi:** «Ogni giorno 24mila raccomandate, dalle 2 alle 4 tonnellate di indescritta e 13mila pacchi»

È uno dei tre Centri Logistici della Capitale insieme a Esquilino e Ostiense, ha una flotta green, 100 mezzi e garantisce la consegna della posta a nove CD. Il CL Maggiolino, situato sulla via Prenestina poco prima del raccordo, è il primo ad aver attivato il servizio Rete Corriere ed è diretto da **Renato Valenzisi**, che da tre anni guida la sua espansione.

### Un CL in espansione

Nel CL sono convogliati i CD di Cinecittà, Casilino, Tiburtino, Prima Porta, Fiano Romano, Albano con un PDD, Ciampino (con 3 PDD), Frascati (con 2 PDD) e Velletri (con 1 PDD). «Gestiamo 10 isole e 270 persone - racconta il direttore - con volumi di 24mila raccomandate al giorno, dalle 2 alle 4 tonnellate di posta indescritta e 13mila pacchi, che durante i Black Friday arrivano anche a 20mila. Da qui



I portalettere del Centro di distribuzione Maggiolino

ogni giorno escono dai 20 ai 26 furgoni». A gestire il Centro, oltre al direttore, ci sono uno Specialista Monitoraggio Qualità, tre Specialisti Produzione, due capisquadra CL, quattro per la sala portalettere e uno per la Rete Corriere. Il personale lavora anche per il CD Maggiolino, che gestisce quotidianamente 600 kg di posta e 2mila pacchi, con 85 portalettere distribuiti in più turni, dalle 7:30 alle 21». «Con i flussi d'ingresso aumentati esponenzialmente - racconta **Anna Maria Marasco**, MQ - il punto di vista evolve, ci sono tante cose da monitorare, dalla misurazione del prodotto in ingresso e da avviare ai reclami.

Da poco, inoltre, nel cruscotto è stata aggiunta la qualità percepita dal cliente, che viene contattato e invitato a rispondere ad un questionario. Per il CD Maggiolino il punteggio è 8 su 10». Su un binario parallelo viaggia il servizio Rete Corriere che, partito lo scorso maggio, coinvolge 20 risorse con due scorte e opera su due fasce, a 6 e 5 giorni lavorativi, coprendo anche il sabato. «I corrieri hanno delle bags dove il prodotto viene finalizzato, sul palmare poi seguono l'itinerario - spiega **Sara Adanti**, capisquadra di sala e supporto al nuovo servizio - l'applicativo sviluppato da Poste, collegato a un Gps, calcola orario di partenza e

rientro. Con la supervisione del caposquadra viene così bilanciato il carico su ogni corriere, che è provvisto di un palmare dove ha tutte le indicazioni». «A un mese dalla partenza - sottolinea il direttore - abbiamo consegnato 800 pacchi al giorno e a regime dovranno essere 1.500. È un'architettura che stiamo costruendo passo dopo passo».

### La gestione del Centro

«C'è un mondo dietro a 270 persone - dicono **Pamela Rossi** e **Silvia Marini**, Specialiste Produzione - le attività sono aumentate e ogni giorno dobbiamo stare sul pezzo». La corrispondenza deve arrivare in perfette condizioni e **Federico Milia**, uno dei due capisquadra del CL, garantisce che tutto funzioni al meglio: «Il mio compito è quello di preparare il prodotto e smistarla. Servono mille occhi. È importante seguire un'unica direzione, abbiamo una tabella di marcia e il tempo è prezioso». Dalle 00.30, orario di apertura del CL, arriva la posta da lavorare e far partire al dettaglio: «Durante la notte facciamo scaricare i furgoni e il prodotto viene distribuito tra le 10 isole - racconta **Sergio Mario Millan Caceda** terzo SP addetto principalmente all'alimentazione notturna del CL - in quel turno lavorano dalle 25 alle 30 persone mentre di staff siamo uno o due». (Alessandra Venzo)

### L'UFFICIO POSTALE

Il contatto con il pubblico nella zona sud della Capitale

## Digitale, consulenze e dedizione per i clienti del quartiere Magliana

Sette sportelli doppio turno ricevono circa 200 persone al giorno, tra cui molte di nazionalità straniera che si rivolgono a Poste Italiane per richiedere i permessi di soggiorno e i trasferimenti di denaro

Tra la via Portuense e viale Marconi, nel quartiere Magliana a Roma Sud, in uno stabile prima adibito a chiesa di quartiere, lavora oggi a ritmo sostenuto l'ufficio postale di via Caprese. Sette sportelli doppio turno, una Dup affiancata dalla sua collaboratrice e tre giovani consulenti gestiscono un bacino di utenza che sfiora le 90mila persone.

### La gestione dei clienti

«Con una pedonabilità media giornaliera di 200 clienti l'up non conosce momenti di stop - dice la collaboratrice **Pamela Onori** - è un afflusso continuo. In questo momento stiamo concentrando molte energie sulla digitalizzazione dei clienti». «Questo è l'unico up di riferimento del quartie-



re - racconta lo sportellista **Pierpaolo Canalis** - gestiamo molte operazioni diverse, compresi i permessi di soggiorno e i moneygram». E poi c'è la sala consulenza, con un totale di circa 14mila

clienti portafogliati per 3 professioniste: «Io sono consulente personal - dice **Luana Genecarrelli** - gestisco oltre 2.200 clienti. Nella zona ci sono molti stranieri, per loro apriamo conti ed eroghiamo prestiti». A volte è una pagina a ispirare la seconda. Così potrebbe essere descritto il percorso di **Rita Necci**, Dup in via Caprese da aprile scorso: «Dopo un'esperienza in consulenza, nel 2021 vengo chiamata come referente di comparto in Macroarea Centro. Un incarico di prestigio, ma è lì che ho capito la mia vera aspirazione. Mi mancava il contatto con il pubblico, nonostante sia complesso, per me è vita. Adesso tutto quello che succede avviene grazie alla mia squadra, siamo noi che lavoriamo ogni giorno per la crescita dell'Azienda».

### Casina Poste



Si è svolto in estate il primo torneo sociale di tennis a Casina Poste: Massimo Ghersi (2° classificato) e Luca Albanese (1° classificato) in maglietta rossa e Enrico Celani, responsabile Casina Poste.

### Il libro del collega

«Capire la finanza personale» (Roi Edizioni) è il libro scritto da Roberto Pugliesi, responsabile Educazione finanziaria di Poste Italiane, con Enrico Maria Cervellati.



## REPORTAGE

Ogni giorno un'esperienza multietnica e intergenerazionale

## Nell'ufficio di Lamezia Terme gli stranieri si sentono italiani

Tra studenti digitalizzati, emigrati rientrati dall'estero, lavoratori indiani e donne islamiche perfettamente integrate: gli sportelli di Piazza Dicembre 5 sono uno specchio della società



Il team dell'ufficio postale di Piazza 5 Dicembre a Lamezia Terme

L'UP di Piazza 5 Dicembre è uno dei 9 uffici di Lamezia Terme, in cui i clienti di Bancoposta sono circa il 70% della popolazione e i possessori di una Postepay superano l'80%. La sede raccoglie un patrimonio di circa 180 milioni di euro, gestisce 3.000 correntisti e 7.000 librettisti. L'affluenza agli sportelli è costante: la mattina pensionati e casalinghe, nel primo pomeriggio professionisti, imprenditori e studenti, dalle 17 in poi i cittadini indiani e marocchini che lavorano nei campi e nelle attività commerciali.

### La fiducia

A guidare questo ufficio è **Federico Pulice**, da trent'anni in Poste. Metà in un ufficio del Nord e poi di nuovo al Sud. «Nell'arco della mia esperienza professionale ho vissuto due passaggi importanti: quello dalla fase

“ministeriale” alla quotazione in Borsa, vedendo la clientela diventare sempre più esigente e digitalizzata; e quello geografico dal Nord al Sud, notando come il mito della velocità nordista è, appunto, solo un mito». «Quello che però è rimasto sempre uguale - conclude Pulice - è la fiducia della gente in Poste Italiane, in tutte le fasi e al Nord come al Sud del Paese». Il tema della fiducia ritorna anche nel racconto di **Alessia Sacco**, 32 anni, consulente finanziaria, laureata in economia, che segue i clienti “dinamici”. «Si tratta soprattutto di imprenditori agricoli, di emigrati rientrati, che hanno continuato a investire qui anche dall'estero, e una piccola fetta di professionisti. A prescindere dal loro tipo di investimento quello che li spinge a scegliere noi è la vicinanza territoriale e la fiducia nell'azienda». Da questa mappa degli investitori emerge non solo l'attua-

## BACHECA

## Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Luigi Serio .....	Resp. Comm. Privati Filiale Catanzaro - Macro Area Mercato Privati
Maria Gabriella Lombardo .....	Resp. Comm. Privati Fil. R. Calabria - Macro Area Mercato Privati
Domenico Marasco ....	Resp. Coord. Comm Territ. 4 Catanzaro - Macro Area Mercato Privati
Monia Votino .....	Resp. Processi e Qualità CS Napoli - Macro Area Logistica
Manuela Contento....	Resp. Risorse Umane Filiale Napoli 2 O - Macro Area Risorse Umane
Antonio Follo .....	Resp. Risorse Umane Filiale Benevento - Macro Area Risorse Umane
Armanda Menna .....	Resp. Risorse Umane Filiale Caserta 2 P - Macro Area Risorse Umane
Francesca Elisa Nucara.....	Resp. Risorse Umane Filiale Napoli 3 E - Macro Area Risorse Umane
Agnese Zamuner .....	Resp. Risorse Umane Filiale Napoli 1 C - Macro Area Risorse Umane
Danilo Veneri.....	Resp. Risorse Umane Filiale Avellino - Macro Area Risorse Umane
Pasquale Rocco Peluso.....	Resp. Risorse Umane Filiale Taranto - Macro Area Risorse Umane
Nicoletta Fiorillo... Resp.	Risorse Umane Filiale Sala Consilina - Macro Area Risorse Umane
Giovanni Orlando .....	Resp. Risorse Umane Ram 2 S - Macro Area Risorse Umane
Rachel Caterina Anna Pennella.....	Resp. Risorse Umane Ram 1 S - Macro Area Risorse Umane
Roberto Nitti .....	Resp. Risorse Umane Ram 1 S1 - Macro Area Risorse Umane
Francesco D'Aria.....	Resp. Risorse Umane CS Napoli - Macro Area Risorse Umane
Maria Carone .....	Resp. Risorse Umane CS Bari - Macro Area Risorse Umane
Filippo Gramigna .....	Resp. Hub Centro Servizi Postepay Napoli - DTO/CO/SBO
Michele Lorusso.....	Resp. Hub Centro Servizi Trasversali Bari - DTO/CO/SBO
Giuseppe Cannito .....	Resp. Spoke Centro Servizi Insurance Bari - DTO/CO/SBO
Pietro Del Rosso .....	Resp. Spoke Centro Servizi Postepay Bari - DTO/CO/SBO
Immacolata Volpe .....	Resp. Spoke Centro Servizi Napoli 1 - DTO/CO/SBO

le ritratto socio-economico di una parte del territorio lametino, ma anche il passato di migrazione dei braccianti calabresi che oggi si annoda a quello di altri migranti che, come loro, scelgono Poste e questo piccolo ufficio per aprire i loro libretti. **Claudia de Biase**, 32 anni, con un'esperienza di portalettere al Nord, lavora allo sportello e conferma il ruolo che questa sede, come molte altre in Italia, svolge nel rapporto con le comunità di immigrati. «Sono comunità molto unite. Ognuna di loro ha referenti che parlano bene l'italiano e sanno come muoversi tra moduli e pratiche. Ogni cliente, comunque, italiano o straniero, ha una sorta di suo impiegato “preferito” a cui rivolgersi. Del resto, siamo un riferimento per tutte le persone del posto».

### L'integrazione vista dallo sportello

I clienti giovani sono attratti da tutto ciò che è gestibile con le app, dai conti correnti ai contratti. «Cercano la velocità e la tecnologia, gli anziani sono più attenti al risparmio», dice **Antonino Ragusa**, 35 anni, operatore front end, che nei suoi dodici anni di esperienza ha registrato molti cambiamenti della sua clientela, soprattutto tra «gli extracomunitari che adesso cercano gli stessi prodotti degli italiani e si stanno integrando anche nell'aspetto esteriore. Le donne islamiche, per esempio, prima venivano allo sportello indossando il velo e accompagnate dal marito che generalmente parlava meglio l'italiano, oggi vengono da sole e senza velo». (Carla Falconi)

## PROBLEMI E SOLUZIONI

## In Campania avanza la facilitazione digitale

Sono 97 gli uffici postali coinvolti nel progetto dedicato a diffondere l'uso responsabile delle tecnologie

Favorire l'accrescimento delle competenze digitali tra i cittadini per promuovere un uso autonomo, consapevole e responsabile delle nuove tecnologie e incentivare l'uso dei servizi online. È questo l'obiettivo del progetto inserito nel PNRR che vede in questa prima fase la Regione Campania e alcuni uffici postali selezionati sul territorio affiancati nella creazione di una rete di servizi di facilitazione digitale ai cittadini per contrastare il digital divide. «Sono 97 gli uffici postali campani coinvolti, distribuiti equamente nelle 5 province di Avellino, Benevento, Caserta, Napoli e Salerno», spiega **Emanuela Liccardo**, Coordinatore Territoriale Gestione Operativa Campania e Calabria. «I colleghi, e in particolare gli operatori di sportello, sono stati opportunamente formati per supportare gratuitamente i clienti su varie tematiche: l'attivazione di servizi specifici come, ad esempio, lo SPID; la sicurezza informatica per evitare frodi online; l'intelligenza artificiale e la modalità di utilizzo dei servizi digitali della Regione. Una bellissima opportu-



Emanuela Liccardo



I colleghi dell'ufficio postale di Atripalda, in provincia di Avellino

nità di crescita consapevole delle competenze digitali per le nostre risorse e per il nostro territorio». Il servizio è stato molto apprezzato tra la clientela e una grande risposta è arrivata dall'ufficio postale di Atripalda, comune in provincia di Avellino che serve circa 10mila residenti. «I nostri clienti si sono appassionati immediatamente

al servizio. Quando abbiamo spiegato che lo scopo era quello di migliorare la loro esperienza digitale, la curiosità e la partecipazione è aumentata esponenzialmente», racconta il direttore **Gabriele Forgione**. «Ci siamo accorti che molti clienti avevano tanti dubbi su come riconoscere una fake mail, come evitare le truffe online o

Sul sito [tgposte.poste.it](http://tgposte.poste.it) –



Le consegne sulla costa dei Campi Flegrei



Inquadra il QR Code  
per vedere il servizio  
del TG Poste

anche come fare una videochiamata. Un pensionato ci ha chiesto di imparare a usare Facebook per coltivare la propria passione per il collezionismo, un altro che voleva ritrovare vecchi amici ma aveva paura di iscriversi ai social. Dopo le prime fisiologiche difficoltà, sono bastati pochi minuti e pochi click per capire il meccanismo semplice ed efficace per la fruizione dei corsi».

## REPORTAGE

Il lavoro quotidiano del centro logistico più a sud d'Italia

## «Nei piccoli centri del Ragusano ci considerano quasi degli eroi»

I circa 15.000 pacchi mensili triplicano durante i mesi estivi, destinati a villaggi turistici, serre coltivate e al cuore antico della città, Ibla, dove il portalettere è da sempre un'istituzione

Ragusa è un gioiello del tardo barocco, patrimonio Unesco: qui ha sede il Centro Logistico più a sud della Sicilia, con una media mensile di 60.000 pezzi di posta descritta e circa 15.000 pacchi. Un numero che triplica d'estate, soprattutto per l'e-commerce da consegnare nei villaggi turistici. Impossibile, poi, non pensare a Ibla, il quartiere più antico della città, dove si vedono ancora le botteghe e le vecchine sull'uscio che aspettano il portalettere. «Conosci tutte le persone che vi risiedono o lavorano, è come stare in famiglia», racconta **Luciano Di Luciano**, responsabile di 73 persone che servono, anche come CD, un territorio molto ampio: nella Sicilia orientale infatti è il secondo CL dopo Siracusa. «Raggiungiamo clienti al centro di serre coltivate, ci inoltriamo in campagne e sterriati con indirizzi non sempre conosciuti anche da chi è del luogo - racconta Luciano - Il rapporto umano è al centro del nostro impegno». **Laura Gentiluomo**, figlia di postali, è titolare della zona di Chiaramonte Gulfi, paese arroccato dove consegna rigorosamente a piedi: «Mi avvisano della corrispondenza che aspettano: si è creato un rapporto umano molto vivo. Mi chiedono consiglio soprattutto agli anziani. Faccio la portalettere di una volta: porta a porta in un luogo dove tutti si conoscono e dove tutti riconoscono me». **Vittoria Di Martino** è linea business in una zona periferica e nella campagna di Cisternazza, non lontana dall'antica necropoli: «Ho fatto di tutto per consegnare la carta di credito ad un cliente in procinto di partire - ricorda - il nostro è un la-



Il team del Centro logistico di Ragusa

voro di precisione». **Cettina Criscione** è titolare della zona centrale di Ragusa. In alcuni palazzi molto grandi le cassette non erano facilmente raggiungibili: «Siamo intervenuti chiedendo di montarle all'esterno e numerosi condomini si sono già adeguati - racconta - Il portalettere ha un ruolo a seconda del luogo: nei piccoli borghi è quasi un eroe». Da circa 10 anni **Maria Deodata** è addetta di produzione: «Sono molto attenta alla lavorazione di contrassegni, patenti, carte d'identità, schede telefoniche. Qui è rimasta ancora la tradizione dei telegrammi soprattutto per comunicare le condoglianze». **Mario Antoci** è uno dei tre autisti del CL che ritirano la corrispondenza dal CS di Catania e la portano, dopo la lavorazione interna in ordine di consegna, ne-

## BACHECA

## Nuovi incarichi nella Macro Area Territoriale dell'ultimo trimestre

Nicoletta Satullo ..... Resp. Spoke Centro Servizi Palermo 2 - DTO/CO/SBO  
Giuseppe Caccamo ..... Resp. Hub Centro Servizi Dig. Antiriciclaggio Catania - DTO/CO/SBO

gli altri CD serviti da Ragusa. La mattina, in tre turni, la corrispondenza viene consegnata ai CD di Vittoria e Modica e ai Punti di distribuzione di Pozzallo, Scicli e Comiso. «In una giornata media percorso 100 chilometri, nei giorni di picco i km raddoppiano per attestarci sui circa 50.000 l'anno». **Gabriele Giannone** è lo specialista produzione, «ruolo che ti fa entrare dentro a tutto ciò che ruota intorno ai portalettere». **Sergio Ruta** insieme a **Gregoria Morello** e **Gianna Occhipinti** sono i capisquadra del centro. «Ci occupiamo della sicurezza su tanti fronti» afferma Sergio. Gli fa eco Gianna, applicata alle lavorazioni del prodotto in arrivo per i vari CD: «I colleghi sono una seconda famiglia». **Carlo Di Pasquale** e **Alfonso Morreale** sono Responsabile Qualità in Mal Sicilia e Responsabile Recapito Area Manager in RAM 1. Per Alfonso «Poste è come fosse un moderno Garibaldi d'Italia, unisce il Paese: in ogni angolo sei in un ambiente familiare». Carlo ricorda come i portalettere siano «il volto che porta l'azienda a casa dei clienti: l'investimento sul personale e la capillarità del servizio fa sì che i colleghi vadano oltre al proprio lavoro, come ruolo sociale e impegno». «Il portalettere è l'interfaccia tra il cliente e l'azienda: per questo servono educazione, cortesia e spirito di servizio». (Barbara Perversi)

## Sull'Etna



I colleghi del CD di Gravina hanno il merito di consegnare la posta anche quando le eruzioni dell'Etna causano ritardi agli aerei e coprono di cenere le strade come avvenuto, l'ultima volta, a febbraio 2025

## PROBLEMI E SOLUZIONI

## Le prenotazioni digitali volano a Catenanuova: raggiunto il 23% dei clienti

Gli uffici postali sono interessati da picchi di affluenza significativi in periodi specifici, come i giorni delle pensioni o di scadenze fiscali. In alcune aree della Sicilia, questo fenomeno è ulteriormente accentuato dalla tendenza della clientela a concentrarsi in determinate fasce orarie. Nei piccoli centri, i residenti sono soliti presentarsi fuori dall'ufficio con largo anticipo rispetto all'orario di apertura, organizzando già dalle primissime ore del mattino un improvviso sistema di autogestione delle priorità per il ritiro dei biglietti ai totem. Per affrontare questo problema e ridurre le fisiologiche congestioni allo sportello che ne derivano, i colleghi siciliani hanno avviato un percorso di sensibilizzazione per incoraggiare la popolazione all'utilizzo delle prenotazioni digitali.

**La Dup Emanuela Palmeri:**  
«Con pazienza, attenzione e chiedendo l'aiuto dei familiari abbiamo fatto breccia anche tra la popolazione più anziana»

### Esempio virtuoso

Oggi, la Sicilia figura tra le regioni italiane con la più alta percentuale di prenotazioni digitali pari al 15%. La strategia ha prodotto un miglioramento dell'organizzazione del lavoro all'interno degli uffici e, di conseguenza, dell'esperienza del cliente. Tra i casi di successo va certamente citato quello dell'ufficio postale



Le colleghi dell'ufficio postale di Catenanuova, in provincia di Enna

di Catenanuova, comune della provincia di Enna che serve 4.494 residenti, in cui la percentuale di prenotazioni digitali ha raggiunto il 23%, ben oltre il dato medio della Filiale che è pari al 9%. La direttrice dell'ufficio postale di Catenanuova, **Emanuela Jessica Palmeri**, racconta: «Alla base del risultato ottenuto c'è il lavoro di tutta la squadra che, con pazienza e attenzione, è riuscita a fidelizzare anche i clienti meno giovani. Con loro abbiamo costruito nel tempo un clima quasi familiare che ci ha consentito di seguirli con maggiore cura, anche coinvolgendo i nipoti che spesso li accompagnano in ufficio. Nei casi più "ostici" poi invitiamo i nonnini a utilizzare la prenotazione telefonica a cui possono accedere in autonomia». La strategia dell'ufficio postale di Catenanuova include infatti anche la prenotazione tramite Voicebot, pensata per quella parte di clientela meno avvezza alla tecnologia.

**Il programma****FINO AL 20 NOVEMBRE attivi i vantaggi di Poste Mondo Welfare**

Sono quasi 50mila i colleghi che hanno aderito al programma, con una crescita del 22% rispetto all'anno precedente

Il Programma Poste Mondo Welfare si conferma una leva strategica per il benessere dei dipendenti e delle loro famiglie, con quasi 50.000 aderenti e una copertura del 45% della popolazione aziendale target, in crescita di circa il 22% rispetto all'anno precedente. Numeri significativi che testimoniano l'apprezzamento di chi ha già partecipato alle edizioni pregresse e la crescente adesione da parte di colleghi che non avevano mai effettuato questa esperienza, a conferma del suo valore sociale, della convenienza e dell'efficacia delle azioni di comunicazione omnicanale attivate, in particolare anche attraverso circa 1.000 Ambassador che hanno favorito la diffusione "alla pari" delle opportunità. Ha preso avvio dal 27 giugno la fase di fruizione che si concluderà il 20 novembre 2025

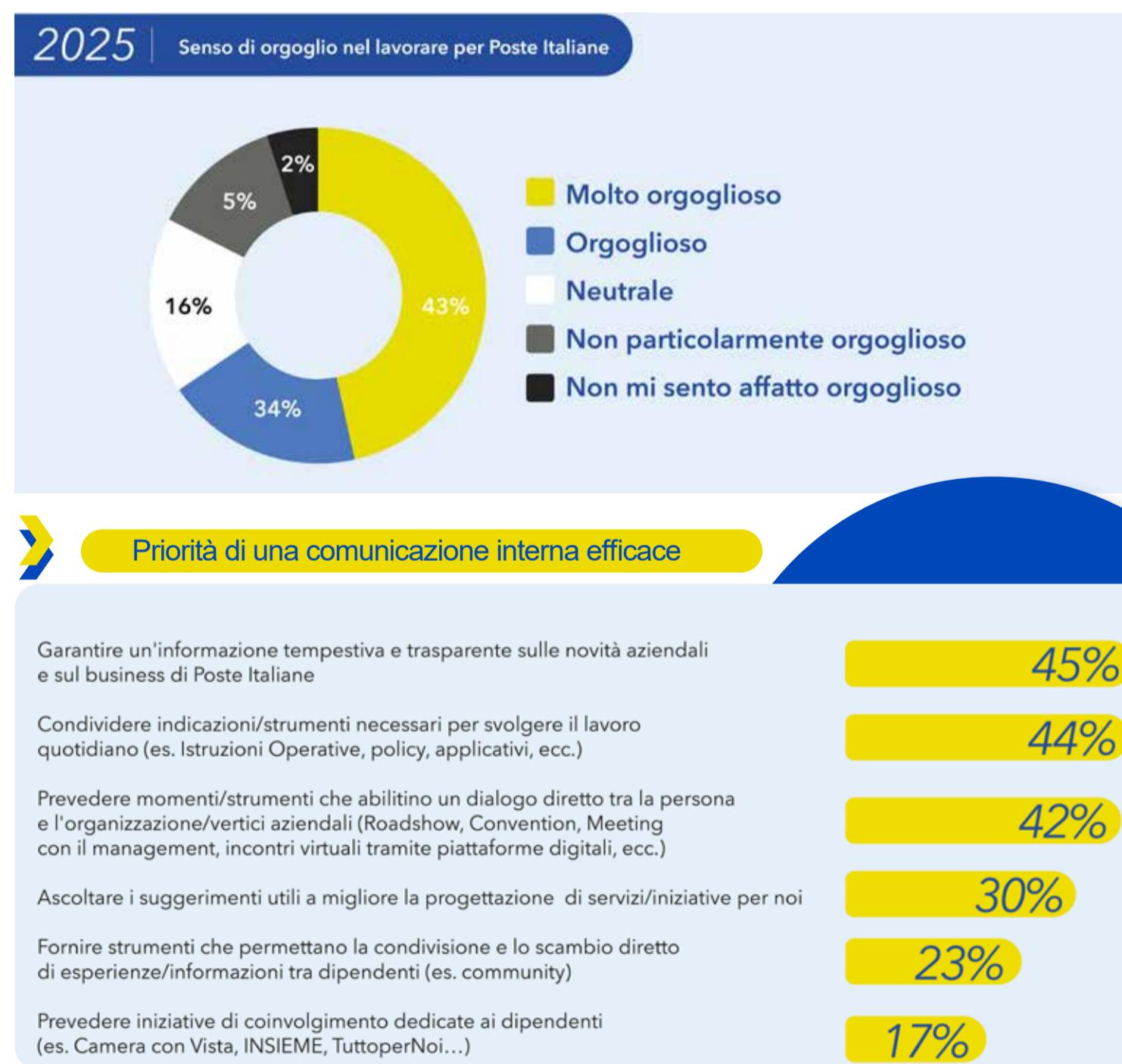
che consente ai colleghi di valorizzare i benefici derivanti dall'utilizzo del conto welfare comprensivo del credito welfare aggiunto previsto, il cui importo è esente da tassazione e contribuzione e può essere destinato a rimborsi spese, versato alla previdenza complementare, al fondo sanitario integrativo aziendale oppure utilizzato per la fruizione diretta con voucher e/o gift card. Quest'ultima è resa ancora più vantaggiosa dalla combinazione con le condizioni competitive derivanti dalle offerte presenti nella piattaforma convenzioni PosteXTe e dalla possibilità di proporre convenzioni on demand. La piattaforma aziendale è stata migliorata per semplificare la navigazione e da quest'anno il rimborso delle spese è disponibile nel proprio conto corrente quasi in tempo reale. Il pro-

gramma si è arricchito di servizi di caring per dipendenti e famiglie in situazione di vulnerabilità e di video consulti gratuiti in ambito pediatrico, nutrizionale, psicologico e di prevenzione sanitaria specialistica. Al termine della campagna, ricordiamo che in caso di non completo utilizzo del proprio conto welfare il Premio di risultato residuo verrà liquidato nella busta di dicembre (a differenza, invece, del credito welfare aggiuntivo residuo). È importante quindi non perdere i vantaggi derivanti dalla fruizione di beni e servizi welfare disponibili in piattaforma. L'Azienda investe sul piano di welfare aziendale come strumento di supporto alla capacità di spesa dei dipendenti e continua ad assicurare così un sostegno concreto costruito sui reali bisogni delle sue persone.

# Condivisione, informazione e trasparenza: la soddisfazione verso la comunicazione interna

Dall'indagine d'ascolto "InEvidenza", rivolta a tutti i dipendenti del Gruppo, è arrivata la conferma dell'apprezzamento rispetto alle informazioni e comunicazioni ricevute tramite i canali interni (70% dei partecipanti), in analogia con quanto rilevato nel 2023

L'iniziativa "La tua opinione conta" ha permesso di ascoltare negli anni il punto di vista dei nostri colleghi su temi e progetti aziendali, attraverso indagini continuative diffuse sui nostri canali di comunicazione interna. Tra queste "InEvidenza", la survey finalizzata ad analizzare il livello di soddisfazione rispetto a canali e strumenti di comunicazione interna e alle iniziative veicolate attraverso di essi. Dall'indagine d'ascolto, rivolta a tutti i dipendenti del Gruppo Poste Italiane, è arrivata la conferma della soddisfazione rispetto alle informazioni e comunicazioni ricevute tramite i canali interni (70% dei partecipanti), in analogia con quanto rilevato nel 2023, con un leggero incremento di chi si è dichiarato "molto soddisfatto". Anche il senso di orgoglio nel lavorare in Poste Italiane è in linea con quanto rilevato nel 2023 con una percentuale di colleghi "molto orgogliosi e orgogliosi" pari al 77%. Spazio "Cedolini e comunicazioni", seguito da intranet e app NoidiPoste risultano i canali digitali con la più alta percentuale di soddisfatti (87% tra molto soddisfatti e abbastanza soddisfatti nel primo caso, 77 e 75% per intranet e app). L'esigenza di ulteriori iniziative di coinvolgimento dedicate ai dipendenti risulta in crescita rispetto alle edizioni precedenti ed è indicata tra le priorità di una comunicazione interna efficace, insieme alla garanzia di un'informazione tempestiva e trasparente e alla condivisione di strumenti/indicazioni necessari al proprio lavoro. In linea con la volontà di maggiore coinvolgimento e condivisione i partecipanti hanno accolto positivamente l'idea di creare nuovi spazi di interazione sui canali digitali, dedicati in primis a colleghi di una stessa funzione aziendale. "Incrementare le modalità di ascolto in ogni settore aziendale", "favorire la comunicazione bidirezionale", avere la possibilità di "fare delle domande e ottenere delle risposte" sono alcune delle esigenze espresse dai colleghi attraverso la survey. La survey si aggiunge agli altri strumenti di rilevazione del feedback delle nostre persone costantemente implementati dall'Azienda, le cui evidenze contribuiscono alla coprogettazione di nuove funzionalità e iniziative e all'orientamento di quelle esistenti.



# NON È SOLO LUCE E GAS, È L'ENERGIA DI CASA TUA.

Scegli Poste Energia, l'offerta pensata per le tue esigenze:  
la rata è fissa per 12 mesi e calcolata sulla base dei tuoi consumi.  
In più, puoi avere 50€ di sconto all'anno sull'offerta fibra PosteCasa Ultraveloce.  
Chiedi un preventivo in Ufficio Postale, in App o su poste.it  
**Non è solo energia, è sapere di avere sempre qualcuno vicino.**

**posteenergia**  
L'energia vicina.



**Posteitaliane**

App Poste Italiane,  
i nostri servizi  
a portata di mano.  
**Scaricala ora.**



**P**

| SPEDIZIONI  
E LOGISTICA

| CONTI E  
PAGAMENTI

| PREVIDENZA  
E ASSICURAZIONI

| MUTUI E  
PRESTITI

| INTERNET  
E TELEFONIA

| RISPARMIO  
E INVESTIMENTI

| SERVIZI  
DIGITALI

| LUCE  
E GAS

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Poste Energia è l'offerta di energia elettrica e/o gas naturale a condizioni di libero mercato, rivolta a clienti domestici e persone fisiche nel contesto del relativo servizio di somministrazione fornito da PostePay S.p.A. L'attivazione della fornitura, che può essere richiesta su poste.it, presso gli Uffici Postali e tramite App Poste Italiane, è subordinata alla valutazione di PostePay S.p.A. Poste Energia è un'offerta a consumo. L'opzione di pagamento a rata fissa prevede un conguaglio finale sulla base dei consumi effettuati. La promozione Energia Connessa prevede uno sconto annuale di 50,00 € erogato in bolletta in quote mensili di 4,17 € tramite l'applicazione di un canone di 22,73 €, anziché 26,90 €, purché la tua corrispondente fornitura Poste Energia rimanga attiva. Il codice promozionale è personale e non cedibile a terzi; dunque, utilizzabile solo per l'attivazione di utenze di energia elettrica e gas intestate al medesimo titolare dell'offerta Fibra PostePay. Se il contratto è sottoscritto con tecniche di comunicazione a distanza, ai sensi del Codice del Consumo il consumatore dispone di un termine di 14 giorni per esercitare il diritto di recesso. Il cliente è tenuto ad un uso lecito, corretto e in buona fede dei servizi. Per le condizioni economiche e contrattuali del servizio, per info su limitazioni, esercizio di eventuali reclami e recesso consulta la documentazione disponibile su poste.it e sui canali sopra citati. L'App Poste Italiane (marchio registrato da Poste Italiane S.p.A.), è un'applicazione di Poste Italiane S.p.A. con sede in Roma Viale Europa 190, dedicata ai dispositivi di tipo mobile, quali smartphone o tablet, scaricabile gratuitamente da App Store o Play Store del sistema operativo di riferimento. Per le condizioni economiche e contrattuali, per informazioni su caratteristiche, limitazioni dei singoli prodotti e servizi accessibili da App, anche con riferimento alle destinazioni servite, diritto di recesso e modalità di eventuali reclami, consulta i relativi documenti disponibili su [www.poste.it](#).