

2024 SUSTAIN & INNOVATE

Sostenibilità e innovazione, gli investimenti di Poste Italiane per crescere con il Paese



AIUTARE L'ITALIA È UN NOSTRO DOVERE E UN NOSTRO ORGOGLIO

Poste al fianco del Governo nella missione più importante in diverse regioni. L'Azienda mette a disposizione del Paese la piattaforma, la logistica e le sue persone per la prenotazione e il tracciamento dei vaccini. L'AD Del Fante: «Il nostro è un ruolo chiave»



INTERVISTA ESCLUSIVA

Johnny Dorelli:
«Vacciniamoci,
ognuno di noi
faccia la sua parte»



IL CAMPIONE DEL MONDO 1982

**Cabrini, Poste
e le migliaia
di lettere delle
ammiratrici**



INCONTRI E CONFRONTI

D'Avenia: «Quei
dialoghi tra amici
con i maestri
della letteratura»



storia di copertina

In prima linea con mezzi e tecnologie per uscire dall'emergenza

Vaccino, è Poste il partner più importante per l'Italia

La distribuzione delle dosi e la piattaforma per le prenotazioni a disposizione delle Regioni rappresentano un valore aggiunto per il nostro Paese, che può contare sull'aiuto dell'Azienda



di PAOLO PAGLIARO

Giornalista, è stato caporedattore di Repubblica e vicedirettore dell'Espresso. È autore della trasmissione Otto e Mezzo di La7, nella quale firma la rubrica "Il Punto", e dirige l'agenzia di stampa 9colonne

Avendo investito massicciamente sull'aggiornamento delle sue piattaforme, e grazie alla diffusione capillare della sua rete fisica e digitale, Poste Italiane ha svolto un ruolo cruciale nella strategia italiana di contenimento della pandemia e dei suoi effetti. E oggi è protagonista della campagna vaccinale con cui il Paese punta a uscire dal tunnel. Lunedì 8 marzo, nel giorno in cui in Italia si superava il numero di 100mila morti, il Presidente del Consiglio Mario Draghi ha riunito a Palazzo Chigi i ministri della Salute e per gli Affari regionali, Roberto Speranza e Maria Stella Gelmini, il Commissario straordinario per l'emergenza Paolo Figliuolo, il Capo della Protezione Civile Fabrizio Curcio e l'Amministratore Delegato di Poste Italiane Matteo Del Fante. Si è fatto il punto sullo stato di attuazione del piano vaccini e si è discusso degli interventi di carattere logistico che vedono Poste sempre più coinvolta nell'azione governativa di contrasto al Covid-19. Il ruolo di Poste è duplice. Da una parte si tratta di consentire ai cittadini di prenotare le vaccinazioni attraverso i diversi canali di cui il Gruppo dispone. Dall'altra, l'Azienda mette a disposizione la sua logistica per la distribuzione dei vaccini, tracciati dai sistemi informatici aziendali che ne seguono il percorso dall'atterraggio dei voli all'aeroporto di Pratica di Mare - dove si trova il sito nazionale di stoccaggio - fino alla distribuzione nelle Asl di tutta Italia.

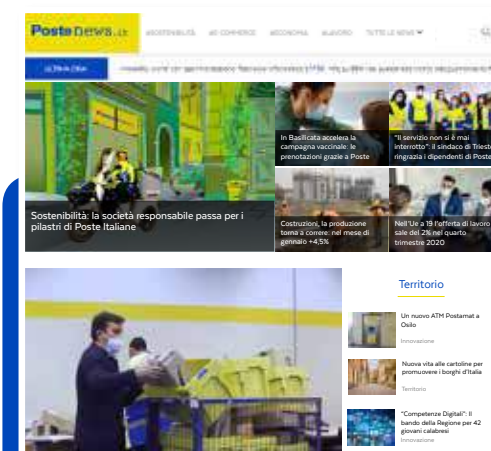


Lungo la "catena del freddo"

Il trasporto - effettuato da Sda, il Corriere Espresso di Poste Italiane, insieme all'esercito - avviene nel rispetto della cosiddetta "catena del freddo". Perciò vengono utilizzati contenitori specifici, isotermitici, con masse raffrescanti che garantiscono il mantenimento della temperatura richiesta. Il tutto viaggia sui furgoni con celle refrigerate. Una piattaforma di controllo consente di verificare in tempo reale dove si trova tutto il materiale. Poste non è nuova a questo genere di missioni. Nei mesi scorsi i suoi automezzi hanno trasportato e consegnato 5 milioni di kit - siringhe, aghi, diluenti - e sono ormai centinaia i Comuni che usufruiscono del servizio di consegna a domicilio dei farmaci, garantito grazie all'accordo con una società specializzata. È un servizio semplice, capillare e flessibile, particolarmente importante in un periodo in cui alle categorie più deboli viene raccomandato di uscire di casa il meno possibile.

Vantaggio per tutti

Per quanto riguarda la gestione delle prenotazioni vaccinali, già diverse Regioni hanno deciso di affidarsi alla piattaforma multicanale di Poste. La piattaforma consente di gestire le prenotazioni online, attraverso il portale, o tramite il call center dedicato. Nelle regioni che hanno aderito è possibile prenotare anche attraverso gli ATM, inserendo la tessera sanitaria invece del Postamat; o anche tramite i postini che, ricevuta la richiesta, la inviano dai palmari che hanno in dotazione. È un meccanismo che porta vantaggi a tutti. Le Regioni utilizzano la piattaforma gratuitamente, senza spendere soldi per sviluppare nuovi portali. Il sistema sanitario può monitorare in tempo reale prenotazioni e vaccinazioni effettuate, migliorando quindi la capacità di programmare le une e le altre. La tecnologia si appoggia sulla rete cloud di Microsoft che consente di evitare problemi di sovraccarico e guasti. I dati sono sicuri



Postenews.it cresce con oltre 180mila pagine visitate

Sono state oltre 180mila le pagine di postenews.it visitate a febbraio 2021, un mese che ha segnato il secondo miglior dato di sempre di traffico del sito del nostro magazine, registrando una crescita rispetto al mese precedente. Aggiornato quotidianamente, sette giorni su sette, con notizie sul mondo postale, analisi, speciali, focus e interviste esclusive, il nostro sito continua ad arricchirsi di contributi. Per scoprire tutti questi contenuti vi aspettiamo su www.postenews.it

e blindati, e questa è la premessa per immaginare che la piattaforma di Poste possa essere in futuro utilizzata per alimentare il passaporto vaccinale, semmai si decidesse di vararlo.

Servizi a valore aggiunto

In uno dei momenti più difficili della storia recente l'Italia sceglie dunque Poste per migliorare l'efficienza della campagna sanitaria. Lo può fare perché negli anni scorsi l'Azienda (35 milioni di clienti, 13 mila uffici postali, 27 milioni di carte in circolazione e oltre 1 miliardo di transazioni l'anno) ha saputo modernizzare la propria infrastruttura IT, investendo 2,8 miliardi di euro nel Piano Deliver 2022. Ne hanno beneficiato settori quali le piattaforme cloud, la gestione dei dati e delle API (Application Programming Interface). Poste Italiane è ora in grado di prendere decisioni aziendali basate su elaborazioni in tempo reale e ha creato un ambiente sicuro di "Open Innovation", in cui i partner specializzati possono essere integrati per dispiegare rapidamente nuovi servizi a valore aggiunto. Il più importante di questi partner si chiama Italia. ●

sommario

Inviare le vostre storie e proposte a RedazionePosteNews@posteitaliane.it

aprile 2021

storia di copertina
La piattaforma per prenotare il vaccino anti-Covid
p. 4

storia di copertina
Il palmare dei postini diventa simbolo di speranza
p. 6

storia di copertina
Così la fila per i vaccini è diventata più veloce
p. 8-9

24 SI
Gli scenari delle nostre aree di business
p. 12-13

il nostro business
BancoPosta Fondi Sgr: intervista all'Ad Giuliani
p. 17

speciale noi
La crescita delle nostre Persone nelle Marche
p. 20-21

poste e il calcio
Antonio Cabrini: «Ricordo quel timbro regalato da Poste»
p. 23

dentro l'azienda
Dal progetto di Insourcing alle valutazioni
p. 26-27

io di poste
Scopriamo i nostri talenti
p. 31

storia di copertina
La scelta delle Regioni: con Poste vaccini più rapidi
p. 5

storia di copertina
Johnny Dorelli: «Ciascuno faccia la sua parte»
p. 7

24 SI
"2024 Sustain & Innovate": ecco il nostro futuro
p. 10-11

24 SI
Il mondo Poste guarda avanti: le novità
p. 14-15

visti da fuori
La trasformazione di Poste secondo i filosofi Sini e Floridi
p. 18-19

passione filatelia
I sessant'anni di carriera del maestro Prosdoci
p. 22

incontri e confronti
Alessandro D'Avenia: «Mi piacerebbe scrivere a Dante»
p. 25

ricordi di poste
Le parole dei nostri ex colleghi
p. 28-29

DIRETTORE EDITORIALE
GIUSEPPE LASCO

DIRETTORE COMUNICAZIONE
PAOLO IAMMATTEO

DIRETTORE RESPONSABILE
GIUSEPPE CAPORALE

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

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

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO
FILIPPO CAVALLARO
MASSIMO CUOMO
MARCELLO LARDO
PAOLO PAGLIARO
GIANLUCA PELLEGRINO
PIERANGELO SAPEGNO
LUCA TELESE

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



MISTO
Carta da fonti gestite in maniera responsabile
FSC® C002683

CHIUSO IN REDAZIONE
IL 23 MARZO 2021

AL FIANCO DELLE ISTITUZIONI

Ecco perché Poste è stata scelta per la sfida più importante

Accelerare la campagna vaccinale è stato uno dei primi propositi dichiarati del presidente del Consiglio Mario Draghi quando si è insediato a Palazzo Chigi. Per farlo, il suo governo ha affidato la gestione dell'emergenza a un nuovo Commissario Straordinario all'Emergenza, il Generale Francesco Paolo Figliuolo, esperto di logistica, e ha intensificato il rapporto con Poste Italiane, già in prima linea al fianco del precedente esecutivo nelle strategie di contenimento del virus e ora chiamata a fare la sua parte anche nella fase di uscita dall'emergenza. All'inizio di marzo l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante e il Condirettore Generale Giuseppe Lasco hanno preso parte a Palazzo Chigi a un incontro con Draghi, Figliuolo, i ministri competenti per l'emergenza, e il capo della Protezione Civile Fabrizio Curcio. Il supporto di Poste, in campo sia nella distribuzione sia nella messa a disposizione della propria piattaforma tecnologica, è considerato fondamentale dal governo centrale per semplificare le operazioni e garantire una maggiore velocità della campagna vaccinale. L'idea del

Governo Draghi e della struttura commissariale è quella di "militarizzare" la gestione dei dati sulle inoculazioni prevedendo, proprio come già avviene per le unità militari, che i territori inviino ogni giorno alla stessa ora un report giornaliero. Il rafforzamento dell'impiego dei militari e i mezzi messi a disposizione da Poste Italia-



Il Commissario Francesco Paolo Figliuolo



Il Presidente del Consiglio Mario Draghi

ne - unici per capillarità e per sviluppo tecnologico - contribuiranno a portare avanti questa missione senza precedenti. Le linee operative del piano presentato dal nuovo Commissario Straordinario all'Emergenza prevedono infatti una governance accentrata a fronte di una esecuzione decentrata, con una catena di controllo snella e radicata sul territorio. I due pilastri per condurre una rapida campagna sono la distribuzione efficace e puntuale dei vaccini e l'incremento delle somministrazioni giornaliere. Poste Italiane, forte di una presenza capillare in tutto il Paese e dell'efficienza delle sue reti, sta garantendo entrambi questi aspetti, fondamentali per la riuscita della campagna vaccinale.

Le parole dell'Amministratore Delegato Matteo Del Fante sul contributo al Paese

«Consegna e piattaforma vaccinale, un ruolo chiave nel piano nazionale»

L'infrastruttura tecnologica e logistica di Poste si trasforma da pilastro aziendale a pilastro nazionale: la chiamata di Draghi e il coinvolgimento sempre più attivo nella campagna confermano il nostro ruolo chiave: «Seguiamo ogni dose in tempo reale»



Il nostro dovere e il nostro onore. Sono le parole usate dall'AD Del Fante per descrivere l'impegno di Poste Italiane nella campagna vaccinale del Governo, un impegno che riassume i valori dell'Azienda e testimonia che gli investimenti sul cloud, la formazione delle persone e il loro spirito di sacrificio si sono trasformati in un patrimonio dal quale può trarre aiuto tutta la nazione. Il riferimento di Del Fante, il "dovere e l'onore", arriva all'apertura del Capital Market Day dello scorso 19 marzo quando Poste presenta a investitori, stakeholder e media il piano strategico "2024 Sustain & Innovate". Prima di parlare di business, l'accento va sull'attualità e non potrebbe essere altrimenti: mentre il numero uno del Gruppo parla, i furgoni di SDA girano per l'Italia a rifornire i centri vaccinali delle dosi che dovranno spingerci verso il nostro nuovo futuro, libero - si spera - dall'incubo coronavirus.

Il ruolo chiave

Prima del business, dunque, vengono i valori, anche se non fanno affatto rima con

profitto. E Del Fante quei valori li vuole rimarcare, con poche semplici frasi, perché poi si parlerà con grafici, proiezioni, visioni. Quel futuro che verrà disegnato nelle ore successive dal management di Poste esiste perché l'Azienda si è messa al servizio del Paese. Senza chiedere nulla in cambio, confermando il proprio ruolo di ingranaggio senza il quale la macchina si inceppa. «Siamo orgogliosi del nostro ruolo chiave nel piano di vaccinazione nazionale, è il nostro dovere e il nostro onore» spiega, riepilogando altri numeri, ben lontani da quelli della finanza. «Lo stiamo facendo con circa due milioni di dosi di vaccino già consegnate, a sostegno dell'Esercito Italiano, e grazie alla nostra piattaforma tecnologica nativa su cloud». L'infrastruttura tecnologica e logistica di Poste, dunque, si trasforma da pilastro aziendale a pilastro nazionale: la chiamata del Governo Draghi e il coinvolgimento sempre più attivo chiesto con determinazione dal Commissario Straordinario all'Emergenza Coronavirus Figliuolo sono i segni più tangibili. «La no-



Matteo Del Fante, Amministratore Delegato di Poste Italiane

stra piattaforma segue in tempo reale ogni dose di vaccino in sei regioni, che coprono circa il 35 per cento della popolazione» spiega ancora Del Fante, che ricorda come il sostegno al Paese non sia concentrato solo sulla consegna o sulla prenotazione dei vaccini.

Il «grazie» alle persone di Poste

Poste da inizio emergenza ha anche distribuito 1 miliardo e mezzo di dispositivi di protezione individuale, ha consegnato in anticipo le pensioni e ha mantenuto un Uf-

ficio Postale aperto in ogni piccolo comune. Ha pensato alla sicurezza dei clienti e a quella delle proprie persone, con il ricorso allo smart working che è arrivato a toccare l'85 per cento della popolazione aziendale, 200mila test anticovid oltre a tutti i dispositivi di protezione, dalle mascherine ai guanti fino ai termoscanner, i plexiglass e alle maxioperazioni di sanificazione. Il grande orgoglio, dunque, è l'impegno che tutta Poste Italiane sta mettendo per questa grande missione: «Vi ringrazio per ciò che fate e che continuate a fare» è stato il doveroso tributo rivolto da Del Fante al cuore dell'Azienda: le sue persone.

“I nostri figli” in copertina su Postenews

Il magazine Postenews ha scelto di dedicare il prossimo numero alle storie dei nostri figli durante la pandemia e alle loro e alle vostre speranze per il futuro. Per questo vi chiediamo di inviarci un breve testo e una foto dei vostri figli (anche insieme a voi, a vostra scelta) con relativa autorizzazione alla pubblicazione: le storie che ci perverranno saranno pubblicate sul magazine, che sarà dedicato a questo tema. Alcune delle immagini che riceveremo verranno utilizzate per la copertina di Postenews. Vi aspettiamo numerosi: redazionepostenews@posteitaliane.it

storia di copertina

IL CONDIRETTORE GENERALE GIUSEPPE LASCO

«Una grande operazione nell'interesse del nostro Paese»

«È un servizio che Poste Italiane ha messo a disposizione del Paese, in questo momento di grande criticità, a titolo gratuito. Un investimento non da poco, che abbiamo deciso di fare nell'esclusivo interesse del nostro Paese». Dopo aver formalizzato l'accordo con la Regione Lombardia per la piattaforma di prenotazioni dei vaccini, il Condirettore Generale Giuseppe Lasco ha ribadito il ruolo fondamentale di Poste per l'Italia e, in particolare, per le Regioni che hanno scelto di affidarsi alla nostra piattaforma per accelerare l'uscita dall'emergenza. Ricordando che sono quattro le modalità con cui è possibile effettuare l'adesione e la prenotazione dei vaccini (online sul portale, chiamando il call center, ai Postamat inserendo la tessera sanitaria e attraverso il palmare in dotazione ai portalettere), Lasco ha garantito che il sistema sta funzionando in modo efficace, al pari della distribuzione delle dosi: «Procede la consegna dei vaccini dove siamo stati attivati, unitamente all'esercito, così come sta funzionando la consegna di tutti gli altri dispositivi di sicurezza, distribuiti su mandato della Presidenza del Consiglio». Quello che Poste ha fatto è sotto gli occhi di tutti dal 24 febbraio 2020, è il pensiero del dottor Lasco. «Per i nostri Uffici Postali

e per i nostri portalettere – ricorda ripercorrendo gli ultimi 14 mesi – non c'è mai stata zona rossa: 80.000 colleghi hanno continuato a lavorare senza sosta e continuano a farlo tuttora. Ci siamo adoperati per trovare iniziative che potessero favorire la prevenzione come il pagamento anticipato delle pensioni e l'accordo con l'arma dei Carabinieri per portare le pensioni alle persone ultrasessantacinquenni che non potevano uscire di casa. Noi sappiamo che i nostri Uffici Postali – ha continuato il Condirettore Generale di Poste Italiane – in alcune zone del Paese costituiscono l'ultimo baluardo dello Stato. Stiamo producendo il massimo sforzo per lasciare aperti tutti gli Uffici Postali, come ci viene richiesto dalle istituzioni locali, e per garantire i servizi di consegna della corrispondenza grazie alla grande disponibilità della nostra gente». Per la vaccinazione dei dipendenti quotidianamente a contatto con i clienti, Poste ha presentato a tutte le istituzioni competenti «un piano vaccinale analitico, certificato – ha continuato Lasco – redatto con la Fondazione del Policlinico Gemelli di Roma, che pianifica i criteri di vaccinazione; l'operazione riguarda solamente i nostri operatori di sportello e i nostri portalettere».



Giuseppe Lasco, Condirettore Generale di Poste Italiane

Ecco come funziona la piattaforma logistica per la prenotazione del vaccino

Web, Postamat, call center o portalettere: grazie a Poste ritroviamo la nostra speranza

Abbiamo messo a punto una piattaforma basata su cloud per gestire in modo facile e rapido l'accesso alla vaccinazione

Affrontare una campagna vaccinale che coinvolge 60 milioni di persone, nel pieno di una pandemia, con l'obiettivo di ridurre il più possibile i tempi di somministrazione del vaccino e permettere al Paese di ripartire a pieno regime, è una delle prove più difficili che l'Italia abbia affrontato dal Dopoguerra. Il processo che ci porterà alla normalità deve quindi funzionare alla perfezione in tutte le sue parti, come gli ingranaggi di un orologio meccanico. Ci ha pensato Poste Italiane, con la sua esperienza, a ridurre la complessità del momento, realizzando una piattaforma informatica in grado di gestire in modo facile e rapido le varie fasi della campagna vaccinale in atto.

Per le regioni

La piattaforma consente di gestire la prenotazione del vaccino su molteplici canali: online, numero verde dedicato (800.00.99.66), sportelli Postamat distribuiti sul territorio nazionale e gli stessi portalettere di Poste Italiane che possono prenotare gli appuntamenti dei cittadini direttamente dal palmare in dotazione. La piattaforma realizzata da Poste Italiane, e voluta dalla Struttura Commissariale, è già attiva sin da gennaio a supporto di quattro regioni per la fase di somministrazione e di altre tre per la gestione della fase di prenotazione, mentre è in corso di configurazione per ulteriori due regioni. Essendo stata progettata per coprire l'intero territorio nazionale, la piattaforma è aperta

all'utilizzo da parte di altre regioni che ne facessero richiesta.

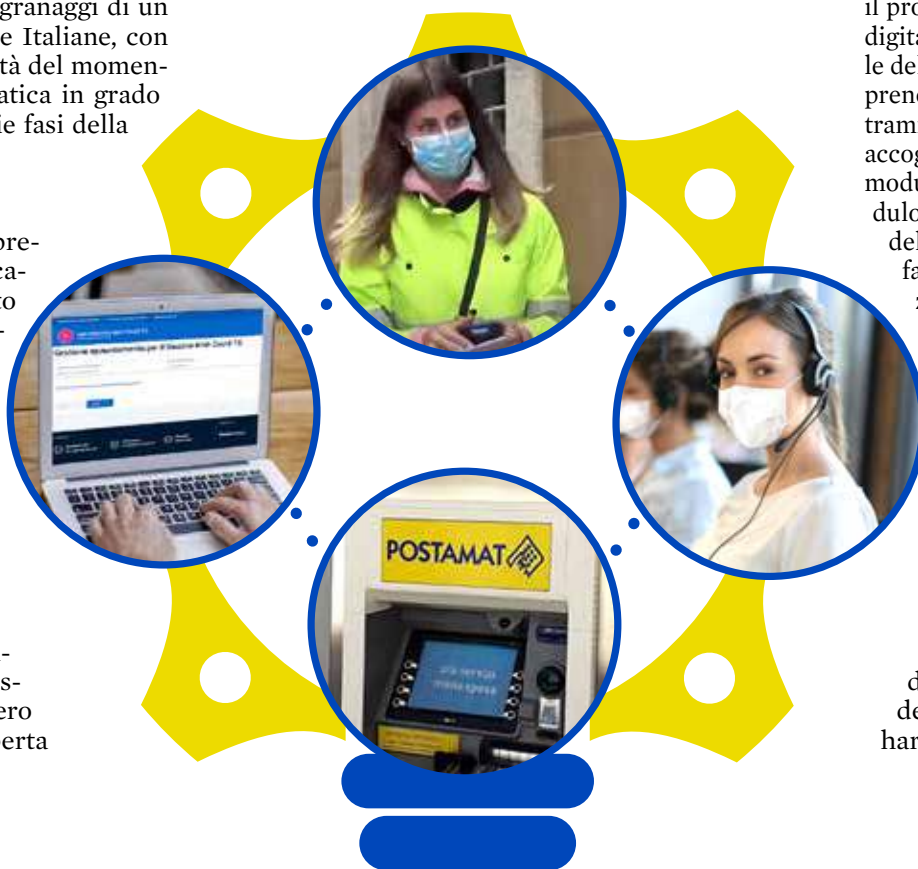
Come funziona

Prenotare è facilissimo: i cittadini delle regioni che hanno adottato la piattaforma, appartenenti alle categorie individuate e secondo le tempistiche indicate dalla re-

gione, possono accedere al portale web dedicato alle prenotazioni ed inserire il proprio codice fiscale e numero della tessera sanitaria. Se appartengono alla lista degli aventi diritto, proseguono con la scelta del centro vaccinale tra quelli più vicini individuati in base al proprio CAP, e la selezione dell'orario tra quelli disponibili, proposti dalla piattaforma. Successivamente, il cittadino inserisce il proprio numero di cellulare dove riceverà un codice da digitare sul portale per confermare la prenotazione. A valle della conferma, la piattaforma visualizza i dettagli della prenotazione, per un'eventuale stampa, inviandoli anche tramite SMS al cittadino. Per velocizzare le operazioni di accoglienza è richiesto, inoltre, di scaricare e compilare i moduli da presentare all'appuntamento (ad esempio modulo del consenso informato e anamnestico). L'adozione della piattaforma da parte della Regione richiede una fase preparatoria, sia organizzativa che di configurazione della piattaforma stessa. Quest'ultima è a cura della regione che inicializza i dati necessari al funzionamento del sistema, quali ad esempio l'anagrafica dei codici fiscali e tessere sanitarie delle categorie aventi diritto alla vaccinazione, l'elenco dei centri vaccinali abilitati, la loro capacità vaccinale ed i CAP serviti da ciascun centro di vaccinazione.

Help desk e monitoraggio

Oltre ad essere un servizio per i cittadini, la piattaforma consente il monitoraggio a livello regionale, di ASL e dei centri vaccinali attraverso un apposito cruscotto di visualizzazione dei dati. Gli operatori dei centri hanno a loro disposizione un help desk dedicato all'assistenza, inclusi anche i problemi hardware e applicativi.



Leggi le news e gli approfondimenti del nostro magazine sul sito www.postenews.it

La piattaforma per le prenotazioni, un aiuto fondamentale per la campagna vaccinale

Veloce, capillare, efficiente le Regioni scelgono Poste

Gli over 80 siciliani sono stati i primi, all'inizio di febbraio, a fissare il loro appuntamento tramite call center, sito, postini o ATM

L'obiettivo dei governatori è velocizzare e uniformare le operazioni, affidandosi a una realtà riconosciuta e stimata dai cittadini

Le Regioni si affidano a Poste Italiane. Sono tante le adesioni alla piattaforma ideata per la prenotazione degli appuntamenti che vede in prima linea i portalettere con i loro palmari e che consente, tra le altre cose, di fissare la data del vaccino: i primi sono stati gli over 80, in particolare quelli siciliani che, a partire dalle 10 di lunedì 8 febbraio, hanno potuto iniziare il loro personale percorso di uscita dall'emergenza sanitaria. Nei primi giorni di febbraio i tecnici informatici dell'assessorato alla Salute hanno completato il processo di allineamento delle informazioni (tra punti vaccinali negli ospedali, disponibilità vaccini e popolazione siciliana) con la banca dati di Poste Italiane per consentire la predisposizione degli slot di prenotazione. Dal secondo lunedì del mese è stato possibile, pertanto, accedere al sistema online - anche tramite il palmare dei portalettere e i 687 ATM del territorio - e scegliere il Centro vaccinale siciliano più vicino e determinare l'appuntamento per la somministrazione.



LETIZIA MORATTI
ASSESSORE AL WELFARE REGIONE LOMBARDIA

“Garantisce una diffusione più ampia, fondamentale sulle nostre montagne

«Inizia una nuova fase della stagione di contrasto al coronavirus - ha annunciato quel giorno il presidente della Regione, Nello Musumeci - Assieme ad altre Regioni, abbiamo scelto di aderire al progetto informatico e logistico della struttura del Commissario nazionale per l'emergenza e siamo particolarmente orgogliosi di essere i primi in Italia in questo servizio». Pochi giorni dopo, dal 12 febbraio, anche nelle Marche gli ultraottantenni hanno potuto testare il servizio grazie anche ai portalettere e ai 242 ATM distribuiti sul territorio: «Abbiamo aderito al progetto informatico e logistico di Poste Italiane e della struttura commissariale, insieme ad altre Regioni italiane, che ci supporteranno per il piano vaccini - ha affermato il presidente della Regione Marche, Francesco Acquaroli - Colgo questa occasione per invitare i cittadini a collaborare sia in tema di comportamenti, per la sicurezza di tutti, rispettando sempre tutte le regole, sia aderendo alla campagna vaccinale». Il sistema centralizzato messo a punto da Poste garantisce di verificare in tempo reale il numero degli immunizzati e di inserire il nome del singolo paziente nell'anagrafe vaccinale. Una banca dati unica che permette maggiore equità, impedendo le sperequazioni di oggi verso i pazienti più fragili, in alcune regioni finiti alle spalle di giovani ricercatori e dottorandi.

Cambio di passo

Tra le prime cinque regioni ad aderire, in-



VITO BARDI
PRESIDENTE REGIONE BASILICATA

“Network capillare che gode della fiducia della gente

sieme a Sicilia e Marche, figuravano a febbraio anche Calabria, Abruzzo e Basilicata, dove la scelta di Poste è stata dichiaratamente collegata alla necessità di accelerare la campagna vaccinale. «Il cambio di passo c'è e si vede. Con il nuovo Governo si punta tutto sulla campagna vaccinale e sulla velocità. Ho apprezzato che anche il ministro della Salute abbia voluto coinvolgere un network così capillare sul territorio come quello di Poste Italiane, che gode anche della fiducia della popolazione», ha dichiarato Vito Bardi, presidente



FRANCESCO ACQUAROLI
PRESIDENTE REGIONE MARCHE

“Informatica e logistica ci aiuteranno a vaccinare i cittadini

Welfare Letizia Moratti, «è ampia e garantisce una diffusione capillare che ci aiuterà nelle zone di montagna dove c'è meno possibilità di aderire in maniera facile». Al momento di andare in stampa, la piattaforma messa a disposizione gratuitamente da Poste è in fase di attivazione anche nella regione più colpita dal virus. Tanti osservatori in queste settimane hanno notato come Poste Italiane sia ben strutturata per interfacciarsi con i cittadini, facendo leva su quasi 13mila Uffici Postali distribuiti su tutto il territorio nazionale e tra loro interconnessi via cloud. Poste dispone inoltre di molteplici canali integrati di relazione con gli utenti. Senza dimenticare un altro punto importante: i cittadini non autosufficienti vedono arrivare ogni giorno presso il loro domicilio i nostri portalettere che, grazie ai palmari wireless, possono fare da “interfaccia umana” per la prenotazione e l'assistenza. Un valore aggiunto per gran parte della popolazione più vulnerabile e che ha bisogno di essere vaccinata in tempi certi.



NINO SPIRLI
PRESIDENTE REGIONE CALABRIA

“Ci permetterà di razionalizzare l'intero processo

della Regione Basilicata, elogiando Poste Italiane per il suo ruolo decisivo nella campagna vaccinale. «Sulla velocità e la penetrazione della campagna vaccinale si gioca non solo la stagione estiva, ma il futuro sanitario, produttivo e sociale della nostra regione. In Basilicata siamo pronti a ogni tipo di sforzo per proteggere la nostra popolazione, in primis i soggetti più anziani e quindi più a rischio». La piattaforma di Poste «ci permetterà di razionalizzare l'intero processo» è stato invece il commento di Nino Spirli, governatore della Calabria.

La relazione con gli utenti

L'efficacia e l'efficienza dei mezzi messi a disposizione da Poste hanno convinto anche la Lombardia. Con le sue quattro modalità di prenotazione la piattaforma di Poste, ha ricordato l'assessore al

storia di copertina

I cittadini prenotano i vaccini direttamente dai loro palmari: le testimonianze dei postini

«Tornare presto alla normalità il nostro aiuto per il Paese»

Nelle regioni che hanno aderito alla piattaforma di Poste, il contributo dei portalettere è stato decisivo per accelerare la somministrazione delle dosi: «Le persone ci chiedono quando toccherà a loro», raccontano con l'emozione e l'orgoglio di chi sta servendo l'Italia



di **PIERANGELO SAPEGNO**

Giornalista professionista e scrittore, è stato inviato speciale per La Stampa. Per Mondadori ha pubblicato, insieme con lo scrittore Pierdante Piccioni, i libri "Meno Dodici" e "Pronto Soccorso"



Giuseppina Pompeani dice che si sente «molto emozionata». Portalettere, 49 anni, di Ancona, gestisce le consegne nella zona di Collemarino, e adesso è sempre lì con il suo palmare, appena la chiamano, a fare le prenotazioni per i vaccini. Ma spiega che non è solo questo, «è che la gente, tutta la gente, anche quelli che devono aspettare il loro turno, ci vede come un punto di riferimento, vogliono essere informati bene e ci chiedono di tenerli aggiornati, per capire e sapere quando toccherà a loro». Sembra di essere tornati indietro nel tempo, quando i portalettere arrivavano nei luoghi isolati e in quei villaggi di poche case sparse sui bricchi, in mezzo alla neve e alla tempesta, e c'erano solo loro che riuscivano a farlo arrampicandosi per qualche costone su una bicicletta, per portare assieme alla posta anche le notizie. Non erano solo un gazzettino. Erano molto di più. Tenevano legati al mondo i vecchi che non potevano più venir via da quelle radici, gli raccontavano le cose e gli allungavano la vita. Anche adesso il ruolo è lo stesso.

A disposizione del Paese

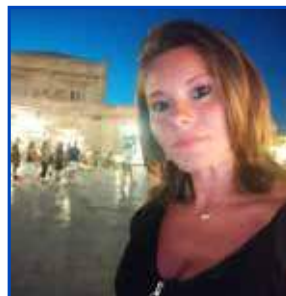
L'aiuto di Poste alla guerra senza quartiere contro il virus non si ferma qui, poiché l'azienda ha messo a disposizione anche, tra l'altro, le sue strutture logistiche con il Corriere SDA, in collaborazione con l'Esercito italiano, per la distribuzione dei vaccini su tutto il territorio nazionale. A Pratica di Mare si è lavorato a testa bassa e con grande entusiasmo per realizzare un centro logistico moderno, che offra garanzie di sicurezza e di massima efficienza. Una volta arrivati, i vaccini vanno distribuiti nelle migliori condizioni possibili e nel tempo più breve.

L'importanza delle informazioni

Dal territorio Antonella Gandolfo, portalettere di Palermo, spiega: «Il servizio sta andando davvero molto bene. Le persone dimostrano un grande interesse e già molte hanno deciso di prenotarsi». In effetti, in Sicilia, appena sei ore dopo l'apertura dei sistemi telematici, 53mila persone si erano già prenotate. In tutta l'isola sono attivi 687 sportelli ATM e 2.300 portalettere che, porta a porta, e per chiunque ne faccia richiesta, possono prenotare e stampare la ricevuta dell'appuntamento. In questo modo l'azienda offre certamente una disponibilità maggiore e più efficace rispetto ad altri sistemi, molto gradita dagli utenti. Come spiega ancora Antonella Gandolfo, oltre a tutti quelli che all'inizio ne avevano diritto, sono stati subito in tanti che si sono rivolti a loro «chiedendo informazioni sui dettagli del servizio e per sapere quando arriverà il loro turno. Le persone ci vedono come veri e propri punti di riferimento ed è davvero gratificante vedere come ogni giorno io e i miei colleghi contribuiamo nel nostro piccolo, ma in modo fattivo, a far del bene per la collettività. Penso soprattutto agli anziani che senza il servizio offerto da Poste Italiane avrebbero delle oggettive difficoltà nel prenotarsi per ricevere il vaccino».

Vita normale

Un altro portalettere di Palermo, Gerolamo Di Carmelo, ripete che anche a lui la gente non finisce di chiedere informazioni. «Sono passate due settimane da quando abbiamo cominciato e sinceramente i riscontri che ho ricevuto sono stati tutti estremamente positivi. In questo modo riusciamo anche a risolvere, anche in



Antonella Gandolfo, portalettere di Palermo



Giuseppina Pompeani, portalettere di Ancona



Paolo De Angelis, portalettere di Ancona

età, il nostro servizio entrerà ancora più nel vivo». Risalendo la penisola, i commenti e l'entusiasmo sono più o meno gli stessi. «Per me è una emozione unica», dice Paolo De Angelis, portalettere di Ancona, «perché questo è il momento di offrire un contributo reale al mio Paese, aiutando tante persone a vaccinarsi e a tornare a una vita normale. L'hanno detto in tanti che questa pandemia è come una guerra. Io non so, non ho mai visto una guerra. Però è il momento più drammatico che abbiamo vissuto, e dobbiamo essere tutti uniti per uscirne fuori, noi di Poste Italiane che offriamo questo servizio così importante e i cittadini che ne usufruiscono: insieme possiamo farcela». Di noi i clienti si fidano, ripete Giuseppina Pompeani. Certo è che, oltre a essere gratuita, la piattaforma di Poste - prenotazioni.vaccinico.gov.it - consente di evitare problemi di sovraccarico e guasti.

Uno strumento di speranza

«Noi abbiamo messo a disposizione tutti i canali di Poste Italiane», ha detto l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante. «Chi lo fa con noi è tranquillo». E in questa fase i portalettere stanno ricoprendo un ruolo determinante, quasi storico. «I nostri clienti mi stanno letteralmente subissando di domande. Il fatto è che questo servizio è un ottimo canale per quelle persone anziane e malate, che non possono uscire di casa e non hanno dimestichezza con il computer. Grazie al nostro intervento riescono a prenotarsi in tutta tranquillità. E io mi provo una strana sensazione: il mio palmare diventa per loro uno strumento di speranza».

tempi brevi, pure problemi di una certa rilevanza. Proprio oggi ho effettuato alcune prenotazioni, di cui molte per la somministrazione del vaccino a domicilio. Mi rendo conto, però, che soprattutto nei prossimi giorni, quando sarà possibile ampliare il bacino di utenti vaccinabili e con la diversificazione delle fasce di

Intervista a Johnny Dorelli: la sua generazione è stata la più colpita dalla pandemia

«Mi sono vaccinato ciascuno di noi deve fare la sua parte»

Dai ricordi degli Stati Uniti raccontati nell'autobiografia "Che fantastica vita" alla crisi sanitaria del 2020: «Dobbiamo continuare a rispettare le regole e ringraziare chi, come i postini, ha lavorato nel pieno dell'emergenza»

di MARCELLO LARDO



Giorgio studiava in un durissimo collegio musicale mentre il padre si esibiva nei concerti e cantava alla radio, la stessa dove lavorava come radiocronista Mike Bongiorno. Sarebbe stato proprio il grande Mike che avrebbe dato al talentuoso ragazzino l'occasione di cantare alla Brooklyn Academy. Giorgio è l'amatissimo Johnny Dorelli, che ha da poco pubblicato la sua autobiografia.

Nel libro "Che fantastica vita" ci sono tanti aneddoti, non solo nel mondo dello spettacolo. Che effetto le ha fatto ripre-

correre a ritroso la sua vita?

«È stato bello, è una cosa che desideravo fare da tempo. Ho in un certo senso rivissuto la mia gioventù americana e mi sono trovato benissimo a ricordare gli anni del Dopoguerra, quando sono partito per New York. Piansi quando ci andai ma piansi anche quando tornai in Italia. L'America lascia un segno, New York ti dà il massimo che puoi avere anche come scuole. Amo la mia città, che è Meda non Milano, ma credo che tutta la mia fortuna artistica sia legata al periodo vissuto negli Stati Uniti».

Il libro è uscito nel pieno della pandemia. Aggiungerebbe un capitolo per raccontare l'incredibile momento che stiamo vivendo? Con quali sentimenti ha vissuto quest'anno pensando anche alla Lombardia, alla sua Meda e alla sua Milano?

«È un periodo terribile. Non è facile accettare di non poter uscire. Inoltre, le persone della mia età devono stare particolarmente attente a non avere contatti pericolosi e anche a non procurarsi infortuni. Per fortuna, come ultraottantenne sono stato vaccinato presto».

Poste Italiane è in prima linea anche nella campagna vaccinale, con l'impegno di distribuire i vaccini alle regioni e di facilitare le prenotazioni. Cosa pensa di questo impegno?

«Per il nostro Paese è un momento molto difficile: penso che sia importante l'aiuto di tutti e che ciascuno di noi possa fare la sua

Johnny Dorelli, 84 anni, ha diviso la sua carriera tra musica, teatro, televisione e cinema

parte mantenendo sempre alta la guardia e rispettando le regole. Penso anche ai molti lavoratori, tra cui i portalettere, che hanno continuato a fornire il loro servizio durante la pandemia. Non deve essere stato facile».

Questo è un momento molto difficile per il mondo della cultura e per chi fa spettacolo. Che cosa vuole dire a tutte le persone che vivono con il cinema e con il teatro?

«Il mondo dello spettacolo vive questo momento con un forte handicap. Dover lavorare senza pubblico, mantenendo certi ritmi, è difficilissimo. Si lavora in condizioni astratte: per chi fa teatro e cinema calcolare quello che succede richiede un lavoro aggiuntivo pazzesco».



IL CORRISPONDENTE DEL TIMES, TOM KINGTON

«La nuova strategia aiuterà l'Italia a liberarsi del virus»

Tom Kington, corrispondente in Italia del britannico Times, cosa l'ha colpito del comportamento degli italiani in questi mesi di emergenza sanitaria?

«Gli italiani hanno sorpreso il mondo per il loro comportamento organizzato e civile, specialmente nei mesi del primo lockdown. Ne abbiamo avuto un'ottima impressione. Gli inglesi, per esempio, si sono fatti travolgere dal panico, andando a saccheggiare i supermercati. Non ho visto le stesse scene in Italia, dove in pochi hanno deciso di comprare tonnellate di cibo con la paura che venissero a mancare i prodotti di prima necessità. Nella primavera di un anno fa, l'Italia ha attirato l'ammirazione anche da parte dei britannici. L'estate scorsa sembrava che andasse tutto bene, che l'Italia fosse quasi stata liberata dal Covid, mentre la

pandemia continuava a cavalcare negli altri Paesi».

Poi che cosa è successo?

«Durante la seconda ondata sembrava difficile adeguarsi alle regole: si è parlato molto dell'incapacità dei giovani italiani di osservare le norme e lì si è accusati di aver riportato il Covid dalle vacanze. In questa terza ondata, invece, vedo anche un po' di sfortuna. L'Inghilterra ha fatto un lockdown duro subito dopo Natale per via della cosiddetta variante inglese. Oltre a questo, la velocità delle vaccinazioni ha aiutato a lasciarsi alle spalle la fase acuta della pandemia. Nel mese di gennaio, quando la curva sembrava essersi stabilizzata, l'Italia è stata un po' spettatrice e non si è capito subito l'impatto che avrebbe avuto questa variante in termini



Il giornalista britannico Tom Kington

di numero di contagi e di aggressività del virus. I numeri hanno ingannato e ci è voluto tempo per capire che sarebbe stata necessaria una reazione più forte».

Il Governo italiano e le Regioni hanno chiesto l'aiuto di Poste Italiane per accelerare la campagna vaccinale. Perché è importante uscirne presto?

«In Inghilterra la campagna vaccinale è stata più rapida per due motivi: la maggiore disponibilità di dosi e il coordinamento nazionale delle operazioni. È importante, come è stato fatto ora, che anche in Italia siano centralizzate le decisioni. Il successo della campagna vaccinale ha aiutato gli inglesi a ripartire in modo ottimale. Spero che anche l'Italia riesca a rimettersi in moto presto perché questo ha un grande impatto sull'umore delle persone. Bisogna concludere velocemente le vaccinazioni per vivere il futuro con un senso di liberazione. Più rapidamente ci arriveremo, più intensa sarà questa celebrazione». (F.C.)

storia di copertina

Viaggio d'autore nel call center di Poste che gestisce le prenotazioni telefoniche

«Raccogliamo la voce di chi vuole ritrovare la vita»

Le parole di Samantha e Mario, due degli operatori che rispondono alle richieste di appuntamento per il vaccino Annamaria e Romina, supervisor: «In pochissimo tempo l'Azienda ha messo su una macchina rapida ed efficiente»



di LUCA TELESE

Giornalista, opinionista e conduttore televisivo e radiofonico. Su La7 conduce in estate il programma "In Onda" in prima serata, collabora con diversi giornali tra cui La Verità, Vanity Fair e Panorama

«La prego, mi aiuti. Io e mio marito siamo in quarantena. Mia madre è una ultraottantenne fragile, ha bisogno di essere protetta, e noi, chiusi in casa, non riusciamo a prenotare per lei». Il grido di dolore dell'Italia più profonda, che in questi giorni è alla disperata ricerca del vaccino. Questo grido può arrivarci anche così, dalla Sicilia, se lavori con coscienza, in un call center di Roma. Samantha Volpe ha 30 anni, una laurea al Dams, il diploma all'Istituto Pasolini, un secondo corso di laurea a cui si è appena iscritta in Scienze Ambientali: è una delle oltre 200 voci che lavorano nel servizio organizzato da Poste per assistere le regioni che si sono affidate alla sua piattaforma. Le chiamate sono migliaia, ogni giorno, e la sensazione di chi risponde è molto diversa da quella di tutti gli altri lavori di questo tipo: «Sarà il momento che stiamo vivendo tutti, sarà che l'umanità di queste persone è calda, particolarissima e avvolgente. Sarà il dramma del Covid, che incombe su tutti noi. Ma io - spiega un altro operatore della sede di Roma Mario Giovannetti - ho ancora i brividi. Pochi giorni fa ha chiamato un signore, dalla voce molto tranquilla. Per prassi gli ho chiesto: "Lei ha più di ottant'anni?". Ho sentito sorridere, dall'altra parte dell'apparecchio. Poi una pausa: "Guardi, io ci rientro di sicuro, perché di anni ne ho 105. Ci tengo a vaccinarvi perché vorrei arrivare a 110. Sbaglio?". Mi è venuto un brivido. Per ora - scherza Mario - ho fissato il record del più longevo che si è rivolto al nostro call center».

La velocità dell'Azienda

Partendo dalla Sicilia Poste (anche con il contributo prezioso di alcune aziende esterne) ha allestito a tempi di record un servizio di assistenza che prima non c'era. Annamaria Iannelli lavora in Azienda dal 1984, si sente una veterana, ma di saltare su un treno in corsa così non le era ancora capitato. Sorride soddisfatta, quando racconta come ha preso corpo il progetto di cui oggi è supervisor: «Anche in questo caso ho visto, vedo, e continuo a verificare con molta soddisfazione che gli italiani si fidano di noi. Senza questo ingrediente non avremmo potuto fare ciò che abbiamo fatto in così breve tempo». Annamaria è umbra di residenza, campana di origini: spiega che anche questa sua esperienza di vita la aiuta ad orientarsi nel dedalo delle mille normative, nelle diversità del territorio. «Sono entrata in squadra a fine febbraio. Supervisiono i contact center,



Mario Giovannetti



Samantha Volpe



Romina Caronna

parlo con i team leader. È una enorme mole di dati che affrontiamo ogni giorno. Dalle regioni che hanno aderito - spiega - i cittadini telefonano e si rivolgono direttamente a noi. Parliamo di diverse migliaia di telefonate al giorno». Anche Romina Caronna in questo progetto lavora da



Annamaria Iannelli

supervisor per conto di Poste: «Sono in Azienda dal 2012. Da anni lavoro nella galassia del call center. Sono di Palermo. Ho capito subito che è un progetto a grande impatto sociale. Lo abbiamo avvertito dal primo giorno, e questo lo rende per certi versi più difficile, ma per molti ancora più

interessante. Occuparmene in prima linea mi rende orgogliosa, devo dirlo». Aggiunge Romina: «Lavoriamo con i nostri abituali partner esterni già specializzati che ci hanno permesso di tagliare i tempi di formazione degli operatori. Ma sono dei call center che già lavorano e continuano a lavorare con Poste. In questa impresa stiamo operando come un'unica squadra. C'è un sentimento comune molto forte». E gli utenti? «Molti di loro sono anziani, hanno bisogno di sentire un supporto. Per non parlare delle categorie fragili. Stiamo cercando di avere un ruolo strategico, in questo processo, sia dal punto di vista logistico che informatico. La cosa che mi colpisce - osserva Romina - è la rapidità con cui siamo riusciti a far partire una macchina così complessa. Una struttura agile, flessibile, ma anche molto solida. Siamo stupiti di quanta richiesta di servizio abbiamo riscontrato».

«Amore, ti ho prenotato!»

Dunque, oltre al supporto tecnico, il primo bisogno è un sostegno psicologico. E così ritorno alla testimonianza di Samantha. «È

una esperienza molto intensa per noi. Mi sono immersa nella difficoltà e nel dolore di queste persone. Molti sono già stati colpiti dal Covid. Sono sconfortati. Tre settimane fa una signora stava cercando di prenotare per la mamma over 80. Quando l'ho prenotato la signora era incredula: ed è scoppiata a piangere». A volte la comunicazione non cade subito, perché gli utenti presi dall'emozione si dimenticano di attaccare. E allora Samantha ha - anche se per pochi secondi - la sensazione di essere lì, nelle loro case. Bastano poche parole: «Gridano: "Amore ti ho prenotato! Ti ho prenotato!"». E io - aggiunge Samantha - in questi casi mi sento molto utile. Avverto in molte di queste persone il bisogno di aggrapparsi ad un'ancora. È un lavoro che si può fare solo ricorrendo al fattore umano». E all'emozione spesso si accompagna un enorme senso civico. Soprattutto nel dramma: «Un giorno mi hanno chiamato per annullare la prenotazione: "Devo disdire perché mia madre è morta. Voglio che il suo posto sia destinato a qualcuno altro"».

Piccoli successi

Certo, non sempre è facile. Anche quando gli ostacoli non sembrerebbero insormontabili: «Tante persone anziane hanno difficoltà con i messaggi: non riescono a leggerli e si scoraggiano. Oppure, peggio ancora, si vergognano di dirtelo. In quei casi, io glielo detto tutto al telefono: "Davvero può farlo per me? Che Dio la benedica"». Le soddisfazioni possono essere grandi anche per piccoli successi: come, ad esempio, anticipare l'appuntamento per un signore che doveva fare una visita importante per un'altra patologia: «C'era rimasto un solo posto libero e lo abbiamo preso». Così gli operatori seguono i flussi e imparano a conoscerli. Qualche volta si alleggerisce la tensione: «"Io sono immunosoppressa", ha detto una signora, scoppiando lei stessa a ridere. E il bello arriva quando si devono sillabare i codici fiscali: "J, I lunga di Juventus... X come pareggio...". Un giorno a Samantha non veniva un esempio con la V doppia e un signore le ha detto: "W come Windows! L'autorizzo ad utilizzarlo anche con gli altri"». Di nuovo la parola a Mario, che classifica tutti: «Ad esempio "gli arrabbiati", quelli che non riescono a fare la prenotazione, magari perché hanno i documenti scaduti da tempo e soffrono. Poi ci sono i rinfrancati: "Meno male che voi rispondete". E c'è tanta soddisfazione: «La cosa bella di questo lavoro - aggiunge - è che non è il call center che deve risolvere il problema di un contratto o di una garanzia su di un elettrodomestico. Tantissimi ci ringraziano come se fossimo degli eroi: "State svolgendo una missione umanitaria". Un giorno mi sono reso conto che non è mai accaduto nulla di simile nella storia».

Un'ondata di gratitudine

Tra i 250 ragazzi del call center c'è tantissima collaborazione: si parla di normative nazionali, di eccezioni, di risposte ricorrenti. Samantha non sa più cosa rispondere a quelli che vogliono lasciarle il numero di cellulare, che lei non può prendere per regolamento. Una signora ha insistito dicendole: «Allora memorizzi l'indirizzo del nostro B&B. Mi prometta che quando questo incubo sarà finito, verrà: lei sarà la nostra ospite». Ovviamente, Samantha ha declinato con un sorriso e un ringraziamento. Perché questo è un lavoro di cuore, di testa, di memoria, di passione. A volte ti senti parafulmine, a volte ancora. Ma è bello sapere che ogni giorno, a quel telefono, chi chiama avrà una risposta. ●

Le esperienze dei cittadini vaccinati grazie ai portalettere

«Il nostro turno è arrivato con il sorriso del postino»

A Palermo, Antonina non ci credeva che un giorno, insieme a raccomandate e pacchi, avrebbe ricevuto la speranza. Nelle Marche, Monica aspettava questa buona notizia per il figlio disabile



di MASSIMO CUOMO

Romanziere. Per le Edizioni E/O ha pubblicato "Piccola Osteria senza Parole". Libro culto del Nord-est, e "Bellissimo", tradotto in USA, Canada e UK. A fine febbraio è uscito il nuovo romanzo "Casa è dove fa male"

Quando qualcuno suona al campanello di casa, Antonina Franchina non sa mai chi aspettarsi. Perché non suonano solo per lei o per il marito Salvatore: suonano per tutto il palazzo. Da oltre quarant'anni, lui prima e lei adesso, lavorano alla portineria di questo edificio di cinque piani sulla via Libertà di Palermo: gestiscono le faccende condominiali per quindici famiglie. Quando il campanello suona, si trova in cucina a lavare i piatti. Il sole della mattina filtra dalle vetrate alte del seminterrato di quaranta metri in cui ha cresciuto i figli Loredana, Soria e Antonio: finché i ragazzi hanno vissuto in casa dormivano sul divano-letto della sala da pranzo, che veniva aperto la sera e richiuso la mattina. Un ricordo che ad Antonina ritorna in mente per caso, mentre cammina lenta verso la porta per vedere chi ha suonato.

«È arrivato!» dice il postino appena la vede.

E ad Antonina viene da sorridere, perché quel giovanotto gentile - che da un paio di mesi è il nuovo portalettere - la mette di buonumore.

«Chi?» gli domanda asciugandosi le mani in uno strofinaccio.

«Il suo turno, signora!» risponde lui accendendo il palmare.

L'Ufficio Postale del quartiere è lì vicino, ma Antonina così vicino non l'ha sentito mai. Si era dimenticata di avergli domandato se era vera questa storia che potevano occuparsi loro di prenotare per il vaccino. Forse perché non ci credeva che un giorno, invece di lettere, cartoline, raccomandate e pacchi, i postini avrebbero portato anche la speranza.

Lo stesso pensiero che passa nella testa di Anna Teresa Li Castri, in un altro quartiere della città, nei pressi della stazione. La figlia lavora alle Poste e ci ha pensato lei ad avvisarla che il suo momento era arrivato. Anna sta festeggiando a modo proprio: fumando l'ennesima sigaretta, che la fa tossire di felicità, come se gli ottant'anni che ha compiuto da qualche settimana fossero un fatto che la riguarda fino a un certo punto.

«Non ho mai avuto paura...» sussurra al telefono alla figlia.

«Ma sono contenta» aggiunge segnando la data della vaccinazione.

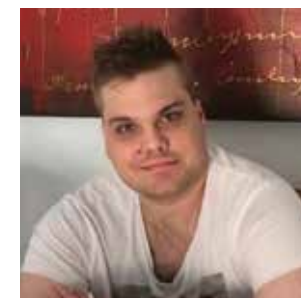
Fa un'altra tirata lunga e si affaccia alla finestra del suo appartamento al decimo piano, da cui si allungano il mare da una



Antonina Franchina



Anna Teresa



Ivan, figlio di Monica

parte e le montagne dall'altra. E le sembra di vedere, oltre il fumo bianco della sigaretta e l'orizzonte, persino il futuro. E poi, in fondo in fondo, oltre le alture di Palermo e lo stretto di Messina e la terra che separa la Sicilia dalle Marche, in un paesino dalle parti di Ancona che si chiama Colle Marino, c'è un altro campanello che suona.

Monica Ceccarelli ha appena smontato dal turno alla mensa dove lavora come aiuto-cuoca e quando, dalla finestra, oltre il giardino, vede il profilo della portalettere, il dubbio la sfiora. Perché l'aveva letta da qualche parte la notizia che si poteva chiedere a loro, gliene aveva parlato e ci contava su quella postina così a modo, di cui non sa nemmeno il nome, che da tanti anni consegna la posta a lei e a tutto il paese. Il dubbio del vaccino da prenotare. Ci contava, ma non per se stessa: per il figlio Ivan, che ha 28 anni e una disabilità congenita. E, già a metà del vialetto, Monica lo capisce, che la

portalettere ha portato quella notizia. Per come sorride, per come prende il palmare con cui - ha scoperto - i postini adesso spostano fisicamente le persone nei centri vaccinali e verso la vita che ricomincia.

Ivan sarà il primo abitante di Colle Marino a farlo. È rimasto chiuso in casa per mesi, perché quando esce "tocca le cose", non riesce a trattenersi dal posare le mani sulle superfici che ha intorno. E gli è rimasta la voglia fortissima di andare al cinema a guardare un film di supereroi o a mangiare al ristorante cinese il suo cibo preferito.

«Tra qualche giorno andiamo a vaccinarci!» gli dice la madre rientrando.

«Davvero?» domanda lui. «Chi te l'ha detto?» aggiunge.

«La signora che ci porta la posta!» risponde lei. Ivan ci pensa un attimo, poi cede a una domanda naturale, spontanea come il suo entusiasmo.

«Allora dopo andiamo al cinema?» ●

2024 sustain & innovate

Dalla carbon neutrality al digitale, il nuovo piano strategico presentato agli analisti

Sostenibilità e innovazione gli investimenti di Poste per crescere con l'Italia

L'AD Matteo Del Fante: «In oltre 150 anni portalettere e Uffici Postali hanno rappresentato il collegamento fisico più importante all'interno del Paese, ora vogliamo diventare un punto di accesso unico per rispondere a tutte le esigenze quotidiane dei cittadini»

Poste Italiane continuerà a investire per lo sviluppo del Paese con obiettivi ambiziosi ma raggiungibili grazie a una strategia basata su due elementi chiave: l'innovazione e la sostenibilità. L'Amministratore Delegato, Matteo Del Fante, dopo i successi ottenuti dal Piano Deliver22, ha presentato lo scorso 19 marzo un nuovo piano strategico quadriennale, "2024 Sustain & Innovate", già ribattezzato con la sigla 24SI. «Vuol dire un impegno per ognuno di noi, per me come ogni dipendente, a rispondere almeno 24 volte al giorno con un sì», dice l'Ad. Questo significa continuare a costruire una società che sappia rispondere a clienti, mercato e Paese, puntando sulla capillare presenza sul territorio, confermata dal piano, e a «massimizzare il valore della potente rete omnicanale», per sviluppare e articolare ancora di più il ruolo di «punto di accesso unico per tutte le esigenze quotidiane degli italiani». Di questa strategia a 360 gradi fa parte anche la novità di offerte per la luce e il gas, in arrivo da inizio 2022. Mentre è nel secondo trimestre di quest'anno che, già annunciata, partirà l'offerta per le connessioni in fibra. Parallelamente, nell'offerta di servizi tlc, Poste vede una crescita del 3% medio annuo dei clienti di telefonia mobile e fissa, visti in aumento a 5,1 milioni nel 2024. «Ho imparato sulla mia pelle che se non si programma, se



non si fissano obiettivi ragionevoli e raggiungibili, è difficile ottenere dei risultati. Siamo consapevoli del fatto che si tratta di una sfida, sappiamo, per esempio, che se raggiungeremo gli obiettivi che ci siamo posti nel settore dell'energia possiamo diventare uno dei cinque primi operatori del Paese - ha aggiunto Del Fante - In vari segmenti abbiamo dimostrato che il

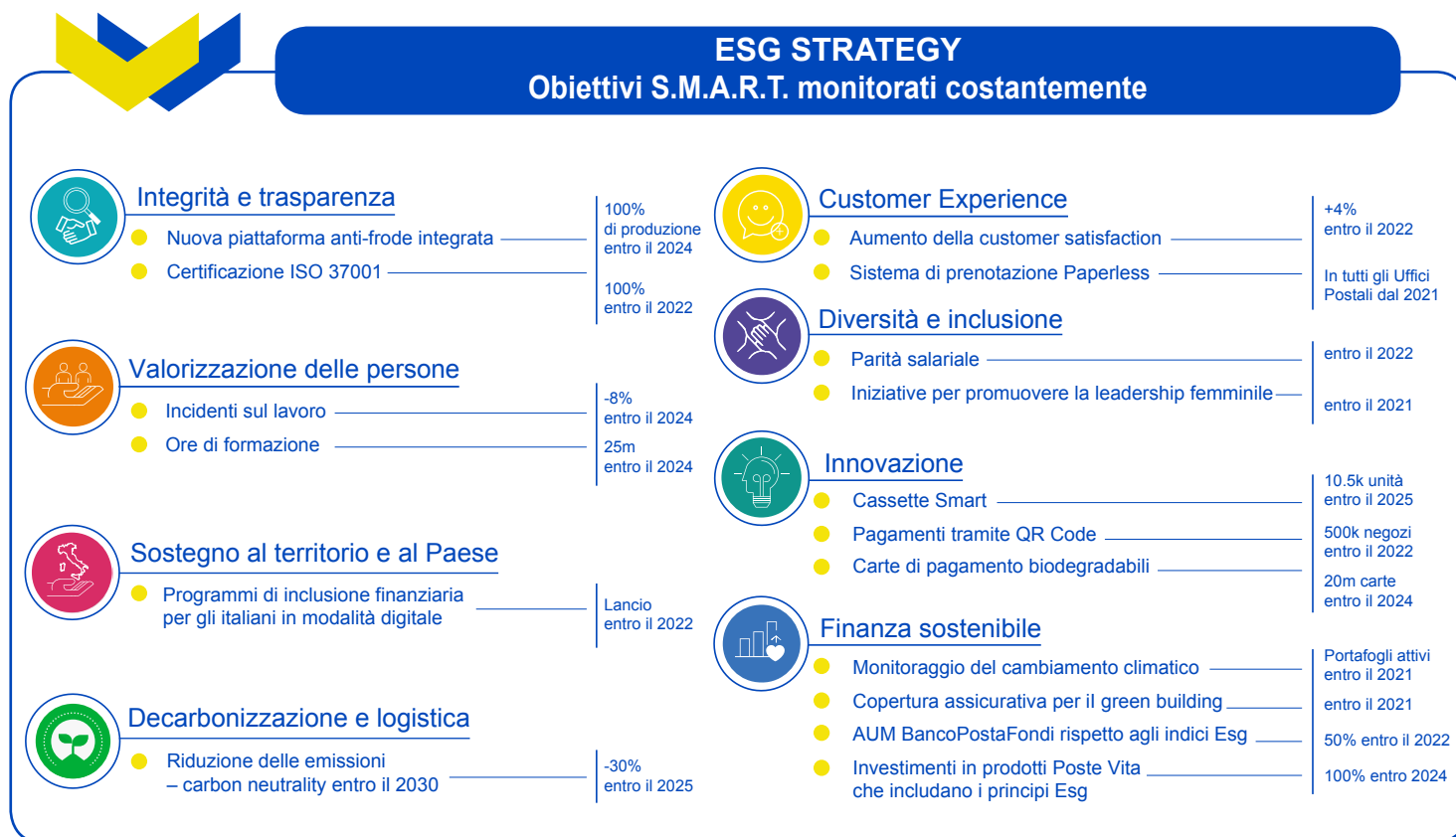
nostro parco clienti è enorme e molto fedele. Stiamo diventando sempre più bravi nel dare a questi clienti i migliori servizi e i migliori prodotti quindi abbiamo tutti gli ingredienti necessari per raggiungere gli obiettivi del nuovo piano».

Strategia omnicale

Poste vede un utile netto in aumento in

media del 6% l'anno per salire a 1,6 miliardi nel 2024: +33% rispetto al 2020. Migliora anche la policy dei dividendi con un +35% nell'arco di piano: con un payout al 60% la cedola 2021 salirà del 14%, negli anni successivi sarà in crescita del 6% annuo. I ricavi sono attesi in crescita del 3% medio annuo, il risultato operativo del 5% medio annuo, le attività finanziarie dei clienti sono viste a 615 miliardi nel 2024 (+8% rispetto al 2020). E sono previsti in aumento soprattutto gli investimenti, al livello record di 3,1 miliardi, sottolinea la società, indicando che il 60% sarà per la sostenibilità. «L'obiettivo di sostenibilità è ridurre al 30% le emissioni totali del gruppo nel 2025 e al 2030 arrivare alla 'carbon neutrality', anche attraverso il rinnovo della flotta green e gli edifici sempre meno inquinanti». Il cuore del nuovo piano presentato da Del Fante sfrutterà l'omnicale dei business di Poste. La trasformazione del segmento Corrispondenza e Pacchi è in piena implementazione, e sarà la prima volta che i pacchi avranno una incidenza sui ricavi più elevata rispetto alla corrispondenza. Nei servizi finanziari e assicurativi la priorità è diventare il principale punto di riferimento per tutte le esigenze dei clienti, dal risparmio alle assicurazioni e ai prestiti, grazie a servizi di consulenza data driven, attraverso tutti





La strategia di remunerazione flessibile e innovativa

Poste Italiane ha introdotto un nuovo modello flessibile e innovativo di "Reward Platform", con un approccio integrato che combina le strategie di Human Capital Development, di Environmental, Social & Governance (ESG) e di Financial Sustainability. Tra i principali obiettivi:

- Financial Sustainability**
- il completo autofinanziamento dei sistemi incentivanti a breve e a medio-lungo termine;
 - l'allineamento tra gli interessi degli azionisti e il Management.

- Environmental, Social & Governance (ESG)**
- il rafforzamento del peso degli obiettivi di performance non-financial;
 - il massimo livello di trasparenza sugli elementi remunerativi.

- Human Capital Development**
- la valorizzazione delle persone;
 - la competitività di mercato della struttura remunerativa, in rispetto del principio di sobrietà.

i canali di distribuzione. Saranno inoltre sfruttate le competenze di cross-selling e up-selling nel segmento Pagamenti e Mobile, confermando la leadership nei pagamenti digitali, introducendo l'offerta di connessione a banda larga ed entrando nel 2022 nel mercato dell'energia, con un'offerta equa, competitiva e di semplice comprensione. L'AD di Poste Italiane ha inoltre evidenziato: «La nostra strategia di creare un'architettura basata su cloud, ha portato il Gruppo ad essere il più grande utilizzatore di servizi cloud in Italia. Stiamo fornendo nuovi prodotti e servizi che aiuteranno i nostri clienti, le imprese, la Pubblica Amministrazione e il Paese negli anni a venire, con l'impegno di creare valore significativo per tutti gli stakeholder».



Matteo Del Fante, Amministratore Delegato di Poste Italiane

Motore dell'Italia

Con 35 milioni di clienti e 11 milioni di interazioni ogni giorno, 4 milioni 700 mila delle quali via digitale, nonché 15 milioni di identità digitali SPID rilasciate, Poste Italiane si pone come una vera e propria piattaforma per tutte le esigenze di tutti i cittadini. «Ci siamo guadagnati la lealtà dei nostri clienti tramite il nostro impegno alla qualità e alla responsabilità sociale - ha sottolineato Del Fante - Gli italiani si fidano di noi, ci affidano i loro risparmi, usano i nostri prodotti assicurativi, le nostre carte, i nostri telefoni, vengono da noi quando si tratta di consegnare corrispondenza e pacchi». Tra i numerosi punti del nuovo piano strategico Del Fante sottolinea anche l'impegno a continuare ad essere «il più prezioso motore di innovazione e digitalizzazione del Paese». «Le nostre persone si sono dimostrate essenziali per il nostro successo e continueremo a investire su di loro», ha aggiunto ringraziando tutti i colleghi impegnati in prima linea durante la pandemia e ora, con un ruolo da protagonisti, anche nella campagna vaccinale. Poste resta un punto di riferimento per i cittadini e le comunità locali, grazie a servizi innovativi dovuti agli investimenti per le infrastrutture e la digitalizzazione. «Poste - ha aggiunto l'Amministratore Delegato - unisce il Paese in un modo nuovo, ibrido. In oltre 150 anni le nostre postine, i nostri postini e i nostri Uffici Postali han-

no rappresentato il collegamento fisico più importante all'interno del Paese e ora vogliamo diventare un punto unico di accesso per tutte le esigenze quotidiane degli italiani». Per Camillo Greco, responsabile Amministrazione, Finanza e Controllo, «tutti gli obiettivi sono stati raggiunti e superati malgrado la pandemia e la situazione senza precedenti che abbiamo dovuto affrontare la nostra forte resilienza ci ha consentito di confermare la politica dei dividendi in uno degli anni più difficili della storia recente, distribuendo oltre un miliardo e 800 milioni negli ultimi tre anni. Siamo riu-

sciti - ha aggiunto Greco - a raggiungere questi risultati grazie a una strategia di gestione dei costi molto flessibile ed efficiente».

Obiettivi Esg

Il nuovo piano conferma gli otto pilastri su cui si basa la strategia di sostenibilità di Poste Italiane, ponendosi degli obiettivi che l'Amministratore Delegato Matteo Del Fante ha definito "smart" di fronte agli analisti. Obiettivi, cioè, «specifici, misurabili, raggiungibili, rilevanti e tempestivi». «Affinché la crescita sia responsabile e affinché la sostenibilità e l'integrità



sociale dell'Italia avanzino la nostra strategia si struttura intorno a otto pilastri in linea con lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. Ci basiamo sulla governance, la gestione dei rischi e la resilienza, incoraggiamo l'integrità e la trasparenza e seguiamo un codice deontologico per la gestione dei nostri investimenti in maniera responsabile e sostenibile. Questo - ha ricordato l'AD - è fondamentale per avere un impatto positivo sui nostri clienti, sulle comunità e sui nostri stakeholder. Investiamo sulle nostre risorse umane perché il luogo di lavoro sia inclusivo e tutti possano prosperare». Dal 2018 Poste ha offerto oltre 5,9 milioni di ore di formazione ai propri dipendenti, il 92% di queste in remoto e per confermare il forte impegno sulle risorse umane mira a ottenere una certificazione sulla parità salariale entro il 2022 e di dare seguito alle azioni messe in campo per gli italiani «sulla base - ha aggiunto Del Fante - della nostra filosofia che vede il cliente e la società al primo posto. Sosteniamo l'educazione finanziaria e digitale per tutte le comunità». La verifica dei risultati Esg sarà svolta a diversi livelli: un comitato Esg dove siedono tre membri del Consiglio di amministrazione di Poste Italiane, e che sarà incaricato di monitorare il raggiungimento di tutti gli obiettivi e dei progressi compiuti; un team coordinato da Corporate Affairs; gli enti di certificazione esterna che monitoreranno il raggiungimento dei target.



Avvicina il cellulare al QR Code per altri contenuti

2024 sustain & innovate

L'evoluzione della logistica con nuove soluzioni e maggiore flessibilità per gli utenti

Flotte green, hub e reti integrate PCL verso il sorpasso dei pacchi

I cambiamenti nelle abitudini di consumo degli italiani, spinti anche dalla pandemia, hanno accelerato la rincorsa del segmento dei pacchi a quello della corrispondenza. Presentando il Piano Strategico SI24, Matteo Del Fante, ha fissato al 2025 il sorpasso: entro quattro anni, oltre il 50% dei ricavi nel settore Corrispondenza e pacchi sarà generato dal business dei pacchi, era il 20% nel 2017. Poste mira pertanto a diventare l'operatore logistico di riferimento per gli italiani, garantendo la sostenibilità economica e ambientale e la trasformazione del business da una gestione incentrata sulla corrispondenza a una incentrata sui pacchi. Come illustrato dal responsabile PCL Massimo Rosini in occasione della presentazione del piano, questo obiettivo sarà raggiungibile rispettando tre pilastri: l'evoluzione della rete logistica, con l'implementazione del joint delivery model; l'utilizzo della leadership nel mercato B2C, con il consolidamento delle partnership con gli operatori più importanti dell'universo e-commerce; la crescita nei mercati C2X e B2B con nuove soluzioni e massima flessibilità. Il piano prevede inoltre che entro il 2024 venga raddoppiata la capacità di smistamento rispetto al 2019 anche grazie a un altro hub

che sarà operativo a Milano, dopo le aperture di Bologna e Roma.

Una nuova rete integrata

Il successo nell'introduzione del Joint Delivery Model faciliterà ulteriori iniziative di efficientamento tra cui la consegna contactless e la riduzione del chilometraggio dei postini, sfruttando l'incremento della densità di consegna, consentito dall'espansione della rete Punto Poste. Aumenteranno i punti di incontro tra la rete aerea, servita da Poste Air Cargo, e la rete su strada, mentre l'alleanza con sender permetterà efficienza e risparmio nella pianificazione dei percorsi e nei carichi. L'integrazione di Nexive contribuirà alla creazione di sinergie di costo, in gran parte realizzate entro il 2022. L'evoluzione complessiva della rete che genererà un incremento della produttività, verrà sostenuta e supportata dall'attivazione del programma lean "World Class Mail and Parcel" lungo l'intera catena del valore.

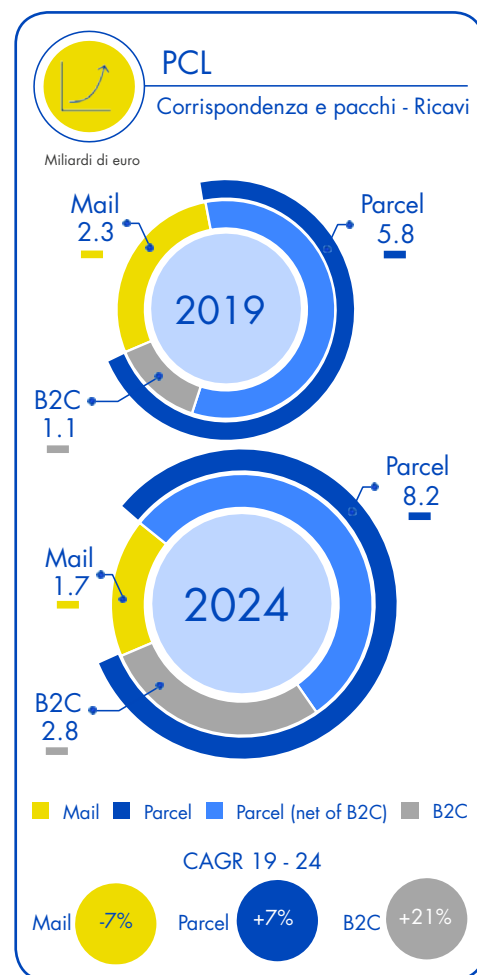
La clientela consumer

Il percorso strategico di Poste sui pacchi si basa sulla centralità dell'e-shopper. E la centralità del cliente serve non solo a consolidare la nostra leadership nel settore B2C ma soprattutto a rafforzare la valenza

sociale della nostra offerta C2C che offre a tutti i clienti consumer la possibilità di spedire pacchi in modo semplice, innovativo e flessibile. Il nuovo modello di offerta risponde ai bisogni del cliente Consumer di omnicanalità, prossimità e velocità offrendo più touchpoint fisici e digitali, integrati tra loro, per spedire e consegnare; un'ampia rete di punti di accesso facilmente raggiungibili (in aggiunta agli uffici postali, 10.800 punti di ritiro alternativi della rete Punto Poste) e la possibilità di gestire le spedizioni in modo facile e veloce, anche in mobilità grazie a soluzioni paperless che consentono di spedire senza il bisogno di stampare la lettera di vettura. È un'offerta su misura per ogni esigenza e tipologia di clientela: per il cliente tradizionale che preferisce recarsi all'ufficio postale, per chi utilizza i tanti punti della nostra rete Punto Poste, per chi sceglie un comodo pick-up a casa o chi preferisce una esperienza digitale paperless totalmente "senza carta e senza penna". L'offerta è una rivoluzione che parte dalla logistica e arriva alle persone per fornire non solo pacchi ma un servizio sociale al Paese.

L'attenzione all'ambiente

Inoltre, il completo ridisegno e rinnovo



della flotta dei portalettere, con adeguamento del load factor alla crescita del business dei pacchi, consentirà una riduzione delle emissioni del 40%, abilitata dall'introduzione di veicoli ibridi e completamente elettrici. Entro il 2021, due città italiane saranno completamente servite da veicoli elettrici. Debutterà inoltre la spedizione di pacchi con «zero carte, zero scrivere, zero passaggi in un ufficio», solo con app, un passaggio che contribuirà a raggiungere l'obiettivo delle zero emissioni nette entro il 2030, annunciato da Del Fante.

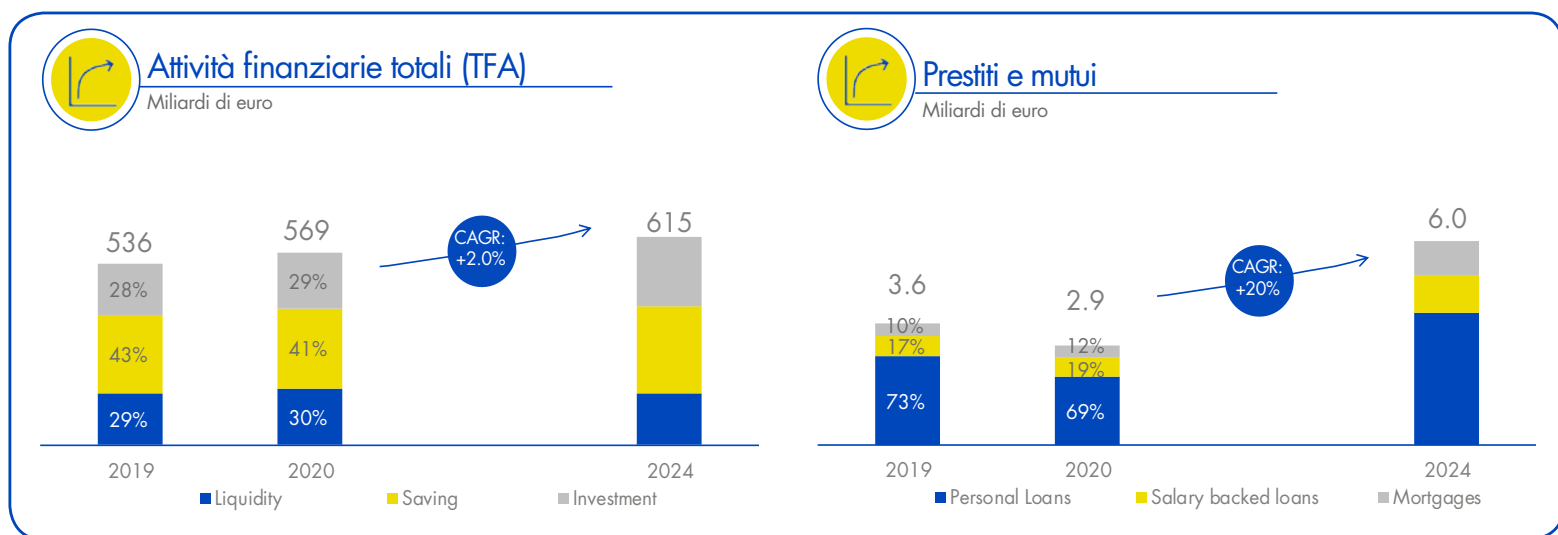
Sono 27 milioni gli italiani che hanno affidato a Poste Italiane i loro risparmi e che hanno visto ripagata la loro fiducia in questi anni. «I servizi finanziari e di investimenti di Poste sono cresciuti grazie alla personalizzazione e la profilazione dei clienti. Questo ha portato ad un aumento della massa gestita a 569 miliardi», ha dichiarato Guido Nola, responsabile Bancoposta, in occasione della presentazione del piano alla comunità finanziaria. «Abbiamo raggiunto importanti risultati e un miglioramento dei volumi su tutti i prodotti, un miglioramento della qualità, della complessità e della gamma. Abbiamo attuato - ha proseguito Nola - un cambiamento culturale: eravamo partiti da un approccio a zero rischio, a prescindere dal profilo del cliente, e siamo passati a una offerta più personalizzata». La gamma di prodotti ha potuto tutelare i nostri clienti dall'enorme volatilità di mercato del 2020 e confermato il ruolo di Poste come operatore che innanzitutto «ha a cuore gli interessi dei propri clienti», ha rimarcato il responsabile Servizi finanziari di Poste Italiane. «Vogliamo - ha aggiunto - investire nei prossimi anni per far crescere le nostre piattaforme tecnologiche diventando davvero un'Azienda dell'omnicanalità e permettendo ai nostri clienti di interagire con noi ovunque siano e a prescindere dalle soluzioni scelte».

Obiettivi operativi

L'obiettivo è di raggiungere, nel 2024,

I servizi finanziari cresceranno grazie alla disponibilità delle piattaforme tecnologiche

Avanti con il cliente al centro la strategia di BancoPosta



€615 miliardi in attività finanziarie totali (TFA), prevedendo un miglior mix tra liquidità e prodotti di investimento. Nei servizi finanziari, Poste Italiane risponderà in maniera efficace alle preferenze e ai comportamenti dei clienti in continuo cambiamento, sfruttando i punti di forza e gli asset distintivi del Gruppo con un approccio omnicanalizzato sul cliente. Nel wealth management, la crescita nei prossimi anni

sarà determinata dalla diversificazione dei portafogli dei clienti e da un'ulteriore segmentazione, alimentata da nuovi prodotti per massimizzare il profilo rischio-rendimento, con un focus ESG. I consulenti finanziari miglioreranno l'efficienza dei portafogli, supportati dalla profilazione dei clienti e dall'integrazione dei prodotti del Ramo Danni all'interno del modello di advisory. Si prevede un ruolo più qualificato dei

nostri consulenti finanziari, in risposta a esigenze dei clienti più complesse. Il Piano "2024 Sustain & Innovate" sarà supportato da un idoneo programma di formazione ed investimenti, guidando l'innovazione in tutti i segmenti di business, con 3,1 miliardi di euro nell'arco di piano, mantenendo stabile il rapporto tra investimenti e ricavi, grazie a una gestione aziendale efficiente e ad una strategia dei costi conservativa.

La società dei pagamenti digitali è pronta ad affrontare i cambiamenti di scenario

PostePay: pagamenti, fibra ed energia sono le chiavi per la crescita

I risultati del 2020 lo hanno confermato, dimostrandosi basi solide per crescere ancora: attraverso l'integrazione di pagamenti digitali, servizi di telecomunicazione e il prossimo ingresso nel mercato dell'energia, il ruolo di PostePay Spa a sostegno della strategia multicanale di Poste Italiane è sempre più rilevante. Un viaggio partito da lontano e i cui obiettivi sono stati annunciati dall'Amministratore delegato di PostePay, Marco Siracusano, in occasione della presentazione del nuovo piano industriale del gruppo. «Siamo pronti a continuare a percorrere la via della crescita», ha detto in conclusione del proprio intervento, rendendo nota la previsione di una «crescita a doppia cifra dei ricavi per il 2024, fortemente sostenuta da pagamenti e telecomunicazioni, oltre che dalla nuova offerta nel campo dell'energia».

Pagamenti digitali e carte

«L'Italia è uno dei paesi in Europa in cui il livello di pagamenti con carta è tra i più bassi, ma è in atto un'accelerazione che pensiamo possa proseguire per tutta la durata del nostro piano», spiega Siracusano. Un dato incontrovertibile dell'attuale ritardo è dato dalla 23esima posi-

zione occupata nella classifica dei Paesi UE per i pagamenti cashless. Ed è proprio qui che si avverte maggiormente il ruolo di traino di PostePay, all'avanguardia dei pagamenti in Italia e che può aiutare a completare uno dei più significativi cambiamenti nel campo dei pagamenti del Paese, fornendo un contributo concreto nella lotta al contante. «Nei pagamenti rafforzeremo la nostra offerta attraverso soluzioni digitali e touchless per il mercato retail, sfruttando nuove opportunità nel segmento delle Pmi - entra nel dettaglio l'Amministratore Delegato - Nel corso del piano, stimiamo un aumento del 14% delle transazioni con carta, sostenute dall'incremento del 29% delle transazioni di e-commerce. E prevediamo che il numero dei portafogli elettronici aumenterà del 15%, raggiungendo il totale di 10.7 milioni». Siracusano ha anche evidenziato come la piattaforma Postepay sia «parte dell'approccio di sostenibilità di Poste Italiane» e che «entro il 2025 saranno emessi 20 milioni di carte biodegradabili».

Il mercato dell'energia

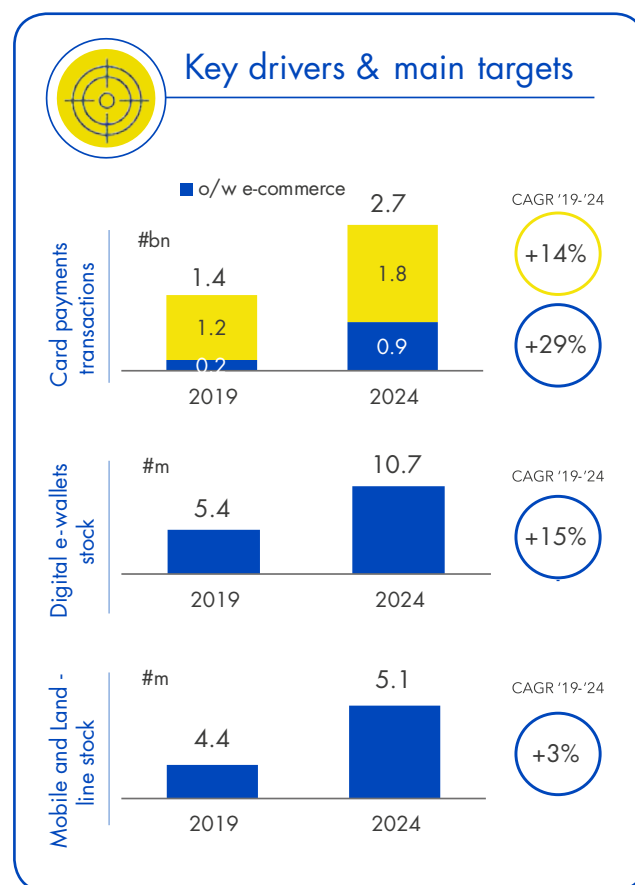
L'altra direzione su cui l'AD di Postepay ha girato il volante è quella che porta

al mercato dell'energia: «Abbiamo deciso di entrare nel corso del 2022 - ha ricordato - In questo campo pensiamo di poter contribuire a favorire un nuovo impulso al mercato, alquanto statico da lungo tempo, nel quale potremmo rappresentare un provider sicuro e di fiducia anche prima della liberalizzazione al momento prevista per il 2023». «La nostra offerta energetica di elettricità e gas rappresenterà una opzione accessibile che consentirà al 40% degli utenti retail di passare al mercato libero, clienti che oggi fanno ancora parte del mercato tutelato», ha aggiunto. Anche qui, all'insegna della sostenibilità ambientale: «Punteremo sull'energia verde al 100%, differenziando l'offerta con un approccio innovativo nei confronti della sostenibilità e attirando i clienti retail grazie alla nostra tecnologia, a una user experience digitale di altissimo livello e alla prossimità: prevediamo una quota di contratti di 1,5 milioni nel 2025, con un pareggio dell'EBIT nel 2024, così

posizionando PostePay tra i primi cinque operatori in Italia per numero di clienti».

Telecomunicazioni

La terza direzione è quella delle telecomunicazioni. Saranno centrali anche le nuove offerte per la banda larga e la fibra, che partiranno nel secondo trimestre 2021, come ha confermato Siracusano. Ma l'intento è anche quello di «rafforzare la nostra posizione con delle offerte di fidelizzazione e acquisizione innovative nel campo della telefonia mobile, offrendo una migliore efficienza. Questo grazie al nuovo accordo quinquennale con Vodafone».



Il Gruppo ha saputo resistere alla pandemia e intercettare le nuove esigenze. Le prospettive della novità dell'Auto

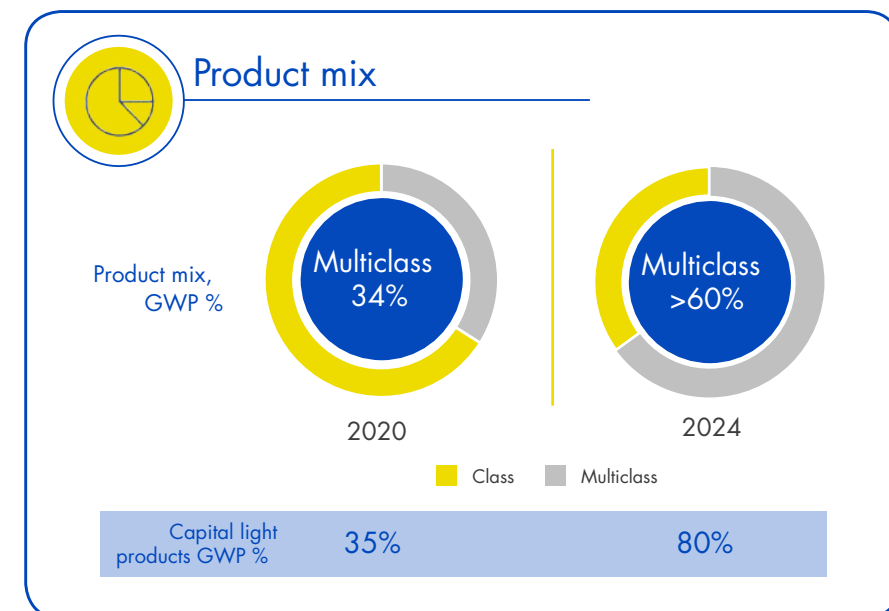
Poste Vita punta su un mix di offerte per assicurare le famiglie italiane

Poste Vita corre verso il futuro sostenibile del Gruppo. Lo fa forte dei suoi numeri e di una strategia ambiziosa ma realizzabile, soprattutto grazie alle sue persone, i consulenti e i venditori che riescono, giorno dopo giorno, a spiegare sempre meglio i prodotti e a interpretare le reali esigenze dei clienti. A confermarlo ci sono i numeri e le previsioni che l'Amministratore Delegato del Gruppo Poste Vita, Andrea Novelli, ha presentato al Capital Markets Day, descrivendo una parte essenziale del piano 24 SI. Gli ultimi anni, nonostante la pandemia, hanno tracciato la strada: «Abbiamo avuto risultati positivi su tutti i fronti, superato gli obiettivi di redditività e questo è stato possibile anche grazie alle iniziative prese per rafforzare il capitale - spiega Novelli - Abbiamo migliorato il mix del nostro business Vita, raggiungendo in anticipo la quota di prodotti multiramo. Questo aiuta naturalmente la diversificazione del portafoglio dei nostri

clienti e ha un impatto positivo sui nostri margini».

Cavalcare la tendenza

La tendenza prevede che i risparmi delle famiglie italiane continuino a crescere, data l'incertezza della situazione attuale e la volatilità dei mercati finanziari. I clienti retail sono in cerca di prodotti a basso rischio e, anche se la storia racconta una costante «sotto-assicurazione» degli italiani rispetto ai cittadini europei, Novelli è convinto che Poste riuscirà a «convincere gli italiani ad assicurarsi di più». «Ci aspettiamo un aumento della domanda per i prodotti a bassa volatilità e a basso rischio. Poste Vita è in una condizione ideale per soddisfare questa domanda, perché i prodotti gestiti di assicurazione vita non sono soggetti alla volatilità del mercato e noi cerchiamo di adeguarli, favorendo gli interessi dei nostri clienti». Raggiungendo in anti-



po l'obiettivo della diversificazione del mix, Poste Vita è diventata la più grande distributrice di prodotti multiramo in Italia: già lo era nel 2019 e ora è pronta a migliorare il proprio obiettivo di arrivare «a oltre il 60 per cento di prodotti multiramo entro il 2024. Oltre al discorso del mix, fra la fine dell'anno scorso e l'inizio del 2021 - continua Novelli - abbiamo rimodulato i nostri prodotti in modo da renderli più efficienti, pur rimanendo molto interessanti per gli investitori retail. Infatti, abbiamo rimodulato i prodotti per avvicinarci al nostro portafoglio, il che significa che il rischio che i nostri clienti non rientrino in possesso almeno del capitale investito è estrema-

mente basso. Questa nuova generazione di prodotti rappresenterà la maggior parte della raccolta in futuro».

La novità dell'Auto

C'è poi l'interessante capitolo relativo alla copertura Auto: dopo aver completato una fase pilota con i dipendenti, Poste Vita si è aperta al mercato e gradualmente sta aumentando il numero degli Uffici Postali che vendono il prodotto Auto. «Pensiamo - spiega sempre Novelli - di crescere rapidamente con un obiettivo di 1,5 miliardi di premi complessivi nel 2024. Utilizzando le nostre potenzialità interne, siamo certi di mantenere i costi sotto controllo».

2024 sustain & innovate

Ecco alcuni esempi di modelli e strategie nell'immediato futuro del Gruppo

Uno sguardo in avanti con i servizi più innovativi

Dalla carta Postepay Green interamente sostenibile alla banda ultralarga, fino all'integrazione delle reti e agli accordi sui pagamenti digitali e sui prelievi agli sportelli automatici: la direzione tracciata da 2024 SI è già una realtà del presente

Sostenibile e dedicata ai giovani: ecco Postepay Green

Postepay Green è la nuova carta prepagata, dedicata ai ragazzi dai 10 ai 17 anni, concepita all'insegna della sostenibilità e realizzata, in collaborazione con Visa, in materiale biodegradabile (composto per l'82% da acido polilattico di origine biologica). Questa carta rappresenta il primo tassello di una strategia più ampia attraverso la quale PostePay Spa intende contribuire alle iniziative ESG (Environmental, Social and Governance) del Gruppo per la tutela ambientale attraverso la conversione dei prodotti verso materiali ecosostenibili, con l'obiettivo di raggiungere i 20 milioni di carte biodegradabili entro il 2025. Pensata per la New Generation, la Carta Postepay Green si pone anche come strumento di supporto per i genitori durante il percorso di educazione dei propri figli ad un approccio responsabile verso il denaro, le proprie spese e l'ambiente. La Carta ha caratteristiche simili di una Postepay ricaricabile standard, può essere gestita online e dall'App Postepay e consente inoltre di tenere sotto controllo il saldo della carte e le spese dei propri figli grazie al servizio di "parental control" attraverso il quale è possibile anche impostare i limiti di prelievo e spesa; abilitare o disabilitare la carta agli acquisti online per singole categorie merceologiche e per l'utilizzo all'estero. Per essere sicuri che la carta del proprio figlio sia sempre carica, i genitori possono scegliere di impostare una "paghetta automatica" a tempo, ad esempio ogni settimana, oppure a soglia che si attiva quando il saldo disponibile scende al di sotto di un importo predefinito. In alternativa restano disponibili tutti i consueti canali di ricarica, fisici e digitali. Carta Postepay Green può essere richiesta dal genitore o tutore in qualsiasi ufficio postale.

PostePay e Bancomat una collaborazione di portata storica

Il Corriere della Sera lo aveva definito "l'asso nella manica": è l'ampliamento della collaborazione tra PostePay e Bancomat. PostePay già operativa – grazie alle licenze "acquiring" - nell'accettazione dei pagamenti su circuiti Bancomat e PagoBancomat presso Uffici Postali, ATM Postamat ed esercizi convenzionati PostePay, attiverà anche le licenze "issuing", per emettere carte PostePay anche sui circuiti "made in Italy" Bancomat e Pagobancomat. Per comprendere la portata dell'intesa è sufficiente guardare al bacino di utenza: insieme i due gruppi valgono 64 milioni di carte tra debito e prepagate, e quest'ultime emesse da PostePay rappresentano circa il 60% della totalità del mercato. Inoltre, il 25% delle transazioni e-commerce in Italia avviene attraverso una carta di Poste Italiane, con la media di circa 1 milione di operazioni al giorno toccata nell'ultimo trimestre del 2020. Altro elemento importante dell'accordo risiede nella possibilità di valorizzare l'interoperabilità delle piattaforme di pagamento digitali di PostePay e Bancomat (BancomatPay). Tutto grazie alla rapidità e la semplicità del QR Code, già sfruttata con successo per il cashback. Il progetto darà supporto al processo di digitalizzazione dei pagamenti in Italia, ampliandone il ventaglio ed elevandone la facilità di diffusione e accettazione, sia tramite carta sia in modalità totalmente digitale. In questo modo, si contribuirà a sviluppare la cultura dei pagamenti digitali nell'interesse del sistema Paese e del percorso di trasformazione e inclusione digitale messo in campo dal Gruppo Poste Italiane a favore di tutti i propri clienti, come ha più volte sottolineato l'Amministratore Delegato di PostePay, Marco Siracusano.

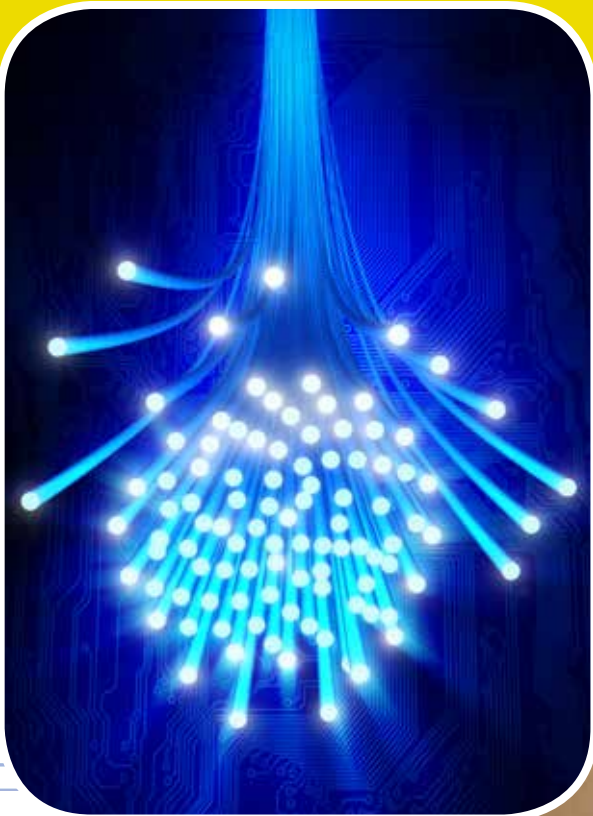


Leggi le news e gli approfondimenti del nostro magazine sul sito www.postenews.it

Poste sbarca da protagonista nella fibra con TIM e Open Fiber

Gli italiani sono sempre più connessi e digitalizzati, alla ricerca di una navigazione internet altamente performante, un trend che nell'ultimo anno ha subito una forte accelerazione dovuta al repentino cambio nello stile di vita connesso alla pandemia da Covid-19. Al contempo, il processo di digitalizzazione del paese, sta determinando un numero crescente di unità abitative raggiunte dalla fibra ottica. Nell'ambito della propria strategia di sviluppo nel mercato dei servizi di telecomunicazione, Poste Italiane, attraverso PostePay, ha firmato due separati accordi per proporre soluzioni avanzate di connettività Internet con banda ultralarga con due operatori nazionali che forniscono il servizio, TIM e Open Fiber. Il primo è relativo a servizi di accesso diretto a Internet e di connettività del cliente finale attraverso tecnologie d'accesso in fibra (FTTH) e in fibra misto rame (FTTC e FTTE), rispettivamente il collegamento in fibra ottica che va direttamente dalla centrale al domicilio del cliente, e quello - sempre in fibra ottica - che arriva in prossimità dell'abitazione del cliente (in genere entro 250 metri dal domicilio, verso il quale poi procede in rame);

il secondo è relativo ancora a servizi di accesso diretto a Internet e di connettività del cliente finale ma solo attraverso tecnologie FTTH. Con TIM si è puntato sulla valorizzazione della rete in fibra misto rame, immediatamente disponibile, e sullo sviluppo di quella FTTH in oltre 1.600 tra i principali comuni italiani entro il 2025; con Open Fiber si garantirà nei prossimi anni una copertura di 270 tra le principali città italiane e, in concessione, di 7.700 piccoli comuni. Grazie a queste due intese, si amplia la gamma di offerte rivolte al mercato con l'obiettivo di contribuire a ridurre sempre di più il digital divide tra le diverse aree dell'Italia confermando proprio il ruolo centrale di Poste Italiane nel processo di digitalizzazione e di sviluppo economico del Paese. In anteprima, per tutti i dipendenti del Gruppo Poste Italiane, è disponibile l'offerta (consultabile sulla intranet) PosteMobile Casa Ultraveloce ad un prezzo esclusivo di 19,90 euro al mese (invece di 30,90 euro), in promozione fino al 30 giugno 2021, per navigare senza limiti da casa con la velocità della Fibra fino a 1Gbps; l'offerta include un modem WiFi ed una chiavetta USB per connettersi anche alla rete 4G, i prodotti sono forniti in comodato d'uso gratuito; consegna, attivazione e installazione a cura di un tecnico specializzato, sono gratuite in promozione fino al 30 giugno.



L'evoluzione della rete logistica

Poste Italiane si prepara ancora meglio ad affrontare le crescenti sfide derivanti dalla domanda di servizi logistici legati ai pacchi. Lo fa continuando il percorso di integrazione e ampliamento delle reti di consegna. Nuove reti di distribuzione si stanno affiancando alla rete postale (quella dei postini) e a quella di SDA, come MLK Deliveries e la neo-acquisita Nexive. Tutte queste reti saranno focalizzate sull'erogazione di specifici servizi logistici ma anche intercambiabili all'occorrenza per dare continuità al servizio anche in caso di problematiche momentanee su uno dei network. La rete dei postini gestirà ovviamente i prodotti di corrispondenza, ma farà leva sulla sua capillarità, forza, conoscenza del territorio e dei clienti per consolidare la leadership dell'Azienda sulle consegne dei pacchi piccoli del settore e-commerce. La rete SDA sarà sempre più impegnata nella gestione di pacchi grandi e pesanti e nell'offerta di servizi logistici che prevedono attività di magazzino e distribuzione. Mentre MLK Deliveries sarà dedicata al recapito nelle grandi città, grazie ad un'esperienza di consegna molto interattiva e digital, focalizzata su servizi a valore aggiunto come, ad esempio, la consegna su appuntamento ed il same day. Nexive darà ulteriore forza e capacità distributiva focalizzandosi su pacchi dalle dimensioni medio piccole. Oltre a potenziare la nostra rete logistica in termini di flessibilità, territorialità ed efficienza, l'acquisizione consentirà di arricchire il nostro capitale umano attraverso la valorizzazione e lo sviluppo delle competenze professionali di Nexive a tutti i livelli. A queste reti si aggiungono partner "specializzati" come PonyU, che saranno invece utilizzati per offrire servizi di logistica evoluti ai nostri clienti più esigenti o per conquistare nuovi mercati. PonyU, nostro partner nella logistica del farmaco, è in grado di offrire servizi di consegna "instant", ovvero 30 minuti dall'ordine, chiaramente in ambiti territoriali circoscritti. In sintesi, una gamma molto ampia di reti logistiche con una mission ben precisa e pronte a rispondere a tutte le esigenze, anche quelle più evolute. Il tutto con un occhio al green, grazie all'impiego di mezzi a ridotte emissioni di anidride carbonica o addirittura elettrici in alcune aree del Paese.

La sinergia con Sengi amplia gli orizzonti di Poste

Il mercato cinese dei pacchi è in progressiva espansione: il volume in arrivo in Italia dalla Cina è cresciuto di oltre dieci volte dal 2012 e rappresenta il 75% di ciò che giunge da oltre i confini dell'Unione europea. In virtù di questa accelerazione, la riduzione dei tempi che intercorrono tra l'acquisto e la consegna diventa un elemento fondamentale per sviluppare e fidelizzare ancora di più il flusso di spedizioni. Per rispondere a questa crescita e questa esigenza, Poste Italiane ha perfezionato una joint venture con Sengi, con l'acquisizione di una quota di controllo di Sengi Express Ltd, per consolidare la propria presenza sul mercato cinese. Sengi è un'azienda nata nel 2018 a Hong Kong, dedicata esclusivamente al mercato italiano, e che nell'arco di due anni è diventata il punto di riferimento sul mercato per l'e-commerce di marketplace con sede logistica in Cina alla ricerca di soluzioni logistiche per l'Italia. L'obiettivo della sinergia è offrire servizi con tempi di consegna sempre più veloci e migliorare la customer experience da parte dei clienti italiani che acquistano su siti cinesi. Una strategia che prevede lo sviluppo di una gamma completa di servizi per l'e-commerce con sdoganamento veloce in Italia, controllando direttamente a monte la catena del valore dei servizi offerti, accompagnati da un servizio di tracciatura in tempo reale di ogni singola spedizione, dall'hub in Cina fino al destinatario finale in Italia. Sulla scia delle intese siglate con Amazon e Zalando, si tratta di un ulteriore accordo di partnership strategica a supporto della leadership e dello sviluppo del business e-commerce internazionale di Poste Italiane, come era stato presentato dall'Amministratore Delegato e Direttore Generale Matteo Del Fante.

I farmaci arrivano alla porta di casa grazie all'accordo con Pharmap

La grande attenzione destinata al mercato dell'ultimo miglio, già indirizzata dalla costituzione della JV MLK Deliveries, trova ulteriore e importante espressione nel lancio delle consegne del farmaco anche in modalità "instant". Attraverso un accordo con Pharmap, una start-up innovativa specializzata nel settore della consegna di farmaci a domicilio, infatti, Poste lancia un servizio semplice, capillare e flessibile, ancora più importante in un periodo in cui per le categorie più deboli è consigliato uscire di casa il meno possibile. Tramite il sito pharmap.it o sull'app "Pharmap - consegna farmaci", scaricabile gratuitamente da AppStore o Google Play, oppure attraverso un call center dedicato, è possibile richiedere la consegna di qualsiasi prodotto della propria farmacia di fiducia - compresi medicinali prescritti tramite ricetta - o scegliendo una farmacia tra quelle aderenti all'iniziativa. Per il servizio sono accettate varie modalità di pagamento, direttamente in piattaforma con carta di credito, oppure comodamente alla consegna. Sarà il portafoglio di Poste Italiane a recarsi in farmacia per il ritiro del prodotto e recapitarlo entro il giorno successivo a quello della richiesta. Il servizio è già attivo in 21 città in modalità "instant", cioè con consegna entro 90 minuti dall'ordine, oppure "programmata" (il cliente sceglie fascia oraria della consegna), modalità erogate grazie ad una partnership con PonyU, un'altra start-up specializzata nelle consegne locali. Sarà a breve disponibile in altre 100 località in modalità "next-day", con consegna entro la giornata successiva a quella della richiesta. L'obiettivo dell'accordo è arrivare, nei prossimi mesi, a coprire con il servizio circa 1.000 località in tutta Italia. Con questo progetto Poste vuole ampliare anche l'insieme di servizi messi a disposizione nei confronti delle comunità dei piccoli centri, soprattutto per la popolazione senior che, in questo periodo di emergenza, può avere difficoltà nel reperire prodotti farmaceutici spesso di utilizzo quotidiano. Inoltre è da evidenziare anche l'utilità nei confronti delle farmacie, molte delle quali in questo periodo si sono attrezzate autonomamente con i mezzi più disparati per raccogliere a distanza le richieste dei cittadini e recapitare i prodotti. Da oggi avranno a disposizione sia dei canali strutturati per la raccolta degli ordini sia un servizio di consegna a domicilio che li conetterà in modo diretto ed efficace con i loro clienti abituali.



POSTE CENTRO MEDICO, COME PRENOTARE ONLINE.

Le richieste di appuntamento per visite o esami diagnostici presso Poste Centro Medico si possono effettuare online dal 22 marzo dal portale web dedicato, raggiungibile dall'intranet e dall'app NoidiPoste. Ogni richiesta sarà confermata dalla segreteria di Poste Centro Medico telefonicamente e via mail all'indirizzo inserito in fase di richiesta e compilazione del form online.

É possibile usufruire delle prestazioni mediche dal 19 aprile.

Vai sull'intranet e sull'app NoidiPoste per scoprire di più.

PosteCentroMedico

NoidiPoste



il nostro business

L'analisi di Stefano Giuliani, Amministratore Delegato di BancoPosta Fondi SGR

«Costruire portafogli “robusti” per crescere sui mercati»

La sostenibilità e il digitale sono i cardini su cui si baserà la strategia futura della società di Poste Italiane nata vent'anni fa: «Il contesto attuale presenta delle opportunità, ma coglierle significa saper gestire nuove sfide e diversi fattori di rischio»

di ERNESTO TACCONE



Un futuro sostenibile e digitale si prevede per BancoPosta Fondi SGR, come spiega l'Amministratore Delegato Stefano Giuliani facendo il punto sul risparmio gestito e sulle opportunità di crescita:

«Gli investitori possono contare sui nostri professionisti», assicura.

Qual è il ruolo della SGR all'interno del Gruppo, attuale e futuro?

«BancoPosta Fondi SGR è una realtà del Gruppo Poste Italiane nata nel 2001 che ha visto una crescita costante in questi 20 anni in armonia e coerenza con lo sviluppo dell'Azienda nel Risparmio Gestito. A fine 2020, con oltre 119 miliardi di Asset Under Management, è diventato il quinto gruppo di gestione nel mercato italiano, e addirittura il terzo nel settore delle gestioni individuali alle spalle di soggetti come Generali e il Gruppo Intesa, che operano in questo mercato da molti più anni. Il contributo della SGR al raggiungimento degli obiettivi del nuovo Piano strategico di Poste Italiane sarà fondamentale: sulle masse in gestione è previsto un tasso di crescita medio annuo del 7%, mentre sulle commissioni nette il tasso di crescita medio annuo è addirittura dell'11%. Anche il valore del contributo della SGR alla redditività del Gruppo è prevista in costante crescita, raggiungendo circa 127 milioni di euro per l'anno 2024».

Come cambierà il ruolo della SGR all'interno del Gruppo?

«Il ruolo della SGR sarà sempre più quello di competence centre finanziario al servizio del Gruppo, attuandosi in molteplici direzioni, quali ad esempio l'istituzione di nuovi prodotti, la gestione dei mandati istituzionali di Poste Vita e di BancoPosta, il coordinamento e indirizzo degli asset manager partner del Gruppo, l'elaborazione delle view e strategie di mercato sottostanti ai portafogli modello di Consulenza Guidata, la produzione di strumenti informativi e formativi per la rete dei consulenti finanziari. L'efficacia di queste attività nel gioco di squadra con tutte le altre realtà del Gruppo – BancoPosta, Poste Vita, Mercato Privati – sarà cruciale per abilitare il raggiungimento degli obiettivi che Poste si è data nell'ambito del Risparmio Gestito: una crescita non solo dimensionale ma anche e soprattutto nella qualità dell'interlocuzione con i clienti, in grado di farle



Stefano Giuliani, Amministratore Delegato di BancoPosta Fondi SGR

7%
il tasso di crescita medio annuo previsto sulle masse gestite

127
milioni di euro il contributo alla redditività del Gruppo previsto per l'anno 2024

svolgere il ruolo di protagonista maturo del mercato e partner unico/completo anche per gli investitori più esigenti».

SGR e finanza sostenibile saranno fattori determinanti per rendere Poste ancora di più leader nella responsabilità sociale di impresa?

«Il futuro è sostenibile. Potremmo tradurre con queste semplici parole la rivoluzione che sta cambiando la finanza, l'industria del Risparmio Gestito e che vede Poste tra i protagonisti nel panorama europeo oltre che nazionale. Il percorso di Poste nella responsabilità sociale di impresa è testimoniato, come sappiamo, dall'inserimento del titolo nei principali indici “sostenibili” elaborati dagli index provider internazionali. Nella valutazione del “rating di sostenibilità” del titolo Poste assume un ruolo centrale quanto fatto dalle due principali “fabbriche” di prodotti di investimento, cioè Poste Vita e BancoPosta Fondi SGR. Ecco perché per i prossimi anni l'evoluzione e il rafforzamento del profilo “ESG” della SGR saranno tra i cardini del piano d'impresa. Un primo ambito è costituito dalla piena integrazione e affinamento dei fattori ESG (ambientali, sociali e di governance) nei processi di investimento diretto della SGR e di quelli dei gestori delegati.

Un altro degli ambiti nei quali si tradurrà l'impegno della SGR nel campo della sostenibilità sarà la creazione di nuovi fondi con caratteristiche “ESG” e la graduale trasformazione in senso “ESG” dell'attuale gamma attraverso, ad esempio, la modifica dei benchmark dei fondi esistenti con altri composti da indici “sostenibili”».

L'offerta a distanza e la dematerializzazione delle comunicazioni che influenza avranno sul futuro della SGR?

«Il futuro è digitale. Anche in questo caso potremmo sintetizzare con la stessa espressione l'altro macro fenomeno già in atto e che inciderà sempre più profondamente nel Risparmio Gestito, soprattutto nella relazione tra il cliente e l'intermediario finanziario. La SGR sarà coinvolta nello sviluppo di nuovi strumenti per supportare la rete nella gestione multicanale degli investitori, dall'offerta a distanza, alla dematerializzazione delle comunicazioni, all'arricchimento delle piattaforme multimediali per la formazione e l'informativa sui mercati finanziari e l'andamento dei prodotti. La trasformazione digitale riguarderà anche l'organizzazione e i processi interni della SGR; sono previsti investimenti in soluzioni tecnologiche avanzate, con l'obiettivo di aumentare il valore verso il cliente finale, e questo sia attraverso la maggiore qualità del processo d'investimento dei prodotti, e auspicabilmente, performance ancora migliori, sia attraverso la maggiore efficienza e velocità dei processi operativi e il conseguente miglioramento della customer experience».

Quali sono le prossime sfide?

«Per certi versi la sfida più importante che la SGR fronteggerà i prossimi anni è quella dei mercati: sappiamo infatti che il contesto attuale presenta delle opportunità, ma coglierle significa anche saper gestire diversi

Primi a ottenere il certificato di conformità anti-corruzione

BancoPosta Fondi SGR è la prima Società di gestione del risparmio in Italia ad ottenere il certificato di conformità agli standard internazionali della normativa ISO 37001 sull'anticorruzione. La società del Gruppo Poste Italiane ha completato un percorso di progettazione, attuazione, integrazione e certificazione dei sistemi di gestione secondo i più stringenti standard internazionali di Qualità (ISO 9001) e di prevenzione e contrasto alla corruzione (ISO 37001). Il traguardo raggiunto segna un'altra importante tappa nel percorso di trasparenza da tempo intrapreso dall'Azienda e conferma la costante attenzione del Gruppo Poste Italiane alle esigenze dei clienti e degli stakeholder, attraverso il miglioramento continuo dei livelli di servizio e la riduzione dei rischi. La certificazione di BancoPosta Fondi SGR, rilasciata da IMQ-CSQ, uno degli organismi più autorevoli a livello internazionale, è stata ottenuta al termine di un processo di analisi e verifica dei processi e del sistema di gestione integrato e riguarda le attività di istituzione e gestione di Organismi di Investimento Collettivo in Valori Mobiliari (OICVM) e il servizio di gestione di portafogli e di consulenza in materia di investimenti.

punti di attenzione che abbiamo di fronte: i tassi bassi o addirittura negativi, e quindi lo scarso contributo dei titoli e investimenti più “sicuri”; la corsa che i mercati azionari hanno già intrapreso dopo la crisi della prima parte del 2020, raggiungendo livelli elevati e quindi considerati in alcuni casi un po' “cari”; il riaffacciarsi di potenziali spinte inflattive, che potrebbero causare fasi di rialzo dei tassi con impatti negativi sui portafogli obbligazionari. Tutto ciò implica, da una parte, la necessità di diversificare il portafoglio in asset più rischiosi e a livello globale per avere possibilità di crescita in termini reali a medio-lungo termine; dall'altra, per gli investitori, l'opportunità di farlo attraverso strumenti di risparmio gestito in cui la selezione sia effettuata da professionisti e soprattutto attraverso una diversificazione su più livelli, per ingresso temporale sui mercati, per aree geografiche e settori, per stili di gestione e fattori di rischio: il tutto con l'obiettivo di costruire portafogli “robusti” in grado di resistere nelle fasi negative dei mercati finanziari e di partecipare in modo significativo alle fasi di crescita».

visti da fuori

Il parere del filosofo Carlo Sini sui cambiamenti sociali e culturali connessi alla pandemia

«Impegniamoci a remare tutti nella stessa direzione»

«Abbiamo capito che il nostro modello di sviluppo non è compatibile con la nostra vita sul pianeta» spiega il maestro di pensiero che, sul coinvolgimento di Poste nella campagna vaccinale, sottolinea: «La complessità richiede esperienza e competenze»

Filosofo e maestro di pensiero, accademico dei Lincei, che dal 1976 al 2009 ha ricoperto la cattedra di Filosofia teoretica all'Università degli Studi di Milano, dove è stato anche preside di Facoltà, Carlo Sini ha fondato e diretto numerose riviste filosofiche. È autore di oltre quaranta libri e dal 2015 è presidente di Mechri, scuola di filosofia e cultura. A questa fine mente dei giorni nostri abbiamo chiesto le sue impressioni sul momento che stiamo vivendo, proiettandoci verso l'uscita – speriamo veloce – dall'emergenza, anche grazie alla partecipazione di Poste Italiane alla campagna vaccinale.

Professore, a poco più di un anno dall'inizio della pandemia, che cosa abbiamo imparato e che cosa non abbiamo imparato?

«Moltissime cose non le abbiamo imparate ed era però irrealistico ritenere che potessimo impararle in fretta. Di fronte a situazioni così esplosivamente nuove, impreparazione ed errori sono inevitabili. Anzitutto non siamo riusciti a convincere le persone a mettere in atto davvero le giuste strategie per evitare il contagio. D'altro canto, le indicazioni delle autorità sono state elusive, contraddittorie, soprattutto prive di reale applicazione e di pratica efficacia: di fatto, al terzo picco, molti di questi difetti e di questi evidenti errori sono ancora palesi. L'alternanza tra "tutti fuori" e "tutti dentro", fatte certe eccezioni, peraltro complicate e confuse e ben difficili da tenere davvero sotto controllo, ingenera confusione e favorisce la superficialità e la disobbedienza. Come si doveva, come si deve fare? Non ho certo la presunzione di saperlo; se dipendesse da me, dubito che saprei fare meglio. Aggiungo la democratica e impietosa rissa politica di coloro che pensano solo a gettare il discredito sulle decisioni prese seguendo i loro fini di immagine e di consenso. Che cosa invece abbiamo imparato: sono certo che nei particolari lo



scopriremo solo alla lunga; in generale che questo modello di sviluppo non è compatibile con la nostra vita sul pianeta. Avremmo già dovuto saperlo; speriamo che ora diventino tutti davvero consapevoli della cosa, davanti all'esempio terribilmente tragico e incontestabile della pandemia».

L'incertezza e la paura toccano diversi ambiti, da quello sanitario a quello economico. Come sta cambiando la nostra società? Che conseguenze prevede, a fine pandemia, sull'animo del Paese?

«Come sovente accade, le grandi sventure storico-sociali generano distruzioni gravissime, ma possono essere, e anche sono, occasione di profondo rinnovamento. Il vecchio tran-tran viene meno, con la sua inerzia e un cumulo di inefficienze e di ingiustizie. Bisogna fare di necessità virtù e la più grande delle doti umane, l'inventiva, viene potentemente rinforzata e favorita. Non a caso nel corso di

terribili conflitti, negazione evidente del progresso civile, si verificarono spesso scoperte e invenzioni straordinarie. Sarebbe bello imparare a incrementare le seconde senza la presenza dei primi».

Allo stesso tempo la pandemia ha accelerato alcuni processi: lo smart working, le riunioni online e la didattica a distanza hanno bruciato le tappe. È sano che questi cambiamenti siano stati innescati da un trauma collettivo o sarebbe stato auspicabile uno "scorrimiento" più lento? Per le scuole, le università e il mondo del lavoro quale sarà il modello sostenibile post-pandemia?

«Potere procedere a piccoli passi sarebbe l'ideale, ma le cose vanno per lo più in altro modo: ci si mette davvero in cammino quando stare seduti non è più possibile. Così si scoprono nuovi orizzonti e nuovi sensi del fare. Le possibilità di ciò che si può svolgere da remoto erano già tutte accessibili, ma solo ora cominciamo a scoprirne i problemi e i frutti. Per esempio, per quanto concerne l'istruzione, stiamo imparando a distinguere lucidamente ciò che si può fare non in presenza, una possibilità certamente grandiosa, e ciò che esige la presenza vivente. In generale, che il primo modello può essere efficiente per l'istruzione e l'informazione, ma è del tutto deficitario per la reale formazione professionale e umana».

La pandemia ha innescato il bisogno di maggiore condivisione tra le persone. Anche nel tempo libero, a causa della necessità di mantenere la distanza

interpersonale, molte relazioni umane sono diventate immateriali, online, digitali. Che influenza avrà questa situazione sugli adulti di domani?

«Che cosa successe dopo la tremenda esperienza della "Spagnola" a coloro, soprattutto ai giovani, che la vissero in prima persona? Credo che non esista una plausibile risposta. Lo stesso dopo la peste di Firenze o di Milano. Gli esseri umani dimenticano e passano oltre, ignorando le cause reali delle loro trasformazioni; preferibilmente parlano d'altro: l'arte, la politica, l'economia, la moda».

Le persone al centro, intese sia come i dipendenti sia come i clienti, è un concetto che Poste Italiane aveva inserito nella propria strategia già prima che il virus arrivasse in Italia. Che cosa significa oggi per una grande organizzazione, con l'emergenza ancora in corso, mettere le persone al centro?

«Mettere le persone al centro è un proposito di altissimo profilo etico, che nel contempo rischia sempre di scaderne nella pura retorica delle buone intenzioni. La vera questione consiste, a mio avviso, nella reale quantità e modalità di potere che si è disposti a riconoscere e a delegare, appunto, alle "persone", ascoltate per esempio nei loro reali bisogni. A ciò si aggiunge l'esigenza di accrescere le competenze di tutti. Ecco il problema delle nostre democrazie, che se non sono fondate sulla educazione collettiva, degenerano in aborti. Ci sono, disse Freud, tre attività impossibili: la politica, l'educazione e naturalmente la psicoanalisi. Insomma: è importante dichiarare ciò che è giusto; poi si fa quel che si può».

"Decisioni accentrate, esecuzione decentrata" è il mantra del nuovo commissario all'emergenza, il Generale Figliuolo, nella gestione della campagna vaccinale, che vede anche Poste impegnata sul fronte della distribuzione e delle prenotazioni. Cosa pensa di questa logica e in quali situazioni la ritiene applicabile?

«I criteri, la logica del contemporaneo accentrato e decentrato sono condivisibili, ogni volta che è necessaria l'indicazione di una finalità comune accompagnata da una esecuzione localmente efficiente. La complessità della cosa esige certo grande esperienza da parte del responsabile in capo e poi adeguate competenze delle maestranze in loco. Prima ancora però si esige una reale e concreta condivisione della finalità comune e dei suoi modi applicativi, ovvero l'impegno a remare davvero tutti insieme nella stessa direzione, e così torniamo alla politica». (G.P.)

Il filosofo
Carlo Sini



Intervista a Luciano Floridi, direttore del Digital Ethics Lab dell'Università di Oxford

«Puntare sul digitale per dare nuova linfa alle relazioni umane»



Il professor Luciano Floridi, docente all'Università di Oxford

Oggi è un filosofo di fama internazionale ma non dimentica le sue radici in un piccolo centro del Frusinate: «Dematerializzare e semplificare i servizi è una conquista, ma la fiducia in un consulente di Poste non sarà mai sostituita»

di **FILIPPO CAVALLARO**



In un futuro non troppo lontano, mentre i servizi digitali andranno via via a sostituire quelli tradizionali, si potrà immaginare un Ufficio Postale dove – una volta lasciatisi alle spalle la pandemia – consumare il caffè, dove cioè si valorizzi il ruolo di aggregazione e socializzazione che gli sportelli di Poste Italiane hanno ancora in certi luoghi del nostro Paese. Così come sarà fondamentale confermare l'importanza della consulenza faccia a faccia per i risparmiatori italiani: «Ci sono servizi che, per ragioni di semplificazione e sostenibilità finanziaria, è sano spostare sul digitale, altri che, al contrario, richiedono una relazione fisica tra le persone: il ruolo dell'interfaccia umana nella consulenza sul risparmio degli italiani è e resterà fondamentale», sostiene Luciano Floridi, docente di Filosofia ed Etica all'Università di Oxford, dove dirige il Digital Ethics Lab dell'Oxford Internet Institute. Nella “quarta rivoluzione” – dopo quelle di Copernico, Darwin e Freud – teorizzata da Floridi i confini tra vita online e offline in realtà tendono a scomparire: siamo ormai connessi, senza soluzione di continuità, in una “infosfera” globale. E le nostre attività quotidiane – come facciamo acquisti, lavoriamo, ci divertiamo, coltiviamo le nostre relazioni – sono sempre più riconducibili a una realtà mista, “onlife”, secondo la fortunata espressione coniata dal filosofo. “Onlife” è ormai anche l'attività dei postini e di chi sta agli sportelli di Poste Italiane, come sa bene questo studioso di fama internazionale cresciuto in un piccolo centro del Frusinate, Guarcino, dove tuttora la comunità si riunisce intorno all'Ufficio Postale.

Professor Floridi, la pandemia ha ulteriormente “indebolito” le barriere tra



la vita online e offline di ciascuno di noi. Quali sono i rischi e quali le opportunità di questo cambiamento?

«Il digitale ha eroso i limiti entro i quali abbiamo sempre organizzato il tempo: non esistono più concetti come “mattina”, “pomeriggio”, “dopo cena”, abbiamo perso i riferimenti temporali che scandiscono le nostre giornate. Per calarci nella realtà postale, una volta sapevamo che il portalettere arrivava la mattina, magari intorno alle 10.30, oggi il delivery arriva dalle 7 del mattino alle 7 di sera, per non parlare dei messaggi di posta elettronica che arrivano da tutto il mondo 24 ore su 24 sette giorni alla settimana. Lo sbriciolarsi dei limiti temporali riguarda ogni sfera della nostra vita: il lavoro, la scuola, la salute, l'intrattenimento, gli acquisti, i servizi. Questa destrutturazione ci confonde ma ci dà anche più spazio: il giorno in cui torneremo a una vita “neonormale”, post-pandemia, ritroveremo l'ufficio, la pizzeria, lo stadio, i concerti e anche l'ufficio postale, ma avremo, in più, questo spazio digitale in cui ormai siamo abituati a muoverci. Se riusciremo a proteggerlo e a sfruttarlo avremo una modalità in più per esprimerci, comunicare e interagire».

Che cosa si intende con l'espressione “onlife” e quali sono le sue implicazioni nella realtà distopica del Covid-19?

«Non esiste più una netta distinzione tra online e offline. “Onlife” indica la possibilità di avere un'esperienza che mette insieme in maniera complementare spazi fisici e spazi digitali. La pandemia ha accelerato un processo che era già in corso da tempo. Pensiamo proprio alla posta: le consegne vengono effettuate da persone che percorrono strade fisiche ma che hanno in dotazione le tecnologie necessarie per il tracking dei veicoli e dei pacchi. Non ha molto senso parlare di online e offline: meglio essere consapevoli di trovarsi in una realtà mista, che presenta problemi e opportunità. I problemi li abbiamo visti con la didattica a distanza e lo smart

working: non tutti hanno gli spazi fisici, i mezzi tecnologici e le competenze per gestire la scuola e il lavoro da casa. In altre realtà, a noi per fortuna meno familiari, ci sono ostacoli ancora più grandi: in certi paesi, in metropoli dove la criminalità regna sul territorio non esiste la consegna a domicilio perché è considerata troppo pericolosa. Sono problemi di cui però non si può occupare il mercato. È la società e la Politica, auspicabilmente quella con la P maiuscola, che deve risolverli».

Il crescente ricorso all'intelligenza artificiale e alle comunicazioni digitali sta modificando il nostro modo di rapportarci con gli altri. Che cosa sta accadendo alle relazioni umane?

«Farei una distinzione: l'intelligenza artificiale funziona molto bene nella comunicazione quando rappresenta un supporto per operazioni automatiche standardizzate che non richiedono l'interazione umana: a New York per prenotare un tavolo al ristorante ormai si “parla” con un chatbot. Questo non è possibile per interagire con un medico o, almeno non sempre, per rispondere alle esigenze di un paziente. Se una grande azienda vuole migliorare la customer experience deve capire come utilizzare gli strumenti giusti per gli scopi giusti. L'intelligenza artificiale può generare senz'altro risparmi ma se usata in modo sbagliato peggiora l'esperienza umana e, alla lunga, porta a una mancanza di soddisfazione e a una perdita di clienti. La comunicazione digitale, invece, comporta sempre un accorciamento delle distanze. Siamo tutti a un click di distanza l'uno dall'altro. Questo “affollamento”, se non governato, può generare frizioni e scontri, proprio come se fossimo tutti a bordo di un autobus molto affollato a pestarci i piedi o a scambiarci qualche gomitata. La comunicazione digitale è una grande risorsa ma, in alcuni casi, può trasformarsi in una seccatura. Il mio esempio di docente è applicabile a tutte le situazioni:

ricevo messaggi di posta elettronica da tutto il mondo, dall'Alaska all'Australia, non si tratta sempre di richieste a cui rispondo volentieri. Ma se non rispondo so che passerò per un “maleducato digitale”, perché la distanza è talmente ridotta che non dare seguito a una richiesta così vicina viene percepito come un atto di maleducazione».

Come si manifesta il cambiamento relazionale nelle grandi organizzazioni e nelle realtà lavorative?

«Bisogna abbandonare il modello gerarchico che le aziende hanno ereditato dal mondo militare e ragionare in termini di network distribuito. La comunicazione non deve essere né verticale né “a stella”, dal centro alla periferia, ma pensata come una rete da pesca, dove ciascun nodo è collegato a tantissimi altri. Per tornare alla posta, mettere in comunicazione i postini di Guarcino, Alatri e Fuggi potrebbe portare a scoperte e soluzioni molto interessanti da tradurre in servizi utili per la provincia di Frosinone».

Per Poste Italiane, che – per numeri, capillarità e varietà dei servizi – è un'enorme “macchina” che contribuisce al funzionamento del Paese, cosa significa operare in una dimensione di mutate relazioni con il cliente, considerando anche il ruolo sociale tradizionalmente affidato alle Poste in Italia?

«Volendo fare un po' di filosofia partirei da una premessa molto semplice: non bisogna farsi influenzare da schemi prefissati ma riconoscere che oggi ci sono cose che si fanno meglio in versione digitale e altre che si fanno meglio in versione analogica. Bisogna mescolare entrambe. Se devo effettuare un pagamento mi basterà un'app o un sito, ma se devo chiedere un mutuo o un consiglio su come investire i miei risparmi preferirò sempre il confronto con un consulente, magari incontrandolo su una piattaforma web. Affidarsi al digitale significa anche poter investire sulla formazione del personale per erogare di persona servizi sempre più qualificati. Sono strade che Poste Italiane può percorrere e sta già percorrendo. Senza dimenticare il ruolo sociale che, soprattutto nei piccoli centri, i portalettere e gli Uffici Postali hanno per i cittadini. Immagini contesti in cui ci sono persone che non sanno leggere e scrivere. In generale, la presenza di Poste rappresenta un servizio di alta qualità per la comunità, oltre che un punto di incontro e di aggregazione dove, una volta finita la pandemia, sarebbe bello anche poter consumare un caffè insieme. Non possiamo pensare che nel centro di Milano o in un aeroporto l'Ufficio Postale abbia la stessa funzione che nei piccoli comuni: la “sartorializzazione” dei servizi fa bene al business, ai clienti e al Sistema paese».

speciale noi nelle Marche

Dal terremoto al virus, la forza delle relazioni è una delle caratteristiche vincenti

La rinascita del territorio passa dalle persone di Poste

Il nostro viaggio tocca una regione che è stata capace di ricostruire l'Ufficio Postale di Visso in pieno lockdown e che oggi si sta vaccinando grazie alla piattaforma messa a disposizione dalla nostra Azienda: da queste parti non ci si lascia mai abbattere dalle avversità

di **RICCARDO PAOLO BABBI**



«Un viaggio nelle Marche, non frettoloso, porta a vedere meraviglie». Guido Piovene è stato un celebre giornalista e l'autore di uno dei più importanti reportage nella storia del nostro Paese. Tre anni attraverso penisola e le isole dell'Italia del secondo Dopoguerra per guidarci alla scoperta delle sue bellezze e allo stesso tempo raccontare il boom economico e la ricostruzione. Il suo «Viaggio in Italia» ci restituisce nella tappa marchigiana le potenzialità di una terra che, in scala, racchiude in sé tutto ciò che possiamo trovare nel resto dello Stivale: da un patrimonio naturalistico variegato a storia e arte stratificate nei secoli grazie all'incontro di civiltà e culture. Questa disomogeneità va letta come molteplicità, un po' come i suoi borghi, chiusi in loro stessi e protetti da solide mura ma mai timorosi di mostrare la loro bellezza sulle cime morbide delle colline su cui si stagliano. Una pluralità che si incontra anche nei percorsi professionali, e quindi di vita, di molti dei nostri colleghi che lavorano nella regione, le cui storie abbiamo scoperto in questo nuovo appuntamento di «Noi di Poste». Ed è da qui, da questa regione ricca di fascino e di vitalità, che riprende anche il «Viaggio in Italia» che Postenews compie ogni mese, facendo tappa in tutte le regioni per conoscere le persone che indossano la «maglia» di Poste Italiane.

Dai monti al mare

Quasi seguendo un itinerario che dai monti porta al mare, **Roberto Acciarresi** è partito come DUP degli Uffici nell'alto maceratese, per poi «scivolare» in zona collinare e ora è titolare dell'Ufficio Postale di Civitanova Marche, che si trova a pochi passi dal mare. In un percorso alternativo, **Enrico**



L'Ufficio Postale di Marino del Tronto, nel comune di Ascoli Piceno. Da sinistra verso destra: Barbara Viviani, Giovanna Clemente, Lorena Sciamanna, Maria Grazia De Angelis, Marisa Basile, Vincenza Marella, Roberta Bellini, Daniela Venarotta, Daniela Giardini, Giuseppina Bucci, Luigina De Santis

Cerquetella è partito come portaflettere e poi operatore di sportello in zona montana, è poi stato consulente/venditore in alcuni uffici della costa e ora è DUP di uno degli Uffici Postali della collinare Recanati. Questi sono solo due dei casi di come il territorio faccia parte della vita delle persone, di come anima e terra si specchino una nell'altra, anche perché – come ci dice **Pietro Largo**, Responsabile RUO della Macro Area Centro Nord - «nella regione sono impiegate quasi 3.200 persone in Poste». Tanti colleghi in queste settimane, oltre al proprio lavoro, stanno svolgendo una funzione sociale: quella di aiutare i nostri concittadini più anziani a prenotarsi per il vaccino anti Covid-19.

Tante storie

Ma sono tante le storie che affascinano. C'è il portaflettere di Montefortino, **Sauro Cameli**, che con invidiabile fiera ogni giorno raggiunge paesini di montagna percorrendo strade particolarmente impervie; c'è il suo collega di San Benedetto del Tronto, **Carlo Cagliardi**, che serve la zona della Riviera delle Palme e che per ogni stagione deve modificare il proprio lavoro in funzione delle attività turistiche che caratterizzano la sua zona; ci sono le colleghe **Daniela Bilò** e **Daniela Quercetti**, che per il recapito ogni giorno scalano il Conero per raggiungere le spiagge di Portonovo; c'è **Veronica Dini**, che affronta ogni giorno i «trabocchetti» di numeri civici e portoni nascosti che la splendida Urbino riserva a chi consegna la posta. E c'è anche il giro «fashion» della portaflettere **Romina Ferroni**, che quotidianamente attraversa gli outlet dei brand più noti della moda made in Italy.

Al fianco del territorio

Proprio del made in Italy le Marche sono grandi prota-

goniste. Il «modello marchigiano», individuato dall'economista Giorgio Fuà, è stato a lungo la dimostrazione di come fosse possibile un'economia sostenibile, imperniata sulla solidità di schemi e patrimoni familiari anche se orientata a un'ampia clientela. Per quanto ci si stia evolvendo imprenditoriale, la regione ne ospita ancora tanti esempi vincenti, e Poste Italiane si è sempre distinta nel tempo per aver saputo ben navigare al fianco di realtà molto rappresentative del territorio. Qui, alcune realtà nate come piccole imprese familiari hanno prosperato fino a diventare colossi conosciuti del made in Italy apprezzati in tutto il mondo. La «forza della relazione e l'attenzione alla qualità hanno sempre convinto aziende dal valore strategico a scegliere Poste ogni giorno», ci spiegano gli account di Mipa **Fabio Carletti** e **Floriana Torretti**. Come la C.I.I.P., che gestisce i servizi idrici di 59 comuni nella regione coinvolgendo oltre mezzo milione di utenti, o Halley Informatica, software house che gestisce servizi integrati per enti pubblici e Comuni. E c'è anche la GDO, con i Magazzini Gabrielli e i suoi brand Tigre e Oasi. Tradizione e innovazione, come conferma l'altro account **Andrea Massi**: «Nel campo dell'e-commerce si stanno apprezzando molte realtà, alcune emergenti, che cavalcano il trend di crescita del settore anche in ambiti merceologici molto specifici, sfruttando la capillarità della rete di recapito e la modularità delle soluzioni di consegna al cliente finale». Ad esempio, Amore Animale, diventato in pochissimo tempo un riferimento di successo nazionale nel settore PET, utilizza Poste Italiane.



Daniela Quercetti nella zona del Conero

La facciata del Palazzo di Ascoli ristrutturata dopo i danni causati dal sisma





Carlo Cagliardi a San Benedetto del Tronto



Sauro Cameli a Montefortino

Capillarità

Anche sul versante della Pubblica amministrazione c'è una forte interazione con Poste Italiane, che segue puntualmente la clientela delle Marche con numerosi servizi, tramite un poker di Account - **Gianluca Allegrini**, **Milco Maccari**, **Manuel Frati** e **Tommaso Montanari** - distribuito capillarmente sul territorio. Corrispondenza tradizionale e digitale, unita alle piattaforme di incasso, sono il link perfetto tra amministrazione e clientela in ottica di semplificazione dei processi. Tennacola, municipalizzata per la gestione del servizio idrico, ha affidato a Poste la Conservazione a Norma, e ha avviato un tavolo di lavoro per la dematerializzazione della corrispondenza tramite Postel; i Comuni di San Benedetto del Tronto, Fano e Falconara Marittima utilizzano il Servizio Integrato di Notifica per la gestione dei tributi locali e l'invio automatizzato delle cartelle in scadenza tramite la piattaforma web H2H. Inoltre, sono state avviate numerose trattative, grazie ai colleghi Venditori specialisti finanziari, per formare e sensibilizzare la clientela PAL Marche all'utilizzo dei sistemi di pagamento innovativi, come Pago-Pa, con il supporto delle soluzioni di Poste.

Efficaci tra le difficoltà

Dal rapporto con la Pubblica amministrazione a quello con le istituzioni il passo è molto breve e il lavoro di certo non poco, visto che nelle Marche ci sono 227 comuni, di cui 161 piccoli, con meno di 5mila abitanti. Questi i numeri, uniti alla necessità e difficoltà scaturite dalla pandemia, danno ancora più valore alle Relazioni Istituzionali, di cui **Paolo Pinzani** è il responsabile di Macro Area e Relazioni Istituzionali: suo il ruolo di "collante" tra la gestione delle istanze provenienti dal territorio e le altre funzioni aziendali. Un impegno che ha coinvolto e valorizzato anche le competenze della collega **Fiorella De Sanctis**. Il risultato è che tra le grandi difficoltà, dal 2019 a oggi è stato possibile venire incontro alle richieste del territorio installando nove ATM nei piccoli Comuni.

Raccontare il lavoro

Le difficoltà di cui parliamo non sono solo quelle legate alla pandemia, ma anche ai terremoti che hanno sconvolto la regione nel 2016 e nel 2017. Va quindi ricordato il lavoro di chi, come la portalettere **Silvana Petrucci**, serve Arquata del Tronto, distrutta da quei sismi, alla quale le attività di Comunicazione territoriale hanno reso omaggio collaborando con la Rai, come ci ricorda la responsabile **Angela Pettinacci**. Venendo all'attualità, ancora insieme alla

Rai, in questo caso al TG3 Marche, ha ben riportato la partenza della piattaforma di Poste per la gestione delle prenotazioni dei vaccini anti Covid-19, andando in parallelo al servizio informativo della Regione.

Resilienza

Tornare sulla tragedia dei terremoti è l'occasione, però, per ribadire la resilienza di una Regione e di tutti i colleghi che ancora sono costretti a lavorare tra le difficoltà, e per i quali si batte ogni giorno l'Immobiliare di Poste. «Stiamo lavorando alacremente con MP per cercare di far tornare tutti i colleghi che operano ancora in container alla normalità, cercando nuovi locali per riposizionare gli uffici oggi ancora inagibili - ci spiega **Giuseppina Mensitiere**, Responsabile Immobiliare Macro Area Centro Nord - Abbiamo addirittura ricostruito l'Ufficio Postale di Visso, inaugurato in pieno lockdown: un esempio unico in Italia». «Sempre a seguito del sisma, la facciata dell'edificio storico di Ascoli Piceno, in pieno centro, era stata gravemente danneggiata e i delicati lavori di restauro in un periodo come questo sono stati una grande vittoria», aggiunge. Tanti, però gli interventi nella regione grazie al lavoro del Responsabile Ingegneria di Macro Area - peraltro marchigiano - **Andrea Brilli**: negli ultimi mesi sono stati realizzati due nuovi centri di distribuzione: Fermignano Montefeltro, nei pressi di Urbino, (inaugurato e aperto) e San Benedetto del Tronto (di prossima apertura). E tutto è stato realizzato con le nuove linee guida, in termini sia di recapito che di sicurezza fisica, frutto di un lavoro di condivisione e confronto continuo con i colleghi delle strutture di PCL, tra cui **Valeria Bavaro** oggi Responsabile della RAM, e di Tutela Aziendale, tra cui **Venere Di Gennaro**, Specialista Sicurezza Fisica e Certificatrice TAPA FSR (standard internazionale security sedi logistiche), e **Alberto Dolciotti**, Coordinatore Marche Umbria di Sicurezza Lavoro. La Mensitiere ci tiene a ricordare come siano cresciute le quote rosa nel suo settore, grazie a tre brillanti ingegneri: «Sono **Ilenia Bramucci**, il building manager della Filiale di Macerata, la più colpita dal sisma; **Laura Nisi**, che segue i lavori di ingegneria più importanti, tra cui la facciata di Ascoli, e collabora alla redazione diffusa sul territorio; **Claudia Lauri**, che in ambito sostenibilità segue l'importante progetto aziendale che mira a dotare tutti gli Uffici Postali di lampade con tecnologia led». In tema green, c'è anche un ingegnere, **Fabrizio Boriani**, che, in ambito della Macro Area, si occupa della predisposizione delle colonnine di ricarica di tutti i mezzi elettrici e del progetto che prende il via quest'anno relativamente al fotovoltaico. In tema di pari opportunità c'è un numero molto interessante che vale la pena di evidenziare, e riguarda

La piattaforma per prenotare i vaccini Un gesto semplice che vale una vita

I palmari dei portalettere e 242 ATM sono a disposizione dei marchigiani: «Le persone hanno bisogno di noi»



La DUP di Comunanza, Manuela Castelletti, con la madre che ha prenotato il vaccino all'ATM. Sotto, Simone Troiani prenota il vaccino per un cliente nel comune di Filottrano

I cittadini delle Marche sono stati tra i primi, fin dalla prima metà di febbraio, a poter prenotare il vaccino tramite la piattaforma di Poste Italiane. Chi non si è servito del call center o del sito, ha potuto sfruttare il rapporto diretto con i nostri portalettere o servirsi dei 242 ATM Postamat abilitati al servizio sul territorio regionale inserendo la tessera sanitaria. Simone Troiani, portalettere del Comune di Filottrano, in provincia di Ancona, racconta: «Nonostante le difficoltà e tutte le cautele e precauzioni del caso nell'approcciarsi con la gente, specialmente con chi è più fragile come gli anziani, ho toccato con mano quanto le persone abbiano bisogno, soprattutto in questo momento di incertezza e preoccupazione, di un gesto semplice ma concreto come quello del postino che non va via frettolosamente dopo aver fatto la consegna, ma si ferma per qualche minuto, scambia due parole, prova a trovare una data utile per il vaccino e riparte felice di aver dato un piccolo contributo in un momento che sta segnando la vita di tutti». In provincia di Ascoli, la

direttrice dell'Ufficio Postale di Comunanza, Manuela Castelletti, ha potuto testare il servizio di prenotazione del vaccino tramite ATM grazie a un cliente a lei molto vicino: la mamma, che si è prestata a sperimentare il regolare funzionamento il giorno prima dell'attivazione su tutto il territorio. Tessera sanitaria alla mano, ha potuto ritirare soddisfatta il ticket con la data del suo appuntamento con il vaccino.



Ascoli: è donna oltre il 75% dei DUP degli Uffici più importanti (Centrali, Relazione e Standard), così come buona parte di sportellisti e consulenti dei 55 Uffici Postali di questa Filiale.

Oltre Poste

Ci sono storie di Poste e storie oltre Poste. Sempre ad Ascoli c'è la bella realtà di **Claudio Michetti**, Specialista Infrastrutture e Logistica, apprezzato scultore le cui opere sono presenti anche lungo il molo Sud del Porto di San Benedetto del Tronto. Ma non è l'unico collega di Poste che, oltre all'impegno professionale, si è distinto nelle proprie passioni o per senso civico: **Maurizio Zamponi** (SCF), atleta paralimpico e oggi arbitro nelle Paralimpiadi; **Valentina Da Col** (Referente Finanziamenti), palla-

volista che ha vestito l'Azzurro; **Roberto Tabarretti** (Operatore di Sportello), che presta servizio come volontario della Croce Rossa; **Antonella Pizzolla** (Consulente Mobile), che fa parte del Centro anti violenza sulle Donne "Il Faro", di Macerata. Queste sono le Marche, le Marche di Poste Italiane. Mi viene da pensare a un adagio che molti anni fa ho sentito una mattina in un bar di Ancona: «Il Signore manna 'l freddo secondo i panni», che fuor di metafora possiamo far diventare «il Signore ci mette alla prova ognuno secondo le proprie capacità». A giudicare da quelle a cui sono stati sottoposti i nostri colleghi, e tutti i marchigiani, e da come si sono rialzati, non c'è da avere dubbi sul fatto che in questa terra vivano persone che possono essere un modello per tutti noi.

passione filatelia

Parla il maestro Bruno Prosdocimi, vignettista e autore di francobolli di successo

«Il francobollo è testimone della storia e della società»

Sessanta anni di carriera per l'artista, che ha cominciato come disegnatore Disney e ha firmato, di recente, le creazioni per il Natale e per ricordare i dieci anni dalla scomparsa di Sandra Mondaini e Raimondo Vianello: «Sono lasciati per le generazioni future»

di MARIANGELA BRUNO



Sessanta anni di carriera per Bruno Prosdocimi, artista veronese, un passato da disegnatore Disney. Dalla sua matita uscirono: la tessera del Club di Topolino, il gioco della tombola disneiana, il gioco dell'oca

e le carte. Celebre anche la collaborazione la Panini per la quale realizzò le figurine dei cantanti e calciatori delle famose raccolte e, sull'Arena di Verona, i disegni dei grandi protagonisti del melodramma della stagione lirica scaligera. Prosdocimi ha di recente firmato due francobolli di successo come quello del Natale 2018 e quello dedicato a Sandra Mondaini e Raimondo Vianello nel decimo anniversario dalla loro morte. Ora parla con Postenews a pochi giorni dall'importante anniversario.

Maestro Prosdocimi, qual è oggi il valore sociale e culturale dei francobolli?

«Fin dalla sua nascita, oltre a rappresentare una semplice tassa da pagare per far arrivare a destinazione una missiva, il francobollo ha documentato la storia, per poi diventare esso stesso parte della storia. Col passare del tempo il francobollo ha aggiunto valore alla sua funzione principale diventando testimone di eventi o personaggi che segnavano l'umanità. Grande parte ha avuto e ha il collezionismo che è riuscito a farcene comprendere il valore, ma soprattutto ci ha insegnato che la cosa più importante è saperli leggere per poi capirne il significato e quindi anche l'utilità e l'importanza sociale che essi hanno avuto, pensiamo alle lettere dal fronte dei nostri italiani in guerra. Il ruolo sociale e culturale del francobollo oggi è, a mio parere, quello di continuare ad essere testimone dei tempi, anche dei nostri, che non sono certo facili, e consegnarli alle generazioni future».

Tra le sue creazioni, qual è il francobollo a cui è più affezionato e quale invece quello che ritiene più riuscito, non solo dal punto di vista artistico ma anche in termini di capacità di rappresentare un evento, un personaggio o un momento storico?

«Mi ha onorato molto e anche emozionato l'incarico datomi dal MISE per realizzare il francobollo per Natale 2018, era la prima volta che mi cimentavo in una simile impresa. Considerando anche l'aspetto tecnico, il formato più piccolo col quale avevo dovuto mettermi alla prova fino ad allora era quello delle figurine dei cantanti e dei calciatori, il francobollo era una novità, e per quanto rispetto e timore io abbia avuto nell'affrontarla l'ho fatto con l'entusiasmo



Il maestro Bruno Prosdocimi e alcune sue creazioni filateliche



che mi ha sempre accompagnato nelle nuove esperienze che per un artista devono essere uno stimolo alla ricerca, allo studio, e fare del suo meglio. L'emozione di quel primo bozzetto rimarrà sempre, come rimarrà la gioia per la realizzazione del secondo francobollo, dedicato a Sandra Mondaini e Raimondo Vianello nel decimo anno dalla loro morte. La vicinanza col loro mondo poteva giocare a mio favore ma sapevo che mi stavo sottoponendo al giudizio non solo da parte di coloro che avrebbero approvato o meno il mio bozzetto ma anche al giudizio della gente che li ha seguiti e tanto amati nelle loro esibizioni televisive e cinematografiche, non da ultimo l'aspetto tecnico delle dimensioni per le quali ho dovuto fare appello alla mia capacità di sintesi. Pare che l'operazione sia riuscita



e il suo autore, mio padre mi ha educato a vedere ed apprezzare il bello, perché mi potessi formare un gusto artistico, alle nuove generazioni auguro altrettanto e così per i francobolli ci sarà un grande avvenire».

A suo parere, come si possono avvicinare i giovani, sempre più propensi a consumi digitali e "usa e getta", al mondo della filatelia?

«È molto difficile rispondere a questa sua domanda, perché dovrei addentrarmi in analisi sociali molto complesse che lascio fare a persone più autorevoli di me in questo campo. Mi limiterò a dire che questi nuovi strumenti di comunicazione digitale si sono rivelati indispensabili, l'emergenza sanitaria che stiamo vivendo lo ha dimostrato, basti pensare allo smart working, e alla didattica a distanza. È vero che i ragazzi di oggi sono consumatori "usa e getta" ma non hanno colpe in questo senso perché sono figli del loro tempo. La riscoperta del francobollo per le nuove generazioni è sicuramente possibile ma dovrà passare attraverso la conoscenza, diamo loro dunque questa possibilità. Secondo il mio modesto parere la filatelia non dovrebbe essere solo una passione ma un modo per leggere la storia narrata nei più diversi argomenti, Poste Italiane insegna, con le sue pubblicazioni. Spero, che appena sarà possibile, si ritorni ad organizzare e frequentare i convegni filatelici che grande ruolo hanno avuto nella divulgazione di questa materia e così anche i giovani potranno avvicinarsi a questo affascinante mondo lontano dai clic, ben vengano dunque tutte le iniziative atte a promuoverla, anche quelle come il Postcrossing che usa cartoline e francobolli veri e non digitali».

Nei prossimi mesi sarà emesso un francobollo dedicato alle Professioni sanitarie. Quando tutto sarà finito, il ricordo della pandemia potrà diventare una fonte di ispirazione per gli artisti? Quali omaggi filatelici si possono immaginare?

«Bellissima anche l'iniziativa per il francobollo dedicato alle Professioni Sanitarie, nell'espletare la sua funzione socio-culturale un francobollo contribuirà a consegnare alla storia il racconto del triste momento che ci vede coinvolti in una pandemia. Anche il mondo dell'arte è e sarà sensibile rispetto a tutto ciò che sta accadendo, non so quando, ma sono sicuro che gli artisti, nei modi più personali e congeniali, riverteranno nelle creazioni future ciò che su di loro ha prodotto l'esperienza diretta o indiretta di questa situazione».



visto il riscontro anche della stampa nazionale e questo mi fa molto piacere. Ecco perché, seppur per motivi diversi, amo allo stesso modo entrambi i francobolli».

Dal punto di vista puramente artistico, ritiene che il francobollo possa avere un futuro come oggetto da riscoprire e tramandare? Quale vitalità ci possiamo aspettare nel futuro?

«Io sono figlio di un filatelico e ricordo ancora quei momenti passati con mio padre a "guardare e non toccare" quelle piccole opere d'arte, ricordo come me ne facevo apprezzare la fattura, l'argomento trattato

poste e il calcio

Intervista ad Antonio Cabrini, campione del mondo nel 1982

«Ricevevo così tante lettere che Poste mi regalò un timbro»

Il ricordo di un omaggio simbolico ricevuto come cliente fedelissimo. Ai tempi del "Bell'Antonio" le ammiratrici lo inondavano di richieste: «Le davo a mia madre, che rispondeva al mio posto»
Il legame con la Juventus, con Agnelli e con Guttuso, che disegnò il francobollo Mundial

di **FRANCESCA TURCO**



Testa, cuore, gambe: questo è il motto di Antonio Cabrini, simbolo di un calcio a cui veniva riconosciuto uno straordinario valore tecnico e umano. È il campione del mondo che, assieme ai suoi

eroici compagni, ha scritto pagine memorabili per il calcio azzurro. Ma era anche il "fidanzato d'Italia" o "il Bell'Antonio", quando, su quella fascia, vinceva tutto con la maglia dell'amata Juventus. Ed è proprio dalle emozioni in bianconero che inizia la chiacchierata di Postenews con il campione, oggi 63enne.

Antonio, si diceva spesso che la Juve fosse uno stile, dentro e fuori dal campo: ci spieghi cos'era lo stile-Juve?

«Non parlerei tanto di stile-Juve, ma di DNA bianconero. È qualcosa che ti rimane dentro, anche quando non fai più parte dell'ambiente. È qualcosa di vincente, che ti spinge sempre a voler raggiungere il massimo traguardo. Io, della Juve, non sono solo tifoso: mi sento un suo amante. Con la Juventus sono cresciuto, lì ho passato gli anni più belli della mia vita. Ho dato il meglio di me e, a volte, sono anche andato oltre».

Ex terzino, ex "fidanzato d'Italia", oggi coach: qual è il ruolo che ti stuzzica di più?

«Oggi sono il presidente di Azzurri Legends della FIGC, la squadra formata dai campioni che hanno scritto la storia della Nazionale e svolgo il ruolo di mental coach per varie aziende italiane. I ruoli che mi stuzzicano di più sono sempre gli ultimi che interpreto. Io guardo sempre avanti».

La cosa che colpisce di te, è che sei rimasto una persona umile. Anche nel ricordare i tuoi successi.

«Io ricordo tutto. Anche un torneo che vinsi con la Cre-

monese quando ero poco più di un bambino. Poi ci sono i tanti trionfi con la mia Juventus. Sul Mondiale in Spagna, i maligni mi chiedono del rigore fallito nella finale contro la Germania. Ma, che diamine, io preferisco ricordare il gol che feci all'Argentina! Forse il più importante della mia carriera».

In quegli anni eri il "Bell'Antonio", soprannome che ti diede Gianni Brera.

«Ma io sono sempre stato "Cabrino": così mi chiamò il mio primo allenatore e in quel soprannome mi sono sempre

Antonio Cabrini, campione del mondo in azzurro e bandiera della Juventus.

Sopra, le mani di Zoff

sulla Coppa: il francobollo disegnato da Renato Guttuso per la vittoria al Mundial dell'82



identificato. Il "Bell'Antonio" non mi è mai piaciuto molto».

Tra le figure di grandi personaggi che ti è capitato di incontrare in carriera, c'è quella dell'Avvocato Agnelli. Lui era famoso per le continue domande che rivolgeva ai suoi giocatori. Ma c'era un problema, vero?

«Forse alludete al fatto che l'Avvocato mi telefonava alle 6 del mattino. E lo faceva anche con altri miei compagni della Juve. Voleva essere informato su tutto: su come stessi dopo un infortunio, su come avevo visto la Juve in campo. Un giorno Platini gli chiese di cambiare abitudini: "È un onore per me ricevere le sue chiamate - gli disse Michel - ma non potrebbe telefonarmi un po' più tardi?". Fu la prima volta che l'Avvocato accettò quella proposta. Una persona eccezionale, di un carisma incredibile».

C'è un'immagine che traduce la vostra vittoria ai Mondiali di Spagna '82: quella che ritrae, su un francobollo di Poste Italiane, le mani del capitano della nazionale, Dino Zoff, mentre innalzano la Coppa del Mondo

«Ricordo bene quel francobollo di Poste. Lo realizzò Renato Guttuso. Ancora oggi, nell'ammirarlo, mi emoziono. Sapete che Guttuso era mio amico? Una volta lo andai a trovare, a casa sua, nella villa sul lago di Varese. Il maestro stava dipingendo e mi chiese di invertire i ruoli: volle che fossi io a ritrarre lui. Ovviamente, i risultati furono disastrosi. Con la palla ai piedi ci sapevo fare, con un pennello in mano, un po' meno».

Quante lettere hai ricevuto dalle tue ammiratrici?

«Ricevevo pacchi di lettere, che giravo a mia madre. Era lei che rispondeva per me. A un certo punto, le Poste ci diedero il timbro, per fare prima. Ricordo ancora la simpatica motivazione: ad Antonio Cabrini, uno dei nostri clienti più fedeli».



pillole digitali

Il meglio delle interviste ai personaggi famosi che potete trovare su postenews.it



Sara Ricci

Ha recitato nelle soap opera "Vivere" e "Un posto al sole". Sara Ricci, che racconta: «A 20 anni, ho avuto un grande amore. Lui se ne andò a Venezia, per studiare architettura. Gli scrivevo molte lettere. Le inserivo in una busta che realizzavo con dei ritagli di giornale. Una vera forma d'arte, tra i miei ricordi più belli».



Giorgio Lupano

Giorgio Lupano, il ragioniere Cattaneo de "Il paradiso delle signore", racconta: «Nelle lettere c'è sempre qualcosa di intimo. Una lettera, per scriverla, bisogna "sentirla". Tornare oggi a questa forma di comunicazione così suggestiva farebbe bene a questa nostra società così distratta».



Elisabetta Pellini

«Sono un'amante delle cartoline. Non perdi l'intimità dello scrivere. A casa ne ho una collezione. In ogni posto nuovo che visito, ne spedisco una. In questo modo, riesco a mantenere vivo il ricordo dei luoghi in cui vado». Così Elisabetta Pellini, protagonista di fiction tv come "Incantesimo" e "Un medico in famiglia».

presente e futuro

Condivisione e interazione sono le parole d'ordine dell'attività di Corporate University

Il ruolo chiave della formazione per affrontare le sfide del futuro

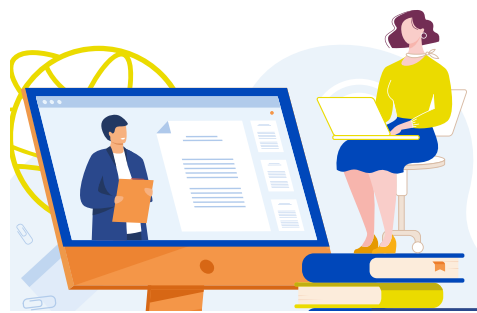
Nel 2020 l'adozione degli strumenti di didattica digitale e la maggiore autonomia nella fruizione dei contenuti hanno modificato la learning experience, gettando le basi per un approccio che mira a valorizzare le competenze tecniche e di comunicazione

di **BARBARA PERVERSI**



Il 2020 ha trasformato radicalmente le abitudini di tutti noi e ha messo a dura prova i modelli organizzativi di lavoro tradizionali. Scenari di mercato volatili e incerti, uniti all'impossibilità del contatto diretto e

al rispetto del distanziamento sociale, hanno spinto le aziende a cercare un "nuovo equilibrio" attraverso soluzioni innovative, considerate - fino a poco prima - apparentemente futuristiche. In un contesto così instabile, le Risorse Umane sono e saranno sempre più un change agent decisivo se riusciranno a cogliere e intercettare tempestivamente le opportunità di cambiamento che la realtà propone, trasformandole in soluzioni ad hoc. Si rende necessario un cambio di filosofia e di approccio al lavoro, avvenuto anche grazie alla capacità e la prontezza nel fornire nuove modalità di lavoro e strumenti adeguati: l'utilizzo di canali alternativi al tradizionale canale fisico, l'innovazione digitale, lo sviluppo del business della consegna dei pacchi legata all'e-commerce, i pagamenti digitali, la nascita di modelli di servizio con consulenza e vendita a distan-



za, i progetti di insourcing, l'apertura a nuovi business, lo smart working sono alcune delle risposte messe in campo da Poste Italiane.

Allenare le competenze

In questo processo di trasformazione, la Formazione ricopre un ruolo decisivo nel permettere alle nostre persone di "allenare" e arricchire le competenze attraverso una formazione continua e multidisciplinare. In tal senso, la strategia di Corporate University, in coerenza con gli obiettivi del piano industriale, mira a un potenziamento delle competenze, sia tecniche che manageriali, anche attraverso l'adozione di un nuovo modello di leadership. Il Piano di Formazione di Corporate University è finalizzato principalmente ad arricchire e rendere

sempre più gratificante, customizzata e immersiva la learning experience. Questo con l'adozione di nuovi strumenti di didattica digitale, attraverso meccanismi di gamification che favoriscono l'interazione tra i partecipanti e l'apprendimento con il gioco, creando contenuti auto consistenti - progettati in una logica di co-design - pronti per una fruizione rapida ed efficace, stimolando l'apprendimento in social learning e arricchendo l'employee experience.

Offerta formativa e Docenti interni

Verrà ampliata sempre più l'offerta formativa con nuovi contenuti per supportare lo sviluppo personale e professionale delle persone del Gruppo Poste Italiane, rafforzandone le competenze digitali anche grazie a corsi organizzati in specifiche "collane" a supporto del piano di Digital Transformation, come ad esempio il Piano Adoption 365. Le nuove sfide di mercato, che vedranno protagonista Poste, richiedono inoltre un nuovo approccio alla relazione con il cliente in un'ottica di multi-canali e omni-canali: ciò richiede al personale un mix di competenze tecniche, digitali e di comunicazione. La vera novità dell'anno è la possibilità di apprendere e aggiornare le proprie conoscenze e abilità scegliendo

in piena autonomia contenuti formativi in base ai propri bisogni di conoscenza e di fruizione in qualsiasi momento anche in mobilità. A supporto di questo paradigma formativo è stata lanciata, OLA - Open Learning Area, in cui i corsi e le aree tematiche sono disponibili a tutti e in continuo aggiornamento e implementazione; all'interno di OLA saranno disponibili community virtuali attraverso le quali sarà possibile il confronto e l'interazione per condividere contenuti e best practice. La strategia di Corporate University ha inoltre tra i suoi obiettivi primari quello di addestrare e sviluppare un corpo docente interno sempre più qualificato e competente anche attraverso una scuola di coach interna.

L'impegno di Corporate University

Nel corso del 2020, Corporate University ha coinvolto circa 19mila persone ogni giorno, per un totale di 5,9 milioni di ore di formazione erogate con una media pro-capite di 45 ore a livello di Gruppo. Altrettanto sfidanti sono gli obiettivi per il 2021 e il ruolo della formazione sarà sempre più centrale nel supportare gli obiettivi e le sfide del nuovo piano industriale, e il forte desiderio di rinascita e di ripresa economica del Paese.

WELFARE E DIVERSITY&INCLUSION

Fiducia, motivazione, resilienza nel welfare inclusivo di Poste

Mai come in questo periodo la società ha compreso il valore del welfare. Ancora di più in ottica aziendale, per accompagnare, ad azioni e servizi concreti, un investimento coerente e credibile sulle persone creando ingaggio e fiducia e generando identificazione con la cultura e i valori aziendali per liberare il potenziale innovativo presente nei singoli a prescindere dall'età, dallo stato di salute, dal ruolo e dalla condizione sociale. Poste lo ha compreso da tempo ed è impegnata ad assumere una sempre maggiore responsabilità nella cura del benessere delle proprie persone, attraverso azioni volte a consolidare il sistema di welfare con interventi a favore dei dipendenti e delle loro famiglie, unite a una crescente attenzione agli aspetti legati alla tutela della fragilità, alla conciliazione, al sostegno alle giovani generazioni e ai temi di integrazione e solidarietà sociale.

Le dorsali di intervento

Le politiche di welfare di Poste Italiane saranno sempre più improntate verso le

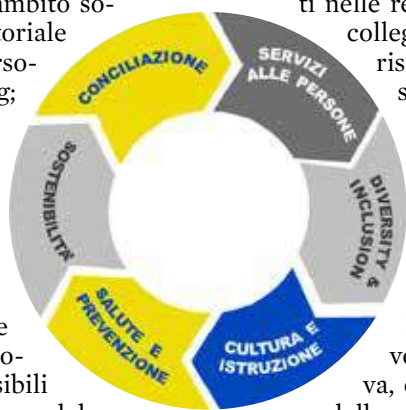
seguenti dorsali di intervento: adozione di una visione integrale della persona, che vada al di là della dimensione lavorativa e che si prenda carico del vissuto individuale, anche in ambito sociale, familiare, territoriale con una maggiore personalizzazione del caring; ascolto, valorizzazione delle diversità, inclusione degli apporti individuali in logica intergenerazionale; capacità di adattamento dinamico con meccanismi di work life adjustment attraverso soluzioni e risposte flessibili e modulabili in funzione del cambiamento dei bisogni delle persone e dell'organizzazione di riferimento; prossimità, per costruire meccanismi solidaristici e di aiuto con e tra le nostre persone e i principali stakeholder, per comprendere le loro esigenze, facilitare la vicinanza e la capacità di prendersi

cura dell'altro anche attraverso piani di volontariato d'impresa e sinergie con le comunità locali; coerenza di comportamenti da parte di tutti gli attori coinvolti nelle relazioni di lavoro (capi, colleghi, professionisti delle risorse umane), con messaggi credibili in grado di generare fiducia e convogliare motivazioni ed energie positive verso obiettivi comuni e condivisi.

Cultura inclusiva

La necessità di promuovere una cultura inclusiva, orientata alla centralità della persona, diventa un precursore per affrontare i cambiamenti e per generare innovazione, perché rende le persone più forti e ispirate, con benefici individuali e collettivi, anche in termini di brand reputation. La Diversity & Inclusion è stata, infatti, inserita tra gli otto pilastri della sostenibilità

aziendale e il 20 febbraio 2020 il CdA ha approvato la Policy su Diversity & Inclusion, individuando le dimensioni caratteristiche: genere, generazioni, disabilità, interculturalità. Per questo, sono stati avviati specifici progetti di ascolto attraverso la costituzione di gruppi di lavoro interfunzionali per ciascuna dimensione. Il piano comporterà il rafforzamento di una visione d'impresa sempre più inclusiva e sostenibile. Le azioni prioritarie, in parte già intraprese, saranno focalizzate su programmi di sensibilizzazione e formazione del personale per il superamento degli stereotipi comuni e dei bias prevalenti, sul sostegno alle fragilità, sull'alleanza tra le generazioni, sui meccanismi di conciliazione a favore dell'equilibrio di genere. Perché la diffusione di una cultura che ricerchi opportunità per tutti è la migliore risposta organizzativa alla complessità, in quanto educa le persone a confrontarsi con essa, le abitua a gestirne gli effetti e a cercare soluzioni, e dunque consolida comportamenti resilienti.



incontri e confronti

Leggi le news e gli approfondimenti del nostro magazine sul sito www.postenews.it

La passione per gli epistolari di Alessandro D'Avenia, autore de "L'arte di essere fragili"

«Le mie lettere a Leopardi come un dialogo tra amici Ora vorrei scrivere a Dante»

Il suo blog "profduelpuntozero" è un punto di riferimento per insegnanti e alunni: «Al padre della lingua chiederei di trasmetterci lo stesso amore che aveva lui per la nostra Italia»

La corrispondenza tra i suoi genitori è diventata un libro regalato per il loro anniversario



di ANGELO FERRACUTI

Scrittore, ha pubblicato romanzi e reportage narrativi tra i quali "Andare, camminare, lavorare" e l'ultimo "La metà del cielo". Scrive sul Venerdì di Repubblica, La lettura del Corriere della Sera e collabora ai programmi di Radio3

Alessandro D'Avenia, siciliano, è scrittore, sceneggiatore, e con il romanzo d'esordio "Bianca come il latte, rossa come il sangue" (Mondadori, 2010) ha subito conquistato il grande pubblico internazionale. Sono seguiti, tra gli altri, "Ciò che nessuno sa", "Ciò che inferno non è". D'Avenia scrive sul Corriere della Sera e cura il blog profduelpuntozero. Lo abbiamo incontrato in occasione dell'uscita del suo ultimo romanzo "L'appello" (Mondadori, 2020).

Quale è stato nel tempo il suo rapporto con la corrispondenza? Ci sono state delle lettere, scritte o ricevute, che hanno segnato momenti importanti della sua vita?

«Ne ho vissuto la trasformazione. Ho conosciuto l'esaltazione della lettera scritta a mano, quelle che ricevevo dai miei fratelli lontani dalla città natale, o che scrivevo io a familiari e amici. Per non parlare delle lettere d'amore... Conservavo tutte le lettere e amavo rileggerle periodicamente come una conversazione mai interrotta con l'interessato. Non dimenticherò mai quella di una lettrice che aveva deciso di suicidarsi. La corrispondenza che abbiamo intrattenuto ha interrotto il suo proposito ed è stata fonte di ispirazione per me. L'epistolario che ho amato di più è quello ritrovato in una cassa in soffitta: le lettere di corteggiamento dei miei genitori. Noi figli le abbiamo rimesse in ordine e rilegate in un libro che abbiamo regalato loro in un anniversario di matrimonio (ora sono 55): da quelle lettere dipende che io sia qui a rispondere a questa intervista».

Lei di recente ha scritto una lettera ai suoi colleghi professori, invitandoli a uccidere di meraviglia

gli allievi, di stupirli, e un libro, "L'arte di essere fragili". Come mai ha scelto la forma epistolare?

«L'arte di essere fragili è un epistolario immaginario intrattenuto con Leopardi. I motivi sono due: la lettera spinge a un "tatto" che rende la scrittura più calda e intima. Quel libro, infatti, non è un saggio, non ha il tono della lezione, né quello del diario, ma un vero e proprio dialogo fra amici fuori dallo spazio e dal tempo. Inoltre, la scrittura di una lettera dona nuova unità alla propria vita interiore quando è dispersa o distratta. In fondo quando scrivi una lettera il vero tu a cui ti rivolgi sei tu stesso, per poi far ascoltare quel discorso interiore al destinatario a cui affidi un pezzetto d'anima che lui conserverà».

Alessandro D'Avenia, scrittore e sceneggiatore



Nella sua storia di lettore e di scrittore, ci sono stati degli epistolari che l'hanno interessata?

«Tra le cose che amo di più leggere ci sono proprio gli epistolari. Le lettere tra Guido Gozzano e Amalia Guglielminetti, tra Leopardi e i suoi fratelli e amici, tra Dylan Thomas e le sue amanti, tra Zelda e Scott Fitzgerald, tra Kafka e Milena, tra Keats a Fanny, tra Ingeborg Bachmann e Paul Celan, tra Osip Mandel'stam e la moglie Nadežda... e ce ne sono molti altri. Perché? Perché ho scritto un libro di 36 storie d'amore di donne che hanno provato ad amare artisti, spesso basate su questi epistolari. Ogni storia è una storia d'amore. Inoltre, uno dei miei libri preferiti è un epistolario: "Lettere a un giovane poeta" di Rilke».

Immagino riceverà lettere da lettori e colleghi. Cosa le scrivono?

«Il rapporto epistolare con i lettori è intensissimo e se potessi mi dovrei dedicare solo a questo: il non riuscire a rispondere spesso mi fa sentire in colpa... Ma poi penso che ogni lettore ti scrive come un vecchio amico a cui tu hai già mandato una lunga lettera: il libro che ha appena letto. Mi scrivono di tutto: dai semplici complimenti a quanto la lettura li abbia liberati da alcune prigioni. Ricordo una bellissima lettera di un uomo che dopo aver letto un mio libro, "Cose che nessuno sa", aveva deciso di tornare dalla moglie da cui si era da poco allontanato in un momento di crisi».

A chi vorrebbe scrivere la sua prossima lettera in pubblico? E perché?

«A Dante, perché nell'anno in cui ricorrono i 700 anni dalla sua morte, vorrei che noi Italiani trovassimo un po' del suo amore per la nostra terra unica e bellissima, per Dio e un po' della sua forza di spirito per lottare contro le ingiustizie di questo nostro tempo e ricordarci che Inferno, Purgatorio e Paradiso non sono posti in cui si va, ma già ci sei qui, in base a come vivi».



L'ultimo libro (2020), attingendo da forme letterarie e linguaggi diversi, racconta di una classe di musica che diventa un'orchestra diretta da un maestro cieco



L'amore salva? È l'interrogativo fondante che l'autore si pone in apertura di queste pagine (2017), invitandoci a incamminarci alla ricerca di risposte



Sottotitolo "Come Leopardi può salvarti la vita". È in questo libro (2016) che D'Avenia dialoga con il poeta portando a compimento la sua missione di professore



Il romanzo (2016) quasi autobiografico dedicato alla figura di Padre Pino Puglisi, il parroco di Brancaccio assassinato dalla mafia nel 1993

dentro l'azienda

Le testimonianze dei partecipanti al progetto “Insourcing e Reimpiego” di Poste

«Così l'Azienda ha saputo valorizzare il nostro lavoro»

Ad oggi sono circa 300 le persone che hanno aderito a un percorso di valorizzazione e reimpiego finalizzato all'arricchimento e all'acquisizione di nuove competenze: «Grazie a questo supporto continuo ci sentiamo più motivati e ambiziosi nella nostra professionalità»

di ANGELO LOMBARDI



Procede spedito il progetto “Insourcing e Reimpiego” di Poste Italiane. L'iniziativa trova il suo principio cardine nella valorizzazione del capitale umano dell'Azienda.

Il progetto consiste infatti nel ricollocamento, in attività nuove o strategiche, di risorse precedentemente impiegate in altri settori produttivi. Ma non solo: “Insourcing e Reimpiego” ha la finalità di riportare al proprio interno alcune attività che negli ultimi anni erano state esternalizzate. Un'iniziativa che, oltre a svolgere un ruolo importante di inclusione sociale, potrà avere anche prospettive di sviluppo, intercettando attività nel settore dei servizi, in linea con l'avanzamento del processo di digitalizzazione del Paese. L'obiettivo del progetto è quello di gestire e valorizzare le persone, anche attraverso la formazione e lo sviluppo di nuove competenze, in un'ottica di crescita professionale e di flessibilità. Inoltre, il progetto è utile al reimpiego dei “lavoratori in condizione di fragilità” ai sensi delle vigenti disposizioni di legge che, non potendo effettuare attività presso le sedi aziendali a causa dell'emergenza sanitaria in corso, possono trovare differenti impieghi, che tutelino la loro salute e sicurezza.

Una grande opportunità

L'adesione al progetto è su base volontaria e, ad oggi, circa 300 persone sono state reimpiegate o sono in corso di inserimento su queste attività, attraverso un percorso di reskilling e formazione finalizzato all'arricchimento e all'acquisizione di nuove competenze. E i primi riscontri sembrano essere davvero positivi, almeno a sentire i pareri di chi è protagonista dell'iniziativa. È il caso di Reina Crespi, che da PCL è passata ad Assistenza Clienti Business, proprio nell'ambito del progetto “Insourcing e Reimpiego” di Poste Italiane: «Per me è stata una grande opportunità di lavoro – afferma la signora Crespi – inoltre lavorare in smart working mi consente di vivere una vita più elastica, dandomi al contempo sempre la possibilità di continuare a fare ciò che ho sempre amato, ossia aiutare il cliente a risolvere i suoi problemi. Pensavo, poi, che il rapporto diretto con gli altri colleghi mi mancasse di più: devo dire invece che, grazie alle moderne piattaforme di comunicazione che Poste ci ha messo a disposizione, posso continuare a interagire con i colleghi in modo quotidiano, tenendo così sempre alto il mio livello di produttività».

Un percorso di valorizzazione

C'è grande soddisfazione anche nelle parole di Beatrice Ottolini, che ora opera nell'Assistenza Clienti Reclami Finanziari: «Sono



Dall'alto, in senso orario, i quattro colleghi che hanno raccontato la loro esperienza fruttuosa legata all'inserimento nel progetto “Insourcing e Reimpiego” di Risorse Umane: Beatrice Ottolini, Claudio Angelini, Reina Crespi e Miriam Schiavone

stata inserita nel progetto “Insourcing e Reimpiego” dallo scorso mese di novembre – racconta Beatrice – e provenivo da AFC, dove si lavorava in ambienti completamente diversi. La cosa che mi ha più soddisfatta è

l'aver preso parte a dei corsi di formazione online davvero completi, che hanno accresciuto le mie competenze. Devo dire che l'Azienda mi ha seguita in modo adeguato, attraverso quotidiane attività di supporto. Anche oggi, se ho un dubbio, posso tranquillamente rivolgermi a una struttura agile e competente, in grado di coadiuvarmi nel migliore dei modi».

Una strategia lodevole

Un giudizio positivo lo fornisce anche Claudio Angelini: «Insourcing e Reimpiego – afferma – ha la finalità di riportare al proprio interno alcune attività che negli ultimi anni erano state esternalizzate. Trovo lodevole questa strategia aziendale, perché in questo modo, senza disperdere il capitale umano di Poste, si valorizza la professionalità di molti colleghi. Sono impegnato al Service Desk di Roma e questo lavoro ricalca appieno quelle che sono, da sempre, le mie competenze». Anche Miriam Schiavone si sintonizza sulla stessa lunghezza d'onda del collega: «Partecipo al progetto Insourcing e Reimpiego con entusiasmo – ci dice Miriam – sono al Service Desk di Bologna e questa nuova esperienza lavorativa mi sta permettendo di affinare le mie competenze. Adesso, per fare un esempio, ho una conoscenza completa di tutti i prodotti postali: un arricchimento professionale che mi consente anche di essere più motivata e ambiziosa sul lavoro».

CLIENTI FEDELISSIMI

Ultracentenari e digitali, auguri ai “nonni” di Poste



Luigi Quintieri nell'UP di Fagnano Castello

A 101 anni, il signor Luigi Quintieri ha deciso di regalarsi una Postepay Evolution per poter effettuare i pagamenti in maniera più sicura e farsi accreditare in modo facile e veloce le utenze domestiche. Siamo a Fagnano Castello, in provin-

cia di Cosenza. In questo piccolo comune lontano da tutto, Poste Italiane c'è e ha voluto omaggiare il suo storico cliente con una targa ricordo e un breve festeggiamento, per l'invidiabile traguardo raggiunto il 19 febbraio scorso, all'Ufficio Postale di Via Guglielmo Marconi 13. Il signor Quintieri ha voluto ringraziare la direttrice dell'Ufficio Postale perché «con pazienza e parole semplici ha risposto a tutte le mie domande su come utilizzare la carta, adesso sono un nonno digitale». «Per noi è motivo di orgoglio – ha commentato la Direttrice della filiale di Poste Italiane di Castrovillari, Teresa Cozzolino – poter condividere questo giorno di festa insieme a un nostro affezionatissimo cliente che ancora una volta ha riposto la propria fiducia nella nostra Azienda e, in particolare, in un prodotto come quello della Postepay Evolution che ormai rappresenta uno strumento facile, oltre che



Domenico Serra con la DUP di Lotzorai

utile e pratico da utilizzare nella nostra quotidianità».

Auguri a “Sonetto”

Il 20 febbraio è stato invece un giorno speciale nel comune sordo di Lotzorai, in

provincia di Nuoro. Il signor Domenico Serra, per tutti “Sonetto”, per via della sua grande passione per l'armonica a bocca, in occasione del suo 100esimo compleanno ha ricevuto la visita di Caterina Murgia, Direttrice dell'Ufficio Postale del paese, presso il quale oramai si reca da moltissimi anni, quasi quotidianamente, raggiungendolo a piedi, per riscuotere la sua pensione e per compiere altre operazioni allo sportello. Accolta con sorpresa e commozione dal neocentenario e dai suoi familiari, la Direttrice ha consegnato al festeggiato un piccolo omaggio filatelico e una targa per ricordare questa importante giornata della sua vita. Nel testo della targa, non solo i sentiti auguri per i cento anni compiuti ma anche un sincero riconoscimento per tutto il valore aggiunto emozionale che le “visite” del signor Domenico presso l'Ufficio Postale infondono ai dipendenti e spesso anche alla clientela presente.

Un sistema per misurare lo sviluppo delle competenze e per il miglioramento continuo

Sviluppare le performance per crescere insieme

Il modello pensato da Poste mette al centro le persone, con l'obiettivo di coinvolgere i dipendenti nella vita e nei risultati dell'Azienda. Gli strumenti di confronto e feedback, basati sulla collaborazione e la responsabilità, favoriscono la gestione flessibile degli obiettivi da raggiungere

di **MANUELA DEMARCO**



Puntare sulle persone è la carta vincente per superare le sfide sempre più complesse e imprevedibili che il mondo in cui viviamo ci chiama ad affrontare, a partire dalla storica crisi sanitaria e sociale che stiamo vivendo. Nuovi scenari che richiedono per tutti un cambio di prospettiva e che portano l'Azienda a ripensare metodi e approcci di lavoro che favoriscano autonomia, responsabilità e flessibilità.

Cambio di prospettiva

Nello scenario attuale, fatto di sfide sempre più complesse e imprevedibili, Poste Italiane ha guardato l'orizzonte da una prospettiva diversa da quella a cui eravamo abituati, introducendo nuovi processi di lavoro che permettano di governare il cambiamento. Un'evoluzione che interessa anche il nuovo sistema di valutazione delle performance, ridenominato Piano di Sviluppo delle Performance (PSP), già operativo per tutta la popolazione aziendale e declinato con approcci differenziati in base alla specificità delle funzioni. Una ridenominazione sostanziale che enfatizza il concetto di sviluppo, inteso come sviluppo delle competenze, della persona, della performance per il miglioramento continuo. Un modello che vede al centro le persone, con l'obiettivo di far ulteriormente crescere il valore dei dipendenti rendendoli sempre più coinvolti nella vita e nei risultati dell'Azienda.

Collaborazione e coinvolgimento

Coinvolgimento è dunque la parola chiave su cui si basa il nuovo Piano di Sviluppo delle Performance, che diviene uno strumento per promuovere l'ingaggio consapevole, la motivazione, la cultura del risultato e della collaborazione. Compe-



tenze che sono in linea con il nuovo Modello di Leadership, rivisto di recente per interpretare le evoluzioni del business, per favorire comportamenti organizzativi più aderenti alle sfide attuali e il raggiungimento degli obiettivi futuri. Coinvolgimento e partecipazione si ottengono rendendo ancora più chiari e trasparenti i legami tra obiettivi organizzativi e obiettivi individuali, rafforzando al tempo stesso i processi di comunicazione: persone più consapevoli del proprio ruolo, e del proprio potenziale di sviluppo e di crescita, sapranno infatti contribuire con maggiore partecipazione e competenza ai risultati aziendali. In questa nuova prospettiva, per coinvolgere e motivare le persone, la comunicazione e il confronto non vanno più limitati ad alcuni periodi

dell'anno, ma diventano una pratica continua e aperta, per consentire adattamenti e revisioni in tempo reale.

Costruire con il feedback

Una delle peculiarità del PSP è il feedback, inteso come strumento di crescita e di confronto costruttivo. Chiedere e dare feedback in un meccanismo non giudicante porta infatti allo sviluppo e al miglioramento continuo e reciproco. Si tratta di un cambiamento importante che favorisce il superamento della logica tradizionale della "rendicontazione" della prestazione: non più valutazione del passato e delle azioni già compiute, su cui non si può più intervenire, ma visuale sul futuro (feed-forward), concentrandosi sulle soluzioni e non sugli errori. Il fee-

back può essere dunque dato e richiesto in modo continuo, per confermare o riorientare le modalità di lavoro messe in campo.

Obiettivi SMART

Cambia anche il modo di fissare gli obiettivi, che devono essere SMART, acronimo che sciolto significa Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-based cioè specifico, misurabile, realizzabile, realistico e definito nel tempo. E anche la definizione degli obiettivi diviene un processo collaborativo e trasparente tra manager e collaboratori per promuovere una cultura orientata ai risultati: gli obiettivi devono essere fissati in modo chiaro e trasparente, per poi lavorare con un approccio basato sulla fiducia e sulla responsabilità. La flessibilità, alla base del nuovo processo, consente di avere un sistema sempre più aperto e dinamico, in grado di fissare e rivedere gli obiettivi in corso d'opera fornendo ulteriori feedback e informazioni utili per aiutare la crescita delle persone.

Una nuova piattaforma

Novità di quest'anno è anche la migrazione del Piano di Sviluppo delle Performance sulla nuova piattaforma tecnologica più flessibile e personalizzata. Si tratta di un sistema integrato per la gestione delle risorse umane, dove già i dipendenti possono accedere per la formazione aziendale, sviluppato in linea con il programma di Digital HR Transformation, volto a migliorare e semplificare il modo di lavorare di Poste Italiane.

Raccontare le novità

Per raccontare tutte queste innovazioni, è partita anche la campagna di comunicazione interna sulla intranet e sull'app NoidiPoste, con news e materiali multimediali dedicati, tra cui un video e una brochure digitale con le informazioni più rilevanti sul nuovo processo. La campagna mette in evidenza il principale obiettivo del Piano di Sviluppo delle Performance: il contributo che ciascuno può dare al raggiungimento degli obiettivi aziendali concorre non solo a sviluppare la performance complessiva dell'Azienda, ma anche quella individuale, della persona. «La tua crescita al centro dei risultati», recita la campagna in cui le persone sono protagoniste in un nuovo universo creato per crescere con collaborazione e responsabilità, attraverso strumenti di confronto e feedback continuo, di gestione flessibile degli obiettivi. Un sistema sempre aperto di interazione responsabile, che vive ben al di là del momento della valutazione, e dove, attraverso strumenti sempre accessibili, la partecipazione di ciascuno di noi assume valore di crescita. Un nuovo strumento per raggiungere i risultati della persona, del team, di Poste Italiane. Un nuovo modo per crescere, insieme. ●



ricordi di poste

L'orgoglio di chi è andato in pensione dopo una grandiosa avventura umana e professionale

Con Poste un legame profondo come il racconto di una vita

Anna Maria, Angelo, Mario Rosario e Daniela: le storie in prima persona della generazione che ha attraversato cambiamenti tecnologici e organizzativi senza mai far venire meno l'impegno, la disponibilità verso i clienti e il senso di appartenenza

In principio fu zia Paolina, sorella di mia nonna Nerina, ad entrare nelle Regie Poste, lasciando il suo lavoro di sarta. Era in corso la Prima Guerra Mondiale, gli uomini combattevano al fronte e molte donne presero i loro posti nei più disparati mestieri. La via era aperta: dopo di lei due sue nipoti, sorelle di mio padre, seguirono le orme della zia. Dirce era incantevole, il suo sorriso ammaliava i colleghi; si racconta che i furgonisti per vederla litigavano fra loro per disputarsi i servizi in concomitanza con i suoi turni di lavoro.

La sorella Gabriella ha lavorato 40 anni a Bologna Centro, che per lei, nubile e senza figli, era una seconda casa più che un ufficio. I suoi ricordi postali andavano dai pacchi alle risate con i colleghi, dalle raccomandate alle feste danzanti nelle quali ballava con il Direttore, virtuoso del liscio. Scherzando diceva: «Se scoppia la Terza Guerra Mondiale vengo richiamata in servizio». Ormai anziana e molto malata, qualche giorno prima di morire la andai a trovare all'ospedale: mi parlò per oltre un'ora della "sua" Posta e si era incredibilmente rianimata. Io sono stata la terza generazione di postali in famiglia. Da piccola volevo fare l'esploratrice, ma intanto collezionavo francobolli rigorosamente usati perché quelli nuovi costavano troppo. Contribuivano parenti, vicini di casa e... i cestini gettacarta di una ditta nei quali le impiegate buttavano via meravigliose buste provenienti dall'estero. Che dire? Ero predestinata. Feci il mio ingresso alle Poste in modo tutt'altro che trionfale, perché il giorno precedente ero andata dal dentista e mi si scatenò una emorragia gengivale. È andata bene, sono sopravvissuta 41 anni e 7 mesi fino al pensionamento, ho persino battuto zia Gabriella in anzianità di servizio. Ne è valsa la pena? Vi sono stati periodi di grande allegria e fervore lavorativo, altri invece critici, tuttavia ho realizzato la mia aspirazione infantile di fare l'esploratrice, però non di foreste ma di persone. Il contatto umano scaturito dal lavoro con il pubblico (in qualità di sportellista, di gestore di sala e di addetta allo sportello d'ascolto) mi ha di gran lunga gratificato, con emozioni ed esperienze, una vera



e propria Università di Vita. Soprattutto nei quattro anni in cui ho lavorato al Marketing-Relazioni Esterne della Filiale, l'Azienda mi ha concesso l'opportunità di esprimere la mia naturale creatività e di incontrare personaggi famosi: dello spettacolo, dell'arte, dello sport, delle Istituzioni. Ma sono gli umili, i diversi, gli anonimi, i "nessuno", con i loro pesanti carichi di solitudini, problemi, nevrosi, insofferenze, con il loro disperato bisogno di essere ascoltati e considerati, che mi porto nel cuore. Se sono riuscita a dare loro un piccolo aiuto, un sorriso, o anche solo pazienza, allora la risposta è sì, ne è valsa la pena. Sono in pensione da quasi sette anni, quando incontro casualmente i miei ex clienti essi mi salutano con calore. L'approccio è sempre lo stesso: «Oh, la signora della Posta!». Il senso di appartenenza all'Azienda rimane, come un marchio di fabbrica. Quando viaggio non posso fare a meno di curiosare negli Uffici Postali, che siano in Africa o in America Latina, in Sudest Asiatico o nei paesini sperduti d'Italia. Sempre mi qualifico e vengo bene accolta, davvero c'è questo senso di fratellanza mondiale. Il legame con parecchi colleghi è rimasto. Per festeggiare l'80° compleanno della mitica signora Bruna, una delle colonne portanti del nostro Ufficio, le fu organizzata una festa a sorpresa alla quale accorsero più di 80 lavoratori postali, alcuni addirittura da fuori provincia. E se qualcuno viene purtroppo a mancare, la triste notizia corre tra noi come un tam tam tribale e si propaga. Del resto siamo nati come Azienda di Comunicazioni e ci rappresenta Mercurio, il messaggero degli Dei. Dimenticavo: mio figlio ha fatto alcuni turni trimestrali alle Poste, hanno continuato a richiamarlo finché non ha trovato un lavoro a tempo indeterminato. Con lui siamo alla quarta generazione familiare. Vuoi mai che in futuro anche qualche nipotino. Nel frattempo, lunga vita alle Poste!



Anna Maria Galliani

Fui assunto, con regolare concorso nazionale, nel 1977. Primo ufficio: Capri centro. Che gioia: Capri! A Capri ero addetto al telegrafo e in un'epoca dove non esisteva il cellulare e le stesse telescriventi erano solo in Posta, tutte le prenotazioni degli Hotel dell'isola passavano per le mie mani; pure gli articoli di giornali che giornalisti di passaggio trasmettevano sfruttando il servizio telex a pagamento. Ho conosciuto personaggi pubblici, attori (Romolo Valli), scrittori (Alberto Moravia), personaggi storici (Edda Ciano, molto anziana), cantanti (Peppino di Capri). Dopo Capri, sono stato a Lacco Ameno, Napoli, San Sebastiano al Vesuvio, Erco-



lano, Cercola, Castelcisterna, Cicciano, Nola, Gargani, Tavernanovola, Napoli 74, Napoli 75, Portici, Torre del Greco, San Giorgio a Cremano 2, per finire a Comiziano fino alla pensione nel 2015 (dopo 36 anni di servizio). Molti altri uffici li ho visitati da sindacalista giovane. Che dire? Mamma Posta mi ha dato serenità economica, ma soprattutto ho svolto il mio lavoro in modo del tutto personale, mettendo a frutto gli insegnamenti del mio professore di Sociologia, Domenico De Masi, incontrato all'Istituto Universitario Orientale di Napoli. Allora ho trasformato, di fatto, il mio sportello postale in... osservatorio sociologico, in modo da avere un rapporto col pubblico, non monotono, sterile; ma empatico, interessante, culturale, senza nulla togliere alla velocità e

qualità del servizio stesso. Cosa che spesso mi è stata pubblicamente riconosciuta (anche con lettera alla Direzione Generale da parte di un cliente Avvocato).

Ai giovani colleghi mi permetto di dire: qualunque lavoro è... nobile; ma ci sono lavori che possono essere svolti, senza nulla togliere alla loro qualità, giocando! Allora, la pur inevitabile stanchezza, dopo sei ore di rapporto col pubblico, può essere resa "piacevole" come solo il gioco sa fare. A me è riuscito, per 36 anni, alla grande. Buon gioco!

Mario Rosario Celotto

Scriveteci i vostri ricordi per condividere le emozioni di una grande storia

Scrivete a redazionepostenews@posteitaliane.it per raccontare i vostri ricordi postali e rinnovare il vostro legame con l'Azienda. Condividere emozioni e pezzi di vita con gli ex colleghi di Poste ci aiuta a riunirci idealmente in un'unica grande famiglia e a ripercorrere, attraverso le nostre Persone, una grande storia.

Sono una delle tante impiegate che per tanti anni con onore e anche con sacrificio ha lavorato in Poste Italiane e, io spero, anche con competenza e responsabilità. Ho fatto una carriera "a rovescio": ho iniziato nella Direzione Compartimentale del Veneto, allora a Venezia Cannaregio, con ottime mansioni e sono finita, per scelta, in uno dei più piccoli Uffici monounità del Veneto, Barcarola. Ringrazio Poste Italiane per tutte le possibilità di crescita che ho avuto e per il lungo percorso che ho potuto fare e che mi ha dato la possibilità di conoscere varie realtà di Poste Italiane, come dicevo dal Compartimento alla Direzione Provinciale ai vari Uffici Postali che negli anni hanno cambiato anche i nomi identificativi e per i numerosi colleghi con i quali mantengo ottimi rapporti da lunghi anni. Forse non avrò portato ingenti guadagni all'Azienda, ma qualcosa sì, e pure dispensato tanti sorrisi, ma tanti tanti e spero gentilezza, con tutto il cuore. Avrei un libro da scrivere sulle tantissime cose successe in questi anni, troppo forte. Sono andata in pensione il 15 settembre dello scorso anno con i miei onorevoli 42 anni e tre mesi e sono contenta. Prima del lockdown di novembre sono riuscita a festeggiare con la famiglia e pochi cari e mia figlia mi ha regalato una finta pagina di PosteNews da lei creata in cui si parlava di "sgomento nel



mondo Poste" per il mio imminente abbandono. Ho pensato di inviarti io il mio saluto, la foto del mio ultimo minuto in ufficio e dello striscione che mi ha accolto quando sono tornata a casa. Di aneddoti ne ho tanti da raccontare: il mio piccolo ufficio monounità, per esempio, oltre ad essere veramente piccolo, non aveva protezioni di sicurezza. C'era un bancone con un piccolo vetro dietro al quale si accedeva per mezzo di uno sportellino tipo Saloon da Far West. L'unica sicurezza era il poter aprire la porta d'ingresso al pubblico tramite un pulsante posto sotto al bancone. Venne il giorno della rapina: aprii la porta a una bella ragazza che ha fatto entrare il compagno degnamente mascherato che derubò Poste Italiane di tutto ciò che c'era in cassa. Da allora stentavo a fare entrare le persone, a meno che non le conoscessi bene. Si presenta un giorno un...

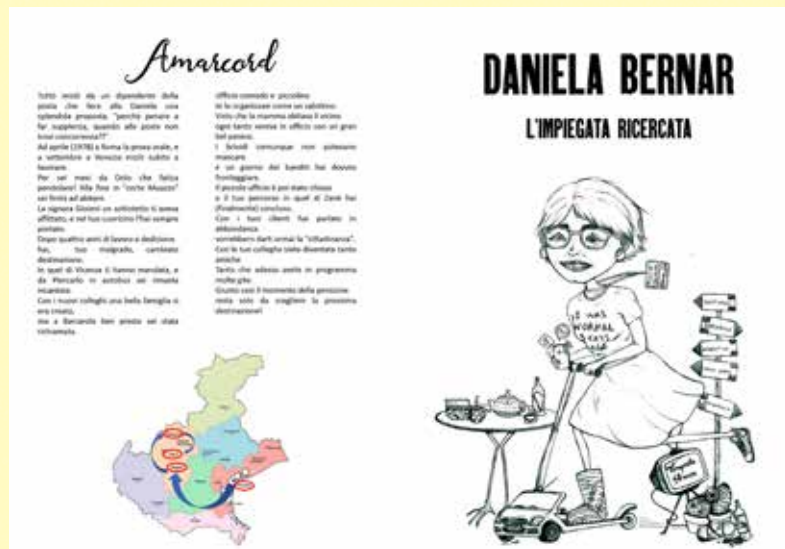
fraticello! Panico totale. Pensai: ecco... un rapinatore vestito da frate! Lo lasciai sulla porta un bel po'... poi mi decisi ad "affrontarlo": era veramente un frate! Ci siamo spiegati e ci abbiamo riso su! Un'altra volta, sempre nel piccolo ufficio, arrivò un anziano signore con un sacchetto di carta e mi disse: «Ti lascio questo, ci saranno circa trenta milioni, li ho a casa da tanto tempo. Mi hai sempre detto di fare un libretto postale: ora sono venuto a farlo, io intanto vado al bar poi

torno a prenderlo. L'ho fatto fermare lì, abbiamo contato i soldi... erano più di trentacinque milioni di lire... quasi tutti da cinquantamila... di una serie scaduta! E noi non potevamo accettarli ma le banche sì. Senza fargli capire il problema presi accordi con la banca di un paese vicino, aprii il libretto, feci il deposito... e il cambio del denaro! Questo è successo più di qualche anno fa ma tanto per far capire la fiducia che la gente ha nei confronti di Poste Italiane e del suo personale. Sono tante le storie che ho da raccontare e

sono felice di aver condiviso con voi un pezzettino della mia lunga storia in Poste Italiane.

Daniela Bernar, accanto con lo striscione che l'ha accolta a casa dopo "l'ultimo giorno"

Daniela Bernar



Sono stato assunto in Poste nel novembre del 1985. Sembra passato un secolo: eravamo una ventina di colleghi neoassunti, e tutti avevamo studiato diligentemente il testo unico degli impiegati civili dello Stato. Ricordo che trascorremmo qualche settimana a studiare insieme, scambiandoci notizie sulle precedenti esperienze, prima dell'assegnazione definitiva alle strutture organizzative. Questo periodo iniziale cementò amicizie che conservo tuttora. La gran parte di noi fu subito dopo applicata presso la Direzione Centrale Automazione e Meccanizzazione, in pratica gli odierni Sistemi Informativi, in sede centrale, mentre alcuni andarono sul territorio nelle Direzioni

Compartimentali (regionali). Erano tempi molto diversi da oggi: la maggior parte delle procedure informatiche erano sviluppate da personale interno, c'erano pochi programmatori "anziani" che avevano scritto i programmi alla base di sistemi fondamentali per l'azienda come i conti correnti, gli stipendi, il telex e tanto altro. C'era anche un notevole turn over: entrambi i miei diretti superiori furono promossi ad altri incarichi e mi ritrovai responsabile della sala macchine con tutte le procedure di produzione, a parte il bancoposta seguito da un collega più anziano. Nel 1988 spostammo l'intero Centro, tutti gli elaboratori e le unità a disco nel secondo interrato della sede di viale Europa.

Ricordo ancora l'emozione in un lunedì di agosto alla partenza dei sistemi trasferiti fisicamente durante il weekend precedente. Tutto aveva ripreso a funzionare regolarmente, compreso il tempo reale bancoposta: il nostro fiore all'occhiello! Fu una grande soddisfazione per tutti. L'evoluzione tecnica in quegli anni era davvero travolgente e molte erano le occasioni e gli stimoli per svolgere attività nuove, come ad esempio nell'automazione sul territorio (filiali e uffici postali), attraverso l'impiego degli strumenti che si affermavano in quel momento come i personal computer e le reti locali.

Organizzativamente il cambiamento era altrettanto rilevante; mi trovai ad essere incaricato insieme ad un collega e amico, di seguire l'attivazione della procedura automatizzata per la sottoscrizione dei titoli di Stato (che Poste era stata nel frattempo autorizzata a collocare tra i propri clienti). Tra l'altro fu uno dei primi casi di acquisizione di una procedura sviluppata per il mercato da una società fornitrice; c'è da sottolineare quanti erano i dubbi, in quel momento, soprattutto sul mantenimento e la manutenzione nel lungo periodo di un sistema sicuramente complesso e trapiantato come qualcosa di estraneo. D'altra parte si trattava dell'unico modo per entrare in un settore oggettivamente importantissimo. Fu poco dopo che, altro cambiamento, dal settore tecnico tornai nell'alveo finanziario forse più congeniale alla mia formazione, passando alla Divisione BancoPosta ad occuparmi

degli strumenti finanziari di investimento. In particolare mi occupavo degli ambiti operativo, amministrativo e anche fiscale, mantenendo inoltre il necessario legame con gli aspetti tecnici che continuavano ad essere curati dalla Direzione Sistemi Informativi (mi sembra che proprio in quel periodo assunse questa denominazione). Nell'Ufficio Titoli c'era molto lavoro di squadra, con una gran voglia di imparare e un forte spirito di servizio al cliente: provengono da quel gruppo diversi valenti quadri e dirigenti ancora in Azienda. Avevamo anche le nostre difficoltà che si traducevano in presidi notturni sulle lunghissime procedure "batch" o negli straordinari festivi "di gruppo" per completare le attività amministrative, regolarmente accompagnate da simpatici pranzi al sacco (c'era spesso un'ottima torta rustica con verdure, chissà chi la portava?). Di quel periodo ricordo anche, con grande piacere, l'incoraggiamento e la presenza costante del direttore della divisione Bancoposta. Qualche tempo dopo con la trasformazione in Poste Spa, insieme ad altri colleghi fui folgorato sulla via... del marketing, introdotto con grande energia dal management in quel periodo. Fu il cambiamento più significativo nel mio percorso lavorativo. Come nel caso di altri colleghi improvvisamente cominciammo a pensare al business in termini di prodotto; e contestualmente a focalizzarci maggiormente sulla capacità di generare ricavi e redditività dai servizi.

Da parte mia ebbi l'incarico di sviluppare i prodotti di finanziamento, in collaborazione con le banche e gli altri intermediari creditizi. Fu un periodo molto stimolante: lavorare in un campo completamente nuovo, attivando partnership con soggetti che per altri versi rimanevano competitori fu davvero una bella sfida. Anche il team era tutto nuovo, arricchito da due giovani ex direttori di Ufficio Postale trasferiti rispettivamente da Napoli e da Torino e poi da due brillanti neolaureate. Fu molto bello mettere il pista il Prestito e il Mutuo BancoPosta (ricordo ancora l'ansia relativa al naming dei due prodotti...) e poi le vendite a catalogo (con finanziamento) di Mondo BancoPosta. Fu allora che rafforzai la mia convinzione su quello che è il vero tratto distintivo della cultura aziendale postale e cioè il diffuso e radicato "senso di appartenenza" che si percepisce nella quotidianità dei comportamenti. E con l'appartenenza, la cultura del servizio al Paese e al territorio.

Dopo i finanziamenti, il nuovo impegno sugli accordi di servizio, stabiliti periodicamente tra le diverse funzioni aziendali e richiesti dalla normativa della Banca d'Italia, che in sostanza equipara l'attività BancoPosta a quella degli altri intermediari finanziari. Anche in questo caso mi sono trovato in un team di colleghi meraviglioso, impegnato con dedizione e costanza nella definizione, raccolta ed elaborazione dei dati degli indicatori contrattuali.

E ormai siamo arrivati a ieri, cioè al 2020 dominato dalla tragedia della pandemia, che ancora ci perseguita. Alla fine del mese di luglio ho lasciato Poste italiane, con un misto di tristezza (anche legata all'età che avanza) e una grandissima emozione.

Angelo Pucacco

borghi meravigliosi

La settima tappa del viaggio del giornalista Cesare Lanza

Sosta nel borgo di Asolo caro a Eleonora Duse

L'attrice scelse questo borgo a 30 km di Treviso come sua ultima dimora, oggi è una destinazione prediletta per gli amanti dell'enogastronomia che qui vengono alla ricerca della salsa peverada

Ogni mese Postenews racconta il viaggio di Cesare Lanza tra "I meravigliosi borghi" custodi della memoria e del patrimonio artistico del nostro Paese. La prefazione del libro del celebre giornalista è affidata al Condirettore Generale di Poste Italiane Giuseppe Lasco, a testimonianza dell'impegno della nostra Azienda per i Piccoli Comuni italiani. In questa settima tappa parliamo del borgo di Asolo.



Il borgo di Asolo, in provincia di Treviso

Siamo ad Asolo, in Veneto, in provincia di Treviso. Desidero dirvi subito che la storia di questo simpatico paese - diecimila abitanti circa - è inevitabilmente legata alla vita di tre grandi donne della storia. La prima: Caterina Cornaro, regina tra il 1400 ed il 1500 di Cipro, Armenia e Gerusalemme, che fece di Asolo un piccolo centro artistico. La seconda è Eleonora Duse, la grande attrice di teatro che

scelse il borgo come sua ultima dimora. Infine Freya Stark, scrittrice e fotografa inglese: oggi riposa poco lontano dall'attrice italiana. Ma come ci arriviamo, ad

Asolo, che si trova a una trentina di chilometri da Treviso? È consigliabile uscire al casello autostradale Treviso nord (A27 Venezia-Belluno) e prendere la strada statale per Montebelluna. Vi chiedete da cosa abbia avuto origine il nome? Dobbiamo risalire al primo secolo dopo Cristo, al latino Ace. Alcuni studiosi vi hanno ravvisato la radice indoeuropea ak, akappa, cioè un luogo aguzzo, in riferimento alla natura collinare del territorio o, più in particolare, al colle su cui sorge la rocca. Sette secoli avanti Cristo Asolo fu cristianizzata e divenne sede di una diocesi. E sul monte Ricco, dove oggi sorge la rocca, furono individuati i resti di un edificio di culto. Nel 1815 Asolo diviene austriaca come parte del Regno Lombardo-Vene-



Il francobollo dedicato al borgo di Asolo emesso nel 2005 e appartenente alla serie tematica "Il Patrimonio naturale e paesaggistico". Sopra, il libro di Cesare Lanza dal titolo "I meravigliosi borghi"

to. E nel 1866 passa, come tutto il Veneto, al Regno d'Italia. Dopo queste pillole di storia, scommetto che l'aria frizzantina vi avrà fatto venire voglia di un buon pranzo. E allora eccomi a voi. Un buon primo? Potete scegliere tra bigoli, gnocchi e tagliatelle col condimento che preferite. A seguire carne di anatre e oche, tacchini e conigli, e anche maiali: con la salsa peverada, tratta dalle frattaglie tritate e condite con abbondante pepe. Vi consiglio anche la speciale trippa "alla trevigiana", cotta a lungo in brodo di manzo.

LA NUOVA
APP POSTENEWS
TI RACCONTA
IL PAESE E LA
NOSTRA AZIENDA.



PN



DISPONIBILE SU
Google Play



Scarica su
App Store

io di poste

Le passioni, l'amore per la propria terra e per la cultura: ecco i nostri colleghi che uniscono alla loro professione di portalettere e operatori di sportello una vocazione da divulgatori

Racconto la musica e i suoi "vestiti"

Mi chiamo Paolo Mazzucchelli, sono nato a Lovere, in provincia di Bergamo, nel 1959. Sono appassionato e conoscitore di musica, da quarant'anni affianco la professione di portalettere in Valle Seriana a quella di programmatore e divulgatore culturale in campo musicale. Sono tra gli ideatori (nonché presidente dell'omonima Associazione Culturale) di Skossa, la manifestazione musicale che più ha segnato la scena musicale delle province di Bergamo e Brescia negli anni '90, a cui ho dedicato il libro "Skossa - diario 1989/2014". La passione per la musica e per la condivisione mi ha portato a ideare e realizzare decine di manifestazioni e rassegne, sempre a cavallo fra spettacolo e divulgazione. In particolare, "I Vestiti della Musica" è un viaggio alla riscoperta delle copertine dei dischi, della loro evoluzione da semplice e anonimo contenitore a icona, da elemento di marketing a espressione dell'evoluzione di un gruppo o di un artista. Una conferenza/spettacolo che vanta 150 repliche "in giro" per l'Italia, fra teatri, musei, scuole, centri culturali, rassegne, festival, istituti carcerari. Nel luglio 2017 ho dato alle stampe il libro "I Vestiti della Musica - Viaggio fra le meraviglie delle copertine dei dischi"



pubblicato in una prima edizione limitata da Ernyaldisko di Genova e, nell'autunno dello stesso anno, dall'editrice Stampa Alternativa. Dal 2017 ho iniziato a proporre le Degustazioni Musicali, serate monotematiche imperniate sulla storia della musica degli ultimi sessant'anni. Nel 2018 sono stato uno dei protagonisti del docufilm "Vinilici" in compagnia di Renzo Arbore, Carlo Verdone, Red Ronnie, Elio e Le Storie Tese e altri. Nello stesso anno ho realizzato, su richiesta dell'Assessorato alle Pari Opportunità del Comune di Brescia, una nuova conferenza/spettacolo dedicata all'immagine della donna nelle copertine dei dischi in relazione al percorso dell'emancipazione femminile; replicata con successo in diverse occasioni, l'iniziativa è divenuta ora, in versione espansa e più approfondita, un libro dal titolo "L'altra metà del pop - l'emancipazione femminile nelle più belle copertine dei dischi" pubblicato il 4 marzo 2021 dall'editrice Stampa Alternativa, con prefazione curata da Grazie Di Michele. Mi hanno definito "raccontatore di musica", appellativo che, con un sorriso, accetto ben volentieri.



Paolo Mazzucchelli

Portalettere
Valle Seriana (Bergamo)

Sul prossimo numero i finalisti di PosteQuiz

Saranno pubblicati sul prossimo numero di Postenews tutti i nomi dei finalisti del concorso PosteQuiz cominciato all'inizio del 2020 e arrivato il mese scorso alla sua tappa conclusiva. Le ultime dieci domande del nostro concorso, come di consueto, hanno attirato la curiosità e l'attenzione dei colleghi di tutta Italia, pronti a cimentarsi con quesiti sulla storia delle Poste e delle comunicazioni in Italia, sui temi della filatelia e del risparmio nonché su alcuni aspetti del costume nazionale legati alla nostra presenza costante e capillare sul territorio. È stata una lunga avventura per molti concorrenti, che hanno dimostrato con la loro partecipazione senso di appartenenza all'Azienda, cultura postale e affetto per il nostro magazine ripercorrendo insieme a noi molte tappe della storia unitaria del Paese. Arrivederci al mese prossimo per conoscere i nomi di chi ha risposto meglio alle nostre domande.

Nel Veneto di 100 anni fa

Mi chiamo Alessandra Eberle e sono operatrice di sportello all'Ufficio Postale di Pievebelvicino, in provincia di Vicenza. Sono entrata nella grande famiglia di Poste Italiane nel 1989 e ho lavorato in vari uffici della provincia. Sono una persona piuttosto riservata, mi piace tanto la montagna, camminare, esplorare luoghi sconosciuti e viaggiare in camper. Un'altra mia passione è la scrittura. Ho di recente pubblicato con la casa editrice Santelli il mio primo romanzo. Si tratta di una storia vera, un tuffo nel passato della mia terra, il Veneto di cento anni fa. Avevo una storia nel cuore, raccontatami da mia madre e l'ho arricchita cercando altre informazioni negli archivi parrocchiali, nell'Archivio di Stato e rispolverando i ricordi nei racconti degli anziani. È stata un'esperienza entusiasmante. È stato un viaggio diver-



so, in un tempo lento. Ho chiuso gli occhi e ho cercato di annusare la vita di una volta, di assaporare il profumo del latte appena munto, di ascoltare il silenzio vero e il canto delle stagioni. Ho avuto la gioia di fare un'intervista a un anziano signore di 106 anni (poco più giovane anagraficamente del protagonista della mia storia), padre di un cliente del nostro ufficio, che tra una risata e l'altra mi raccontava dei suoi giochi infantili, in cortile, inventati con il poco che aveva, delle corse nei prati e delle serate d'inverno trascorse in stalla per riscaldarsi. Ne è uscito il mio romanzo "Figlio di Nessuno", disponibile in libreria, sullo store Santelli e i canali online. È la storia di Giovanni, un eroe di altri tempi, una persona semplice, che ha combattuto e sofferto tanto nella sua vita, che ho avuto l'onore di avere come nonno.



Alessandra Eberle

Portalettere
Pievebelvicino (Vicenza)

C'È UNA FIBRA CHE CI UNISCE.

postemobilecasaultraveloce

F

Fibra

Naviga da casa in **Fibra fino a 1Gbps*** e, con la rete 4G, il **Wi-Fi ti segue dove vuoi**, senza limiti.

Hai **Modem Wi-Fi e chiavetta USB inclusi**.

Consegna, installazione e attivazione gratis in promozione.

Vai sulla intranet e scopri l'offerta ad un **prezzo esclusivo** dedicato ai **Dipendenti del Gruppo Poste Italiane!**

19,90€

in promozione
fino al
30/06/2021

~~30,90€~~



*Offerta soggetta a verifica di copertura geografica.

NoidiPoste



Postepay



Crescere sostenibili. CI IMPEGNIAMO OGNI GIORNO PER UN MONDO PIÙ VERDE, EVOLUTO E RISPETTOSO DEI DIRITTI DI TUTTI.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali.

PosteMobile Casa Ultraveloce è un servizio di PostePay S.p.A. - PosteMobile - Gruppo Poste Italiane. Qualora il Contratto sia concluso mediante tecniche di comunicazione a distanza, nel rispetto di quanto previsto dal Codice del Consumo il consumatore ha facoltà di esercitare il diritto di ripensamento entro 14 giorni dalla conclusione decorrenti dalla ricezione da parte del Cliente della conferma della Società e della copia del Contratto concluso su un mezzo durevole, da effettuarsi al momento della conclusione del Contratto o al più tardi entro 10 (dieci) giorni lavorativi dalla sua definizione e comunque, in ogni caso, prima dell'attivazione della fornitura. L'offerta è soggetta a verifica di copertura geografica e, in base alla copertura presso l'indirizzo indicato alla sottoscrizione, prevede uno dei seguenti profili di rete: FTTH con velocità in download fino a 1Gbps e in upload fino a 300Mbps; FTTC in tecnologia EVDSL con velocità in download fino a 200Mbps e fino a 20Mbps in upload; connessione FTTE in tecnologia VDSL2 con velocità in download fino a 100Mbps e in upload fino a 20Mbps. L'offerta include un modem Wi-Fi e una chiavetta USB 4G, concessi in comodato d'uso per l'intera durata contrattuale, con una carta SIM PosteMobile che eroga l'accesso a internet 4G previa copertura di rete della SIM PosteMobile. A meri fini indicativi la velocità massima in download per il 4G è 150Mbps e 42Mbps per il 3G. La velocità di connessione dipende anche dalla congestione della rete, dalla copertura di zona, dal sistema operativo e dal browser utilizzato, dal numero di richieste alla pagina web visitata e dalle caratteristiche del server che ospita la pagina. La carta SIM non è abilitata al traffico voce/SMS e dati in roaming. Il cliente è tenuto ad un uso lecito, corretto e in buona fede del servizio. Le tariffe indicate (IVA incl.) sono valide per attivazioni entro il 30/06/2021. I corrispettivi sono fatturati a intervalli bimestrali e l'imposta di bollo, pari a 16€, è rateizzata in 8 fatture. In caso di cessazione del rapporto contrattuale i dispositivi dovranno essere restituiti entro 60 giorni a cura e spese del Cliente. Consegna e prima installazione, configurazione e collegamento, saranno effettuati da un tecnico specializzato presso il domicilio indicato dal Cliente. Per l'accesso ad Internet, il Modem Wi-Fi deve essere collegato alla rete elettrica. Non è garantito il funzionamento di servizi o apparati terzi basati su linea telefonica tradizionale (es: fax, allarmi, telesoccorso). Per le condizioni economiche e contrattuali del servizio, per informazioni su limitazioni, modalità di esercizio di eventuali reclami e recesso consulta la documentazione sulla intranet aziendale. Maggiori informazioni su offerta, profili di rete, servizi, tariffe, prodotti al numero gratuito 800.80.79.60