

4.3 SERVIZI ASSICURATIVI

L'area di business assicurativa è presidiata da Poste Vita SpA, controllata al 100% da Poste Italiane SpA. La Compagnia opera nel settore assicurativo Vita dei rami ministeriali I, III e V attraverso i circa 9mila Uffici Postali della rete di Poste Italiane abilitati al collocamento delle polizze (in cui operano circa 16mila addetti abilitati alla commercializzazione di polizze assicurative) e, a partire dal secondo semestre del 2007, è stata autorizzata dall'Isvap a estendere l'esercizio dell'attività assicurativa infortuni e malattia (rami ministeriali I e II danni). La Società controlla al 100% Poste Assicura SpA, società di servizi assicurativi, forniti alle società del Gruppo. Possiede inoltre una compartecipazione del 45% con la Capogruppo nel capitale sociale di Europa Gestioni Immobiliari SpA.

4.3.1 OFFERTA COMMERCIALE

Nel difficile scenario che ha caratterizzato i mercati finanziari nel 2008, le scelte della Compagnia, sono state orientate a dare continuità e concreta attuazione agli obiettivi strategici indicati nel piano triennale che prevedono il mantenimento di una raccolta sostanzialmente incentrata sul Ramo I e una forte focalizzazione verso l'offerta previdenziale nonché verso il più generale mercato della tutela della persona.

Sul Ramo I, sono stati lanciati nel corso del 2008 un nuovo prodotto a marcato contenuto assicurativo denominato Postafuturo Multiutile, destinato sia all'investimento sia all'accumulo, che integra i tradizionali contenuti finanziari di un prodotto collegato ad una gestione separata con specifiche garanzie complementari nei rami infortuni e malattie e altri due prodotti "a campagna", con caratteristiche più finanziarie ma sempre con le protezioni di natura assicurativa offerte dalla Compagnia. In ottobre, è stato poi lanciato, seppure su un limitato numero di Uffici, il primo prodotto di rischio, "Affetti Protetti", polizza temporanea caso morte, la cui commercializzazione estesa a tutti gli Uffici Postali è iniziata con successo nei primi giorni del 2009.

Per quanto riguarda il Ramo III, sono state lanciate due Index linked (Riserva attiva e Stereo), caratterizzate dalla presenza di cedole annue. Peraltro, avuto riguardo a taluni strumenti finanziari sottostanti le polizze index-linked emesse nel periodo 2001-2002 dalla Programma Dinamico SpA, veicolo ex Legge 130/99 che rientra nella definizione di controllo prevista dal combinato disposto dallo IAS 27 e SIC 12, la Compagnia, come argomentato nel paragrafo sulla gestione dei rischi, nel mese di dicembre ha proposto ai sottoscrittori un'operazione di trasformazione di tali strumenti in un prodotto di Ramo I con rendimento minimo garantito, in modo da consentire la revisione, nel nuovo scenario, dell'esposizione di rischio assunta dalla clientela.

Per quanto riguarda il mercato della previdenza, la Compagnia ha registrato, in controtendenza sul mercato un'ottima performance; il prodotto PIP Postaprevidenza Valore ha conseguito performance finanziarie che hanno permesso di riconoscere rendimenti netti sui versamenti degli aderenti superiori al benchmark tipico di questo settore che è il rendimento del TFR.

4.3.2 RISULTATI

Nel difficile scenario del mercato assicurativo, Poste Vita ha operato secondo una propria direzione che è risultata premiante; a fronte infatti di una flessione del mercato italiano della nuova produzione polizze vita del 18,5%, la Compagnia ha sostanzialmente chiuso allo stesso livello del 2007 con 5.523 milioni di euro di premi emessi (-0,2% rispetto al 2007 in cui le polizze collocate sono state 5.535 milioni di euro).

Le riserve tecniche, calcolate analiticamente per ogni contratto in osservanza delle leggi in materia e sulla base di appropriate assunzioni attuariali, ammontano complessivamente a 31,5 miliardi di euro registrando una crescita di

circa il 10% rispetto al 2007. In particolare, le riserve tecniche dei Rami Danni e Vita sono 20.908 a milioni di euro (18.119 milioni di euro nel 2007) con un incremento del 15% rispetto ai valori del 31 dicembre 2007 e con un'incidenza del 66% sulle riserve complessive. Sono costituite per far fronte a tutti gli impegni della Compagnia e includono la riserva matematica (20.780 milioni di euro), la riserva per somme da pagare (35 milioni di euro) e altre riserve tecniche (93 milioni di euro).

Le riserve tecniche costituite a fronte dei prodotti di Ramo III, Index e Unit linked, allorché il rischio d'investimento è a carico dagli assicurati, ammontano complessivamente a 10.578 milioni di euro con un incremento del 2% rispetto al 2007 (10.745 nel 2007) e con un'incidenza sulle riserve complessive del 34%.

Gli investimenti di classe C, effettuati prevalentemente a copertura delle obbligazioni contrattuali assunte nei confronti degli assicurati, sono cresciuti passando da 18.253 milioni di euro di inizio d'anno a 20.016 milioni di euro di fine 2008, di cui il 92,7% (18.561 milioni di euro) investito in obbligazioni e altri titoli a reddito fisso, a conferma della strategia di gestione improntata alla massima prudenza.

4.4 ALTRI SERVIZI

Il segmento altri servizi accoglie attività complementari svolte da Poste Italiane e attività esercitate da alcune società del Gruppo (tra cui BancoPosta Fondi SpA SGR, EGI SpA, Postecom SpA, PosteShop SpA, Poste Link SCRL, Poste Mobile SpA e Poste Energia SpA).

4.4.1 OFFERTA COMMERCIALE

POSTE ITALIANE SpA

Servizi al cittadino

Nell'ambito delle attività a sostegno dei cittadini, Poste Italiane ha aderito al progetto **Reti amiche**, promosso dal Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione fornendo supporto logistico e tecnologico per favorire l'accesso dei cittadini ai servizi e alle risorse pubbliche. Il protocollo d'intesa stabilisce che la Società assicuri, in questa prima fase, l'operatività dei servizi di rilascio e rinnovo passaporti e permessi di soggiorno, di riscossione dei contributi previdenziali, di riscossione dei bollettini per l'assicurazione contro gli infortuni domestici e servizi Inps Card, attraverso l'attività dei 5470 Uffici Postali dotati di "Sportello Amico". È stato altresì avviato un processo di specializzazione del canale "Sportello Amico" con l'individuazione di 830 Uffici Postali a elevato potenziale su cui focalizzare l'azione commerciale verso il target "etnico". Continuano, in tal senso, le attività legate al progetto di gestione delle richieste di rilascio e rinnovo dei permessi di soggiorno (**Emersione Lavoratori Immigrati (ELI 2)**) sorto con la stipula della convenzione con il Ministero dell'Interno per facilitare la presentazione e la trasmissione delle istanze per la regolarizzazione dei lavoratori extracomunitari. Nel corso del 2008 sono stati avviati gli sviluppi necessari alla realizzazione della soluzione applicativa che consentirà di convocare lo straniero direttamente in fase di accettazione presso l'Ufficio Postale, rilasciando così una ricevuta indicante i dati necessari per le attività da condurre in Questura.

Continuano le iniziative legate alla fornitura di servizi di gestione documentale **Mail Room** (raccolta centralizzata della corrispondenza in ingresso e sua protocollazione elettronica) sorte in virtù di accordi commerciali con istituti ed enti della Pubblica Amministrazione centrale e locale (tra cui Ministero della Salute, INPS, Guardia di Finanza). È stato altresì realizzato il progetto "Bonus Adozioni" in collaborazione con la Commissione Adozioni Internazionali, a favore di coniugi che al 31 dicembre 2007 hanno attivo un procedimento di adozione internazionale.

La vocazione al territorio propria di Poste Italiane ha consentito di sviluppare negli anni una molteplicità di rapporti con la Pubblica Amministrazione e di offrire, accanto alle attività strettamente correlate al business aziendale, una serie di servizi che nascono dalla volontà di proporsi come la più grande rete di ascolto per tutti i cittadini. È proseguita in tal senso l'offerta di servizi finalizzati a migliorare il rapporto tra cittadino, imprese e Pubblica Amministrazione; il Gruppo ha infatti risposto alle indicazioni del CNIPA (Centro Nazionale Informatico della Pubblica Amministrazione) realizzando soluzioni integrate di prodotti e servizi per il miglioramento della performance della PA, per l'innovazione nei servizi per cittadini e imprese e per l'innovazione nelle tecnologie dell'informazione e delle telecomunicazioni.

Nel mese di dicembre infine Poste Italiane, in collaborazione con il Ministero dell'Economia e delle Finanze, ha attivato presso 9.342 Uffici Postali il servizio di consegna della **Carta Acquisti (Social card)** destinata ai cittadini che ne fanno richiesta e che hanno i requisiti di legge, utilizzabile per il sostegno della spesa alimentare e dell'onere per le bollette della luce e del gas. Al 31 dicembre 2008 sono state consegnate presso la rete degli Uffici Postali circa 520mila carte,

un importante risultato a cui l'Azienda è pervenuta anche grazie all'impegno profuso in termini di creazione e modulazione di applicativi inerenti alla gestione tecnico/finanziaria della carta.

BANCOPOSTA FONDI SpA SGR

BancoPosta Fondi SpA SGR è la Società di Gestione del Risparmio del Gruppo Poste Italiane che svolge attività di gestione collettiva del risparmio e di gestione su base individuale di portafogli di investimento per conto terzi; nel 2008 la Società ha avviato il servizio di commercializzazione di Organismi di Investimento Collettivo del Risparmio (OICR) istituiti da terzi e ne cura i rapporti con gli investitori. Con riferimento a tale nuova attività, sono stati lanciati sul mercato italiano "Global Double Time" e "Global Double Time II 2008", Fondi comuni di investimento di diritto francese promossi e gestiti da Crédit Agricole Structured Asset Management, commercializzati in Italia da BancoPosta Fondi SpA SGR e distribuiti alla clientela dalla rete di vendita della Capogruppo. Si tratta dei primi Fondi "a formula" collocati dal Gruppo e sono legati all'andamento di tre indici relativi a tre mercati azionari internazionali.

La Società ha deliberato di affidare a Pioneer Investment Management SGRpA la gestione ai sensi dell'art. 36 del TUF dei summenzionati fondi di terzi commercializzati. In relazione a tale nuovo modello di gestione, con decorrenza 1° gennaio 2009, BancoPosta Fondi è la società promotrice cui sono affidate la promozione e l'organizzazione dei fondi, nonché la cura e l'amministrazione dei rapporti con i partecipanti, mentre Pioneer Investment Management SGRpA è la società gestore cui sono affidate tutte le attività relative alla gestione finanziaria dei fondi.

Con riferimento ai Fondi di proprietà nel 2008 è stato avviato il collocamento di "BancoPosta Azionario Euro", Fondo comune di investimento nato con l'obiettivo di ampliare l'offerta dei comparti azionari con uno strumento senza rischio di cambio, con politica d'investimento focalizzata nei listini dei paesi dell'area Euro.

La Società si avvale, nell'esercizio della propria attività commerciale, di oltre 6mila Uffici Postali abilitati. I fondi gestiti sono di tipo aperto armonizzati UE e sono classificati a seconda delle caratteristiche delle scelte di investimento sottostanti.

EUROPA GESTIONI IMMOBILIARI SpA

La Società opera nel settore immobiliare per la gestione e la valorizzazione del patrimonio immobiliare conferito dalla Capogruppo nel 2001. In relazione alla tipologia degli asset di proprietà, i principali interlocutori sono grandi clienti, spesso Pubbliche Amministrazioni. Alla luce degli scenari di mercato, la Società individua le migliori strategie per rendere più incisivo il processo di commercializzazione.

POSTECOM SpA

La Società opera come fornitore di servizi e soluzioni informatiche per il Gruppo e per il mercato, con particolare attenzione al segmento della Pubblica Amministrazione e negli anni ha assunto un ruolo importante nel panorama italiano della *system integration* e dell'*outsourcing* applicativo e di sistemi informativi, grazie alle competenze acquisite nella progettazione, sviluppo e gestione di servizi ICT con componenti integrate di sicurezza informatica all'avanguardia. Le principali aree di specializzazione riguardano soluzioni e servizi di certificazione e sicurezza, messaggistica, pagamenti e incassi on line, gestione a norma dei dati, portali web, eGovernment, eProcurement ed e-Learning.

Nel corso dell'anno il mercato dei servizi di certificazione e comunicazione elettronica è stato interessato da novità normative; in particolare, il Decreto Legge n. 185²⁸ approvato dal Consiglio dei Ministri il 29 novembre che introduce, tra l'altro, nuove misure per la diffusione della cultura digitale nelle aziende e nella Pubblica Amministrazione. L'articolo 16 accelera l'adozione, la consultazione e l'utilizzo della posta elettronica certificata per le pubbliche amministrazioni, le società e i professionisti iscritti agli albi; inoltre rende possibile, di fatto, la conservazione sostitutiva degli originali analogici unici a cura del detentore del documento cartaceo che apporrà la sua firma digitale nel rispetto delle regole previste dal Codice dell'Amministrazione Digitale.

Nel 2008 la Società ha proseguito l'attività come *system integrator* per il mercato e per il Gruppo realizzando nuove funzionalità e applicazioni legate a servizi BancoPosta tramite l'integrazione con i servizi di telefonia mobile offerti dall'operatore Poste Mobile.

Nell'ambito della messaggistica elettronica e comunicazioni digitali Postecom ha proseguito nello sviluppo di soluzioni di comunicazione elettronica integrata. In particolare è stata sviluppata e rilasciata la nuova web mail del sito www.poste.it, vero e proprio "cruscotto" delle comunicazioni elettroniche ed ibride. Sono state inoltre svolte le attività progettuali propedeutiche al lancio del nuovo prodotto PosteKey: la chiavetta USB autoinstallante che consentirà di utilizzare i servizi di firma digitale Postecert, gestire la smart card, accedere alla rete e ai servizi complementari offerti da Postecom.

Con riferimento all'offerta integrata "PosteSalute", portale dedicato ai servizi per la sanità realizzati dal Gruppo, è stato rilasciato il "Libretto Sanitario Elettronico", servizio interattivo finalizzato a semplificare l'accesso del cittadino alle informazioni che riguardano la propria vita clinico-sanitaria. Il servizio, ospitato all'interno del sito www.postesalute.it, front end di riferimento del Gruppo in tema di servizi sanitari on line, è stato adottato in via sperimentale dalla ULSS9 di Treviso.

POSTE SHOP SpA

La Società è operativa dal 2002 e commercializza beni di supporto al core business di Poste Italiane (cassette delle lettere per villini, portabollettini, buste per lettere, scatole per spedizioni) e prodotti di fornitori esterni (tra cui libri, CD musicali, DVD, prodotti di cartoleria), utilizzando diversi canali di vendita contraddistinti dal logo *PosteShop* (di cui sono riscontrabili le tre tipologie "Shop in Shop", "Basic" e "Self Service") e dal logo *KiPoint*, punti vendita in franchising che offrono servizi di corriere espresso (nazionale e internazionale), gestione documentale, servizi di comunicazione (Direct marketing, navigazione internet a banda larga invio e ricezione fax), vendita di prodotti per ufficio. La gestione dell'esercizio 2008, negativamente influenzata dalla congiuntura economica sfavorevole, è stata caratterizzata da azioni di supporto allo sviluppo del business tra cui la razionalizzazione dell'offerta disponibile presso gli Uffici in vendita diretta (rete Basic), differenziata in base al potenziale, e l'avvio di un importante aggiornamento sugli applicativi di vendita e sui processi operativi che condurrà allo snellimento degli adempimenti amministrativi e ad una maggiore efficacia commerciale.

POSTE LINK S.C.R.L.

In data 18 novembre 2008 Il Consorzio Poste Link ha acquisito, pur mantenendo l'oggetto sociale, la forma giuridica di Società consortile a responsabilità limitata ex art. 2500 octies c.c.. La Società eroga servizi informatici e telematici, servizi di gestione documentale elettronica, servizi internet, di contact center e di direct marketing. È proseguita

²⁸ Misure urgenti per il sostegno a famiglie, lavoro, occupazione e impresa e per ridisegnare in funzione anti-crisi il quadro strategico nazionale.

l'erogazione di servizi offerti a Linea Comune e Consip, con cui è stato rinnovato il contratto in data 28 luglio 2008 per ulteriori 24 mesi. Con riferimento alla commessa INPS/INAIL, il cui contratto è scaduto il 31 luglio 2007, al fine di evitare interruzioni, è stata affidata a Poste Link la proroga del servizio fino al 31 gennaio 2009. In data 9 ottobre 2008, l'INPS ha provveduto alla emanazione del nuovo bando di gara a cui la Società ha presentato in data 19 novembre 2008 richiesta di partecipazione.

POSTE MOBILE SpA

Costituita nel marzo del 2007 come operatore mobile virtuale MVNO (Mobile Virtual Network Operator), opera nel settore delle telecomunicazioni come "Fornitore Avanzato di Servizi" (Enhanced Service Provider) su rete mobile. Nel corso del 2008 la Società ha proseguito nel percorso di crescita, sia in termini di nuove acquisizioni (sono state vendute circa 565mila SIM) sia di lancio di nuovi servizi a valore aggiunto e promozioni tra cui: i servizi Semplifica per il pagamento dei bollettini, l'invio di telegrammi e il pagamento di bonifici e postagiro; la nuova opzione tariffaria "Con il mio Paese" dedicata agli immigrati (circa 40mila clienti), il piano tariffario Convenienza dedicato ai clienti con portabilità di numero. La crescita aziendale è avvenuta anche in termini di dimensione dell'organico, che a fine dicembre conta 70 unità.

POSTE ENERGIA SpA

La Società, costituita nel settembre 2007, ha quale oggetto sociale l'approvvigionamento di energia elettrica sul sistema elettrico nazionale per la copertura del fabbisogno del Gruppo. Nel corso dell'esercizio sono proseguite le attività avviate nel 2007 e finalizzate al raggiungimento degli obiettivi prefissati, principalmente per l'acquisto di energia, per la gestione dei contratti e per l'erogazione di servizi energetici a valore aggiunto.

4.4.2 RISULTATI

BANCOPOSTA FONDI SpA SGR

La gestione collettiva del risparmio ha registrato una raccolta netta negativa di 530 milioni di euro (36 milioni di euro di raccolta netta negativa nel 2007), quale risultante di una raccolta lorda di 215 milioni di euro (778 milioni di euro nel 2007) e di riscatti per 745 milioni di euro (814 milioni di euro nel 2007). La composizione della raccolta lorda della Società riflette le tendenze in atto a livello generale sul mercato italiano orientato verso i fondi di natura moneteraria e obbligazionaria che, con 154 milioni di euro, hanno rappresentato il 72% dell'intera raccolta dell'anno. Il trend, come sopra annunciato, riflette la crisi dei mercati finanziari e la conseguente scarsa domanda degli investitori, infatti il mercato italiano dei Fondi comuni ha registrato nel 2008 una raccolta netta negativa per 143,7 miliardi di euro, mentre il saldo netto negativo del 2007 era stato di 52 miliardi di euro.

La raccolta lorda dei Fondi di OICR terzi è stata di 315 milioni di euro con 4 milioni di euro di riscatti.

Il patrimonio complessivamente gestito è di 8.036 milioni di euro (3.767 milioni di euro al 31 dicembre 2007) di cui 2.695 milioni di euro relativi ai Fondi di proprietà (3.275 milioni di euro al 31 dicembre 2007), 5.019 milioni di euro alle gestioni individuali (493 milioni di euro al 31 dicembre 2007) e 322 milioni di euro ai nuovi Fondi di terzi commercializzati.

EUROPA GESTIONI IMMOBILIARI SpA

Nel corso dell'esercizio sono stati avviati o in alcuni casi proseguiti lavori di riqualificazione del patrimonio per un importo di circa 3,1 milioni di euro (comprensivo di consulenze tecniche), sia su immobili destinati alla vendita, sia su edifici locati a terzi al fine di garantirne la piena fruibilità da parte dei conduttori.

L'esercizio è stato caratterizzato dalla dismissione di cinque immobili, a un valore di vendita di 78,9 milioni di euro, per i quali la Società ha conseguito plusvalenze per 47,7 milioni di euro (75,5 milioni di euro a livello di consolidato); i ricavi da locazione sono stati 21 milioni di euro. L'utile d'esercizio è stato di 37,6 milioni di euro (11,7 milioni di euro nell'esercizio 2007) sul cui incremento hanno inciso essenzialmente le plusvalenze (47,7 milioni di euro nel 2008 contro 9,6 milioni di euro nel 2007).

POSTECOM SpA

La società ha conseguito ricavi delle vendite e prestazioni (includono ricavi da mercato e ricavi verso il Gruppo) per 68,9 milioni di euro con un incremento del 12,9% rispetto all'esercizio precedente (61,1 milioni di euro nel 2007) cui hanno contribuito: per quasi 22 milioni di euro i ricavi da mercato per il servizio di assistenza sull'utilizzo del sito www.ilportaledell'automobilista.it, prestato al Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti – Dipartimento Trasporti Terrestri; per 3 milioni di euro i ricavi da mercato per i servizi di messaggistica e firma digitale. Il risultato operativo (6,2 milioni di euro contro 8,8 milioni di euro nel 2007) è stato negativamente influenzato dalla riduzione dei margini sui ricavi intercompany a seguito della rinegoziazione delle condizioni economiche dei servizi erogati alla Capogruppo. Per quanto concerne i risultati commerciali acquisiti sul fronte web dal sito www.poste.it, gli stessi sono argomentati nel capitolo sui canali commerciali.

POSTESHOP SpA

L'Azienda ha conseguito ricavi caratteristici per 66 milioni di euro (68 milioni di euro nell'esercizio 2007) e un risultato operativo di 0,9 milioni di euro (2,3 milioni di euro nell'esercizio 2007). Tali risultati sono attribuibili oltre alla diminuzione delle vendite, come già argomentato, ad una riduzione della marginalità sui prodotti venduti dovuta al diverso mix di categorie merceologiche vendute (prevalenza prodotti high-tech).

POSTEMOBILE SpA

I ricavi delle vendite e prestazioni conseguiti nell'esercizio 2008 sono stati 36,3 milioni di euro (1,4 milioni di euro nel 2007). L'esercizio chiude con un risultato negativo di 16 milioni di euro (12,7 milioni di euro a livello di bilancio consolidato), risentendo ancora dei costi connessi alla fase di start-up. Durante l'esercizio la Controllante ha provveduto al ripianamento delle perdite conseguite nel primo semestre 2008, essendosi determinata la fattispecie di cui all'art. 2447 c.c. (capitale al di sotto del minimo legale).

5. CANALI COMMERCIALI

Numerosi sono i canali di contatto dedicati alla clientela e realizzati nel corso degli anni: la Sportelleria, le Sale, i PosteShop, la rete PT-Business, i pre e post-vendita, il Contact Center, il sito internet, che si pongono, quali obiettivi comuni, il miglioramento dell'efficienza dei processi, dell'innovazione dei prodotti, della qualità dei servizi e della relazione con i clienti per soddisfarne tutte le esigenze, con una gamma di offerta completa e integrata.

I canali di vendita e di contatto con la clientela Retail e Piccole e Medie Imprese (PMI segmentata in *Small Office Home Office* e *Small Medium Business*) sono presidiati dalla funzione Mercato Privati, mentre la funzione Clienti Affari è responsabile dello sviluppo delle attività commerciali per i segmenti Business e Pubblica Amministrazione.

5.1 RETAIL/PMI

Sono proseguite le attività finalizzate a garantire la soddisfazione della clientela mediante l'ottimizzazione della presenza degli Uffici sul territorio, nel rispetto degli obblighi del servizio universale e lo sviluppo delle potenzialità commerciali per il perfezionamento delle politiche di vendita.

Importanti iniziative sono state realizzate per consentire alla clientela un accesso veloce ai servizi dell'Azienda tramite l'ulteriore installazione di circa 400 ATM, che portano ad avere una rete complessiva di circa 4800 ATM su tutto il territorio nazionale, e per migliorare l'accoglienza presso gli Uffici potenziando il sistema di gestione delle attese raggiungendo le circa 2350 installazioni attive a tutto il 2008.

È stato, inoltre, attivato presso 462 Uffici il sistema di video-comunicazione che prevede l'installazione di monitor al plasma sui quali visualizzare filmati di promozione dei prodotti aziendali, di intrattenimento e di informazione.

Il sistema di gestione della qualità dei processi di lavoro e della qualità del servizio, conforme alla norma ISO 9001/2000, è stato esteso anche a 5 dei 15 centri di lavorazione Team Servizi Centralizzati (Trento, Trieste, Reggio Calabria, Genova e Cagliari), che si affiancano così ai 303 Uffici Postali certificati dal RINA.

Nel mese di dicembre 2008 Poste Italiane, in collaborazione con il Ministero dell'Economia e delle Finanze, ha attivato presso 9.342 Uffici Postali il servizio di consegna della Carta Acquisti (Social card) destinata ai cittadini che ne fanno richiesta e che hanno i requisiti di legge, utilizzabile per il sostegno della spesa alimentare e dell'onere per le bollette della luce e del gas. Al 31 dicembre 2008 sono state consegnate circa 520mila carte.

Un ruolo importante nello sviluppo dei risultati di vendita del segmento PMI continua a essere svolto dalle reti PosteBusiness e PosteShop. Il canale PosteBusiness consente di realizzare importanti risultati anche in termini di clienti gestiti: circa 1,8 milioni di anagrafiche clienti censite e circa 610mila intestatari di PT-Business Card a dicembre 2008 (800mila clienti e circa 510mila intestatari di PT-Business Card a dicembre 2007). Tali risultati sono da ricondurre, sia al consolidamento della strategia di posizionamento dei nuovi punti vendita stand alone nelle aree territoriali a maggior concentrazione di PMI (distretti industriali e aree despecializzate), sia all'azione proattiva della rete di sviluppo PMI deputata all'attività di intercettazione del cliente. Il canale è costituito da circa 1.150 punti fisici distinti tra Uffici PosteBusiness²⁹, Aree dedicate³⁰, Sportelli dedicati³¹.

²⁹ Uffici esclusivamente dedicati ai clienti del segmento che possono essere sia collegati ad UP retail (tradizionali) sia autonomi (stand alone).

³⁰ Aree costituite da sale commerciali e sportelli PosteBusiness allestiti in Uffici tradizionali.

³¹ Sportelli PosteBusiness allestiti in Uffici tradizionali.

5.2 BUSINESS E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Come già anticipato nel commento ai risultati delle attività finanziarie, il 2008 è stato caratterizzato da una contrazione delle giacenze dei conti correnti e conseguentemente dei ricavi dei servizi finanziari verso la Pubblica Amministrazione. Il mutato contesto di mercato spinge sempre più il Gruppo a progettare nuovi servizi per rispondere alle esigenze della clientela.

Sono proseguite a tal riguardo le attività tendenti a rafforzare la gestione e lo sviluppo della clientela in tutte le fasi del processo commerciale: pre-vendita, vendita, post-vendita. L'obiettivo prioritario continua a essere quello di presidio dei volumi dei grandi clienti in quanto più esposti alla concorrenza, attraverso offerte mirate a razionalizzare e dematerializzare le attività di recapito tradizionale su supporto cartaceo (utilizzando ad esempio comunicazioni elettroniche anche per i pagamenti delle utenze) e cercare nuove quote di mercato soprattutto per i prodotti e servizi a maggior contenuto innovativo.

Ulteriori iniziative sono state avviate per il consolidamento delle attività di sviluppo e gestione della clientela Top e Pubblica Amministrazione da realizzarsi tramite: la comprensione e l'analisi dei processi interni e delle esigenze del cliente; la personalizzazione delle offerte; l'integrazione tra i processi amministrativi della PA e i sistemi di pagamento BancoPosta.

È stata sottoscritta nel mese di giugno una convenzione con una Amministrazione Pubblica per il pagamento degli stipendi e degli altri emolumenti al proprio personale. La convenzione, oltre a regolare le diverse modalità di pagamento degli stipendi, disciplina anche la consegna del denaro contante presso la sede del cliente nonché la gestione del proprio conto corrente. Tale modello, in linea con servizi già attivi, pone le basi per una possibile futura estensione ad altre istituzioni.

Nel corso del 2008 è stato inoltre introdotto in via sperimentale un nuovo canale di vendita "intermediata", inizialmente solo per i servizi di posta massiva e di atti giudiziari, con cui gestire commercialmente circa 20 operatori che si presentano sul mercato come consolidatori di spedizioni di terzi. Attraverso questo canale l'Azienda punta allo sviluppo di servizi integrati e aggiuntivi al fine di difendere le proprie quote di mercato dalla sempre maggiore presenza della concorrenza. L'obiettivo nel 2009 è estendere questo nuovo canale commerciale, non solo ad altri operatori ma anche ad altri prodotti/servizi di corrispondenza.

5.3 CONTACT CENTER E SERVIZI INTERNET

Dal febbraio 2008 il Contact Center di Poste Italiane è stato trasformato in Customer Services, una nuova identità per un canale che, in continuità con il passato rappresenta un supporto alle funzioni di Business, ai Canali Commerciali tradizionali e alle società del Gruppo, nella gestione di attività informative, promozionali e commerciali, nonché nella gestione delle attività di assistenza post-vendita.

Il Customer Services propone soluzioni integrate e innovative a due mercati di riferimento, Captive (70%) ed Esterno (30%), gestendo annualmente circa 30 milioni di contatti.

A supporto delle attività interne al Gruppo il Customer Services svolge principalmente:

- servizi di gestione della relazione con i clienti BancoPosta. In particolare, sono state sviluppate in modalità on line nell'ambito dei servizi BancoPosta Click, le richieste di informazioni e assistenza e in modalità off line la lavorazione delle richieste di apertura del conto e dei servizi accessori, nonché le attività dispositive, fino ad oggi gestite tramite operatore, per la carta di credito revolving associata al conto Credit Easy;
- servizi commerciali e promozionali per la gestione e l'erogazione sia di campagne (inbound/outbound), sia di fasi di processi di vendita in maniera sempre più integrata e sinergica con gli altri canali commerciali. Per le campagne di telemarketing outbound, a supporto delle iniziative commerciali, sono state gestite nel 2008 circa 1 milione di anagrafiche su tutti i segmenti di clientela;
- servizi di erogazione informazioni e assistenza nell'utilizzo del nuovo dispositivo di generazione password (PCR) attraverso il portale vocale BancoPosta Risponde 800.00.33.22., e di assistenza a supporto della diffusione della nuova Poste Email Sicura tramite i servizi Internet.

Con riferimento alle iniziative destinate al mercato della Pubblica Amministrazione è stato avviato nel 2008 il Call Center Campania Pulita per il Dipartimento della Protezione Civile preposto alla raccolta delle segnalazioni dei cittadini della Campania sulla mancata raccolta dei rifiuti e informazioni sulle modalità di riciclaggio. Nell'ambito della convenzione tra il Dipartimento del Tesoro del Ministero dell'Economia e delle Finanze e Poste Italiane è nato il Call Center Carta Acquisti a supporto dell'iniziativa per l'erogazione di informazioni e di assistenza inerenti al programma e alla carta.

Ulteriori iniziative hanno riguardato campagne di Customer Satisfaction con l'obiettivo di monitorare il livello di soddisfazione del cliente e specifiche campagne di Claim Satisfaction al fine di monitorare il livello di soddisfazione dei clienti circa l'intero processo di gestione del reclamo. L'indice annuale medio di soddisfazione del cliente sul servizio offerto dal Customer Services nella fase di accettazione del reclamo è stato di 7.6 su una scala da 1 a 10.

È stata infine rinnovata la certificazione del "Sistema Gestione Qualità" del Customer Services alla norma ISO 9001:2000 a seguito della verifica ispettiva di sorveglianza dell'Ente Certificatore TUV Italia.

Il canale commerciale web, attraverso il sito www.poste.it continua a riscuotere notevole successo con oltre 3,7 milioni di clienti registrati (2,8 milioni a fine 2007) e con oltre 747 mila clienti consumer dell'internet banking di BancoPosta (641 mila a fine 2007) e oltre 154 mila clienti business (120 mila a fine 2007). Il successo del sito quale porta d'accesso a servizi on line è garantito dalla piattaforma di pagamento elettronico integrata e sicura utilizzabile per tutta la gamma di prodotti/servizi offerti sul web.

La rete informatica, continua a conferire a Poste Italiane la capacità di rendere fruibili i servizi telematici della Pubblica Amministrazione centrale e locale, grazie all'offerta di servizi integrati a valore aggiunto (servizi di comunicazione, gestione della corrispondenza, servizi e-government, gestione delle entrate) erogati attraverso un accesso dedicato del portale internet. Tra i progetti e-government, è proseguito il servizio di assistenza sull'utilizzo del sito

www.ilportaledellaautomobilista.it per il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e, contestualmente, sono stati sviluppati ulteriori nuovi servizi a disposizione del cliente quali il servizio di gestione del Certificato Omologazione Comunitaria (per acquisire documentazione in merito all'omologazione effettuata dalle case costruttrici), il servizio Ordine Bollettini (per ordinare bollettini cartacei e spedirli), il servizio per le prenotazioni tramite portale, da parte delle autoscuole, dell'esame per ottenere il Certificato Idoneità di Guida ciclomotori.

Nell'ambito della messaggistica e delle comunicazioni digitali, grazie anche agli sviluppi della Nuova Piattaforma delle Comunicazioni Elettroniche che permette di aggiungere nuove funzionalità ai prodotti base integrandosi con gli applicativi di tutto il Gruppo, sono proseguite, con l'ausilio della controllata Postecom, le attività di sviluppo di soluzioni di comunicazione elettronica integrata. In particolare, con l'obiettivo di realizzare un unico punto centrale per accesso e il controllo dei servizi di comunicazione elettronica del Gruppo, è stata sviluppata la nuova web mail del sito www.poste.it.

Inoltre, è stato sviluppato l'EPCM (Electronical Postal Certification Mark), tecnologia realizzata da Poste per conto dell'UPU e con la partnership tecnologica di Microsoft, attraverso cui è possibile "certificare" elettronicamente, sia documenti, sia eventi digitali, ottenendo con DM del Ministero delle Comunicazioni, valore legale.

L'EPCM sarà reso disponibile a tutti i paesi membri dell'Unione Postale e rappresenta una piattaforma su cui potranno essere sviluppati nuovi servizi per l'utenza postale mondiale.

6. RISORSE UMANE

6.1 ORGANICO

L'organico del Gruppo Poste Italiane e della Capogruppo è di seguito evidenziato:

Gruppo Poste Italiane

Organico stabile	Numero dei dipendenti ^(*)			
	Medio		Puntuale	
	2007	2008	31 dicembre 2007	31 dicembre 2008
Dirigenti	726	756	728	744
Quadri	13.672	14.148	13.551	14.477
Aree operative	131.930	130.149	129.245	129.517
Aree di base	2.669	5.326	3.376	6.248
Tot. unità tempo indeterminato	148.997	150.379	146.900	150.986
Contratti d'inserimento	720	144	139	171
Contratti di apprendistato	67	32	42	27
TOTALE	149.784	150.555	147.081	151.184

Organico flessibile	Numero medio	
	2007	2008
Contratti di somministrazione/a progetto	247	373
Contratti a tempo determinato	6.496	5.539
TOTALE	6.743	5.912
TOTALE ORGANICO STABILE E FLESSIBILE	156.527	156.467

(*) Dati espressi in Full Time Equivalent.

Poste Italiane SpA

Organico stabile	Numero dei dipendenti ^(*)			
	Medio		Puntuale	
	2007	2008	31 dicembre 2007	31 dicembre 2008
Dirigenti	633	643	625	629
Quadri - A1	5.204	5.674	5.278	5.686
Quadri - A2	7.753	7.701	7.514	7.973
Livelli B, C, D	130.094	128.146	127.349	127.469
Livelli E, F	2.560	5.242	3.282	6.165
Tot. unità tempo indeterminato ^(**)	146.244	147.406	144.048	147.922
Contratti d'inserimento	652	78	74	111
Contratti di apprendistato	12	3	6	-
TOTALE	146.908	147.487	144.129	148.033

** di cui:

- Comandati	305	238	292	30
- Sospesi non retribuiti	488	497	400	377
- Distaccati c/o Società del Gruppo	102	103	118	115

Organico flessibile	Numero medio	
	2007	2008
Contratti di somministrazione	31	185
Contratti a tempo determinato	6.430	5.477
TOTALE	6.461	5.662
TOTALE ORGANICO STABILE E FLESSIBILE	153.369	153.149

(*) Dati espressi in Full Time Equivalent.

6.2 RESPONSABILITA' SOCIALE DI IMPRESA E FORMAZIONE

Il percorso di crescita sostenibile in materia di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI), che viene annualmente rendicontato nel Bilancio Sociale, si è ulteriormente concretato grazie alle attività dell'Osservatorio paritetico Azienda/OOSS previsto dal Protocollo d'intesa. L'Osservatorio ha individuato i temi dell'Etica e della impiegabilità delle persone lungo tutto l'arco della vita professionale quali ambiti di intervento prioritari. Nel contempo è stato avviato un percorso di coinvolgimento del territorio sulla RSI, attraverso incontri indirizzati al management, che prevedono una sessione di approfondimento e una progettuale finalizzata all'ideazione di iniziative da realizzare.

Nell'intento di favorire modalità innovative di organizzazione del lavoro, è proseguita la sperimentazione del Telelavoro negli ambiti Contact Center e Tecnologie dell'Informazione.

È inoltre continuata l'attività di presidio in ambito comunitario delle tematiche afferenti le risorse umane, nonché la sostenibilità sociale e ambientale, il telelavoro, la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, affari sociali, formazione e sviluppo del personale.

L'attività formativa condotta nel 2008, proseguendo nel percorso intrapreso negli esercizi passati, è stata finalizzata a fornire una risposta concreta ai cambiamenti organizzativi intervenuti negli ultimi anni che hanno richiesto l'introduzione di nuove metodologie formative, quali il *coaching* o l'*action learning*, in grado di valorizzare le capacità individuali del dipendente. In particolare l'*action learning* è stato utilizzato nella formazione manageriale dei responsabili territoriali della funzione Servizi Postali.

Nel complesso il volume delle attività è stato di oltre 296mila giornate/uomo, di cui 179mila erogate "in aula" e quasi 117mila in e-learning ripartite fra le diverse aree organizzative e i diversi livelli di inquadramento come indicato nelle seguenti tabelle:

PROGETTI IN AULA (gg/uomo)	31-dic-08				
	Servizi Postali	Servizi Finanziari	Mercato Privati/Clienti Affari	Funzioni Centrali	Totale
Livelli B-C-D-E-F	25.080	847	98.952	5.333	130.212
Quadri (A1 e A2)	6.285	305	37.512	3.850	47.951
Dirigenti	222	85	197	569	1.072
Totale	31.586	1.236	136.661	9.751	179.235

PROGETTI E-LEARNING (ore)	31-dic-08				
	Servizi Postali	Servizi Finanziari	Mercato Privati/Clienti Affari	Funzioni Centrali	Totale
Livelli B-C-D-E-F	10.097	454	659.842	11.643	682.036
Quadri (A1 e A2)	1.911	150	151.625	5.315	159.001
Dirigenti	0	1	76	60	137
Totale ore	12.008	605	811.543	17.018	841.174
Totale gg/uomo	1.668	84	112.714	2.364	116.830

Supporto al business

Nell'ottica del miglioramento delle capacità relazionali e dell'efficacia dell'azione commerciale, è continuato il programma formativo per gli specialisti commerciali con l'obiettivo di affinare le capacità di riconoscere le differenze fra i clienti, stimolare l'attivazione del post-vendita e sviluppare le capacità di pianificazione e organizzazione dell'attività commerciale.

Competenze professionali

I contenuti formativi nell'ambito dell'**innovazione dei processi operativi** sono stati principalmente destinati alle risorse delle aree informatica, rete territoriale e logistica, con programmi rispettivamente di *project management* per lo sviluppo di metodi e strumenti per la gestione di progetti e programmi, di sviluppo strumenti di ruolo per sostenere le competenze dei responsabili di strutture centrali e degli specialisti che operano in Filiale, di sviluppo competenze di ruolo per le risorse che lavorano nell'area qualità.

E' proseguita la formazione volta a rafforzare **le competenze tecnologiche** a supporto delle nuove realizzazioni di cui l'Azienda si sta dotando in ambito ICT (*Information & Communication Technology*) per gestire l'innovazione dei processi di business e la competitività dei prodotti. L'intervento formativo più rilevante ha coinvolto l'intero settore della rete telecomunicazione per il progetto VOIP (*Voice over Ip*).

L'offerta e-learning è stata particolarmente intensa con un incremento delle ore erogate del 23% rispetto al 2007 (quasi 683mila al 31 dicembre 2007). Sono stati organizzati 20 nuovi corsi di formazione on line e, per la prima volta, l'e-learning è stato esteso ai circa 750 portalettere che hanno aderito all'iniziativa. I contenuti formativi hanno riguardato principalmente lo sviluppo delle competenze del personale di front-end: circa l'86% delle iscrizioni ha coinvolto, infatti, il personale degli Uffici Postali. Ampio è stato altresì il programma di formazione in materia di sicurezza e prevenzione del rischio rapina per il personale degli Uffici Postali articolato in due principali attività didattiche: una dedicata al corretto uso dei dispositivi anticrimine nonché alle norme e procedure da seguire; l'altra a rafforzare le conoscenze necessarie per affrontare un'eventuale rapina con comportamenti orientati ad assicurare l'incolumità fisica propria e dei clienti. Al 31 dicembre 2008 il corso base è stato superato da circa 38mila dipendenti. Sono state infine realizzate, nell'ambito del programma di Responsabilità Sociale di Impresa, 13 edizioni del corso di formazione "Reinserimento delle risorse rientrate dopo un lungo periodo di aspettativa".

6.3 GESTIONE DELLE RISORSE

Nel corso del 2008 è proseguita l'azione di rafforzamento del mix qualitativo delle risorse mediante l'inserimento di oltre 700 persone, impiegate per circa l'80% nelle strutture commerciali e negli Uffici Postali con l'obiettivo di rispondere al meglio alle esigenze di una clientela sempre più evoluta ed esigente. In tale ambito è stato realizzato, tra l'altro, il Progetto Assunzione Personale Multilingua, che ha previsto l'inserimento di 200 risorse con competenze linguistiche specifiche in quegli Uffici Postali in cui la presenza di cittadini stranieri è elevata.

Per la restante parte gli inserimenti hanno riguardato giovani laureati, per lo più in discipline tecniche ed economiche e risorse professionalizzate in possesso di specifici skill e di esperienze significative nell'ambito dell'innovazione tecnologica e di processo e in ambiti commerciali.

Per i giovani laureati, il cui ingresso avviene mediante lo strumento dello stage della durata media di 12 mesi, sono stati attivati nel corso dell'anno oltre 70 stage, molti dei quali sono stati trasformati alla scadenza in assunzioni a tempo indeterminato.

Sono state, inoltre, realizzate 90 assunzioni e 15 stage per le Società del Gruppo.

Sempre con riferimento alle tematiche relative alla manovra occupazionale, l'accesso alle prestazioni straordinarie del Fondo di Solidarietà (D. L.gvo 178/2005) e la conseguente risoluzione di 1998 rapporti di lavoro, hanno permesso di procedere ad un significativo numero di inserimenti di personale nei settori del Recapito e dei Centri di Rete Postale, delle risorse presenti nella graduatoria di cui al punto 2 dell'Accordo sindacale del 13 gennaio 2006. Tale processo ha

consentito di effettuare un considerevole numero di “sportellizzazioni” (circa 3500) delle risorse individuate attraverso il ricorso al sistema di selezione interna *Job Posting* (definito con l’Accordo sindacale del 13 febbraio 2008).

Come di consueto l’Azienda si è avvalsa, per l’applicazione delle politiche di gestione, sviluppo e formazione del personale, del processo di valutazione delle prestazioni dei quadri e degli impiegati che ha coinvolto, nel 2008, circa 66mila persone valutate (circa 60mila 2007) e oltre 4mila valutatori. Particolare attenzione è stata dedicata al miglioramento della qualità del feedback capo-collaboratore (realizzato per quasi il 90% della popolazione) mediante formazione ai capi e innovazioni di processo finalizzate a garantire il coinvolgimento effettivo del valutato nella comunicazione sui risultati conseguiti e nella condivisione degli obiettivi per l’esercizio successivo.

Il sistema di valutazione del potenziale con il metodo dell’Assessment Center ha coinvolto, nell’anno, 80 quadri, in 10 sessioni finalizzate a individuare risorse idonee a ricoprire ruoli a rilevante complessità gestionale; 404 risorse di area impiegatizia, in 68 sessioni realizzate per individuare risorse da avviare a percorsi di sviluppo su ruoli di area quadri.

Per quanto concerne le azioni di compensation, il 2008 ha visto, come di consueto, l’applicazione di molteplici sistemi di incentivazione³² e della politica meritocratica correlata alla valutazione delle prestazioni. I meccanismi di incentivazione adottati si differenziano per logiche di funzionamento e finalità oltre che per i target ai quali si rivolgono.

Nel 2008 è stata inoltre sperimentata, nell’ambito dei Servizi Postali, l’applicazione di un sistema premiante rivolto ad alcuni ruoli del Recapito che ha previsto obiettivi di qualità postale e di contenimento dei costi attraverso la riduzione dell’assenteismo.

Ai sistemi strutturati di incentivazione, si affianca la politica meritocratica destinata a valorizzare in modo selettivo le performance di eccellenza, tenendo conto sia dell’equità retributiva interna, sia del confronto con il mercato esterno per i ruoli organizzativi di maggiore rilevanza.

6.4 RELAZIONI INDUSTRIALI

Le attività di relazioni industriali hanno impegnato Azienda e Organizzazioni Sindacali nella definizione di tematiche retributive, organizzative, contrattuali e sociali finalizzate a sostenere la fase di sviluppo e innovazione dell’Azienda, in coerenza con le esigenze di competitività derivanti dalla prossima liberalizzazione del mercato postale.

In relazione al percorso di modernizzazione già intrapreso nell’ambito dei criteri e dei meccanismi di incremento del salario variabile, è stata avviata la trattativa per la definizione del Premio di Risultato relativo al quadriennio 2008–2011. La corresponsione del premio sarà correlato al raggiungimento dei target di qualità, redditività ed efficienza in linea con gli obiettivi strategici individuati per il periodo di riferimento e nel quadro di una rafforzata connessione tra premi ed effettivi risultati territoriali. Forte attenzione verrà riservata alla penalizzazione dell’assenteismo, con conseguente valorizzazione dei recuperi per l’incentivazione della presenza e dell’assiduità in servizio.

³² I sistemi di incentivazione in uso sono:

- MBO (Management by Objectives), strumento destinato ai manager ed è mirato a tradurre le scelte strategiche del Vertice in obiettivi specifici, chiari e misurabili di tipo economico-finanziario, di qualità, gestionali e di progetto. L’MBO misura e valorizza il contributo dei singoli manager al complessivo risultato aziendale raggiunto;
- l’Incentivazione commerciale, strumento dedicato alla rete di vendita attraverso il quale viene valorizzato il raggiungimento e il superamento del budget commerciale assicurando, nel contempo, la centralità della clientela in termini di soddisfazione e fidelizzazione;
- SIO (Sistema di Incentivazione per Obiettivi), meccanismo di valutazione e compensation che collega l’erogazione di un bonus economico alle performance individuali ed è rivolto a persone che ricoprono ruoli professionali di particolare rilievo e specializzazione ovvero ruoli manageriali connotati da una significativa e diretta operatività.

In coerenza con gli impegni contrattuali è partito dal 1° settembre 2008 il nuovo sistema di refezione, che prevede l'estensione del ticket restaurant a tutto il personale aziendale. In base all'art. 82 dell'CCNL dell'11 luglio 2007 si è provveduto al riconoscimento di un ticket restaurant, sia in forma cartacea, sia elettronica (card), per un valore pari a € 4,50 oppure pari a € 3,00 in funzione dell'articolazione oraria presso la struttura nella quale il dipendente effettua la sua prestazione lavorativa. Pertanto, si è passati da un valore di 4 € a 4,50 € per coloro che già in precedenza erano destinatari di un buono mensa.

Sul versante organizzativo, sono proseguiti i confronti sui temi della Sportelleria, del Recapito e delle azioni a sostegno della manovra occupazionale.

In relazione al nuovo modello organizzativo del Recapito, sono avanzate le fasi di approfondimento e monitoraggio sulla realizzazione del progetto introdotto con l'accordo del 15 settembre 2006. In particolare, con gli Accordi di gennaio e febbraio 2008, sono stati individuati alcuni interventi da apportare al modello organizzativo le cui modifiche continuano a essere oggetto di verifica, tra le Parti, nella fase di implementazione.

Con gli Accordi del 19 e del 20 febbraio 2008, al fine di favorire il riequilibrio e la migliore distribuzione delle risorse presenti in Azienda, le Parti hanno attivato piani di mobilità volontaria verso i Centri di Rete Postale e verso il Recapito. Inoltre, sempre con l'Accordo del 20 febbraio 2008, anche a seguito di alcune novità legislative, l'Azienda si è impegnata a fornire, in occasione di nuove assunzioni a tempo indeterminato, evidenza ai lavoratori dei posti disponibili a tempo pieno³³.

Sempre sul versante organizzativo sono proseguiti i confronti sul tema della Sportelleria e, in data 12 giugno 2008, è stata sottoscritta un'intesa sul tema degli organici degli Uffici Postali. Con tale Accordo, le Parti hanno individuato il dimensionamento degli Uffici Postali per l'anno 2008 sulla base dell'introduzione, in via sperimentale, di una nuova metodologia di determinazione degli organici. Su tale accordo verrà effettuata una verifica complessiva nei primi mesi del 2009.

In data 31 luglio 2008, è stata sottoscritta un'intesa inerente il progetto Competence Center Supporto al Business. Con tale accordo le Parti, nel riconoscere la valenza del progetto, hanno individuato le linee guida da osservare in occasione dell'implementazione del progetto: criteri di reimpiego delle risorse, interventi formativi, impianto del sistema di relazioni industriali.

In tema di formazione sono stati sottoscritti con le OO.SS., il 21 luglio 2008 verbali di accordo specifici e in particolare un accordo "quadro" sul ruolo della formazione aziendale, che ha individuato le principali dorsali di intervento. Tale Accordo ha abilitato l'Azienda ad attuare i progetti formativi ed impegnato le Parti a sviluppare un piano articolato di formazione rivolto alle seguenti aree di intervento: sicurezza, sviluppo competenze manageriali Servizi Postali; sviluppo competenze commerciali e di relazione Mercato Privati.

Nel mese di novembre 2008 si sono tenute le consultazioni elettorali per il rinnovo delle rappresentanze sindacali unitarie (RSU) e dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS).

³³ Le risorse che a partire dal 1° gennaio 2008 hanno trasformato il proprio rapporto di lavoro da tempo pieno a tempo parziale, avranno diritto di precedenza (potranno cioè trasformare il proprio rapporto da part-time a full-time), nelle future eventuali assunzioni che riguardino personale chiamato a svolgere le stesse mansioni o mansioni equivalenti a quelle oggetto del rapporto di lavoro a tempo parziale.