

l'estero. Il Ministero ha, peraltro, subordinato l'applicazione dei prezzi (inferiori a quelli fissati per la posta ordinaria) all'effettuazione di prelievi e all'osservanza delle specifiche tecniche definite da Poste Italiane ed ha inoltre stabilito standard qualitativi inferiori (j+5 per l'80% degli invii nel 2002 e per l'85% degli invii nel 2003), collegando il minore costo per il cliente alle economie di scala e di lavorazione conseguibili per la Società. Infatti l'Autorità ha previsto che alle spedizioni precedentemente classificate come stampe non periodiche, qualora non ricorrano le caratteristiche e le specifiche previste dal provvedimento, deve essere applicata la tariffa prevista per la posta ordinaria.

Tale ultima delibera completa la complessiva operazione di rivisitazione dei prezzi compiuta dall'Autorità di regolamentazione. Gli effetti del provvedimento sono attesi sul conto economico dell'esercizio 2002.

Inoltre l'Autorità di regolamentazione ha attuato le previsioni del D.Lgs n.261/99 protese a perfezionare un quadro di rapporti con la clientela improntato a criteri di semplicità e trasparenza, emanando i due Decreti del 9 aprile 2001 relativi alle "Condizioni generali di servizio" e alla "Carta della qualità del servizio pubblico postale". Con le "Condizioni generali di servizio", è stata operata una importante delegificazione del settore postale, rendendo definitivamente desueto il complesso e farraginoso corpus normativo previgente, che regolava nei dettagli persino l'operatività, mentre con la "Carta della qualità" si è raggiunto l'obiettivo di informare la clientela in modo trasparente sugli standard di qualità e le principali caratteristiche dei prodotti di corrispondenza, nonché sulle modalità di reclamo e sui rimborsi previsti a fronte di disservizi.

Inoltre, in attuazione delle previsioni contenute nella "Carta della Qualità", ed in coerenza con le indicazioni della Comunità europea, la Società ha avviato la procedura di conciliazione per la risoluzione extragiudiziale delle controversie insorte con la clientela a seguito di disservizi, in collaborazione con le Associazioni dei consumatori e d'intesa con il Ministero delle Comunicazioni.

L'area riservata a Poste Italiane e destinata alla copertura degli oneri di servizio universale, confermata con la Delibera del 22 dicembre 2000 dall'Autorità di regolamentazione, comprende tutti gli invii di corrispondenza (anche generati elettronicamente) di prezzo sino a 3,10 euro e peso fino a 350 grammi. La delibera stabiliva tali perimetri sino a tutto il 2003 ma, per effetto della seconda Direttiva europea di armonizzazione del mercato postale, approvata dal Parlamento europeo in seconda lettura il 13 marzo 2002, ci si attende un adeguamento dei limiti ai massimi previsti dalla nuova Direttiva dal 1° gennaio 2003 (peso sino a 100 grammi e prezzo sino a 1,86 euro).

La Decisione della Commissione Europea del 21 dicembre 2000, con la quale si è conclusa la procedura ex art. 86 del trattato CE avviata nei confronti dello Stato italiano il 16 maggio 2000, ha però stabilito, relativamente al recapito della posta generata elettronicamente (cd. Posta elettronica ibrida) la non riservabilità del servizio di recapito a data od ora certa (cd. "time sensitive").

A seguito di tale Decisione, il Ministero delle Comunicazioni il 24 gennaio 2001 ha emesso una Circolare attuativa, successivamente modificata in ottemperanza ad un'ordinanza di sospensiva emanata l'11 maggio 2001 dal

TAR Lazio a seguito di ricorso presentato dal Consorzio Recapitalia. Il 18 maggio 2001, nelle more del giudizio di appello di Poste Italiane innanzi al Consiglio di Stato, il Ministero delle Comunicazioni ha emesso una seconda Circolare che assoggetta il servizio individuato dalla Commissione Europea ad autorizzazione generale (istituto previsto per lo svolgimento di servizi postali non riservati), a condizione che la data o l'ora della consegna vengano provate dall'operatore incaricato a mezzo firma per ricevuta del destinatario, e che l'invio sia tracciato nella fase di recapito.

L'idoneità della seconda Circolare ad adempiere alla Decisione del 21 dicembre 2000 è stata infine riconosciuta sia in sede di Commissione Europea che in sede nazionale, dove il Consiglio di Stato ha accolto l'appello di Poste Italiane contro l'ordinanza sospensiva del TAR Lazio.

Poste Italiane ritiene che la Circolare del Ministero delle Comunicazioni circoscriva gli esiti della liberalizzazione indotta dal provvedimento comunitario al mercato della posta raccomandata (le cui caratteristiche sostanzialmente corrispondono ai requisiti previsti nella circolare di verificabilità della data/ora di consegna attraverso firma per ricevuta del destinatario).

A livello europeo, l'ulteriore liberalizzazione del settore postale è scandita, come sopra accennato, dalla seconda direttiva comunitaria, che emenda la Direttiva 97/67/CE.

Dopo un serrato dibattito, sia nel Parlamento che nel Consiglio Europeo, il Parlamento Europeo, il 13 marzo 2002, ha approvato in seconda lettura la Posizione comune adottata dal Consiglio il 15 ottobre 2001. L'iter legislativo si concluderà con la formale adozione da parte del Consiglio Europeo entro la prima metà del 2002. Si conferma così un approccio di liberalizzazione più graduale e controllato rispetto a quello inizialmente indicato dalla Commissione Europea. In particolare il nuovo testo prevede l'abbandono della categoria dei c.d. "servizi speciali" e la conferma del criterio del peso/prezzo per delimitare i confini dell'area riservata, assicurando la necessaria certezza giuridica agli operatori ed impedendo il rischio di aggiramenti del vincolo della riserva attraverso servizi artificiosamente strutturati per apparire "nuovi". La posta transfrontaliera in uscita può continuare ad essere riservata entro i medesimi limiti di peso/prezzo ove ciò occorra a garantire la fornitura del servizio universale.

Vengono previste due fasi di progressiva riduzione dei limiti di peso/prezzo per la delimitazione dell'area riservata: nel 2003, 100 grammi e 3 volte la tariffa base della posta prioritaria e nel 2006 con limiti pari a 50 grammi e due volte e mezzo la tariffa. La Commissione Europea riferirà ogni due anni al Parlamento ed al Consiglio, a partire dal 2004, sull'applicazione della Direttiva e sugli sviluppi del mercato postale. La liberalizzazione piena è prevista per il 2009 ma è subordinata ad una valutazione di impatto tecnico-economico da parte della Commissione e ad una pronuncia in "codecisione" da parte del Consiglio e del Parlamento Europeo, rimettendo alle sedi di valutazione e indirizzo politico l'assenso conclusivo, con un miglior bilanciamento dei poteri e delle responsabilità istituzionali.

Per effetto del recepimento della nuova Direttiva Europea (previsto entro il 31 dicembre 2002), il limite della riserva ad oggi riconosciuta a Poste Italiane sino a tutto il 2003 potrà essere abbassato, come già detto, a 100 grammi e 1,86 euro.

**BancoPosta**

Il Regolamento BancoPosta, emanato con D.P.R. n.144 del 14 marzo 2001, adeguando l'operatività del BancoPosta alla normativa sull'intermediazione finanziaria, assoggetta tale settore alle norme di portata generale contenute nel testo Unico Bancario e nel Testo Unico Finanza ed alla vigilanza di Banca d'Italia e CONSOB. Restano ferme le caratteristiche peculiari del risparmio postale, raccolto da Poste Italiane in nome e per conto della Cassa Depositi e Prestiti e permane il divieto di erogazione del credito.

Grazie al Regolamento Poste Italiane può allargare la propria attività ai seguenti ambiti:

- Raccolta di risparmio tra il pubblico;
- Servizio di intermediazione in cambi;
- Promozione e collocamento presso il pubblico di finanziamenti concessi da banche ed intermediari finanziari abilitati;
- Servizi di pagamento nei confronti del pubblico, compreso il servizio di riscossione crediti;
- Servizi di investimento e servizi accessori, nonché le attività connesse e strumentali ai servizi di investimento.

Per l'esercizio dell'attività di BancoPosta, il DPR 144/01 codifica l'obbligo di autonomia organizzativa delle strutture preposte e di separazione contabile delle relative attività.

**Norme per la tutela della concorrenza e del mercato**

La legge n. 57/01 ha modificato l'art. 8, comma 2, della legge n.287/90 "Norme per la tutela della concorrenza e del mercato" (cd. "legge Antitrust"), aggiungendo (nei commi dal 2-bis al 2-sexies) alcune norme destinate alle imprese che, per disposizione di legge, esercitano la gestione di servizi di interesse economico generale ovvero operano in posizioni di monopolio sul mercato. Tali nuove previsioni normative, peraltro non prive di problemi interpretativi, sono pertanto destinate ad avere impatto sulle strategie di diversificazione del business di Poste Italiane. In particolare, esse impongono:

- l'esercizio di attività economiche su mercati diversi da quelli "regolamentati" attraverso società separate (comma 2-bis);
- l'obbligo di comunicazione preventiva all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato della costituzione e dell'acquisizione di posizioni di controllo in società operanti in tali "mercati diversi" (comma 2-ter);
- la messa a disposizione dei concorrenti su tali diversi mercati – a condizioni equivalenti a quelle praticate a società partecipate – di beni o servizi, anche informativi, di cui abbiano la disponibilità esclusiva in dipendenza delle attività svolte sui mercati regolamentati (comma 2 quater).

**Ruolo e responsabilità di Poste Italiane nell'introduzione dell'EURO**

Il Regolamento CE n.974/98 ha stabilito all'articolo 2 che, a decorrere dal 1 gennaio 1999, la moneta degli Stati membri partecipanti è l'Euro. Il successivo art.3 dispone che l'Euro sostituisca, al tasso di conversione

irrevocabilmente fissato al 31 dicembre 1998, la moneta di ciascuno Stato membro partecipante. La data dell'introduzione dell'Euro come contante è stata fissata a livello europeo al 1° gennaio 2002; da questa data in Italia è stato previsto un periodo di doppia circolazione, terminato il 28 febbraio 2002. Le valute nazionali sono state progressivamente ritirate dalla circolazione, mentre dal 1° marzo e fino al 30 giugno 2002 la moneta nazionale potrà essere cambiata gratuitamente solo presso le banche e gli Uffici Postali.

La sostituzione delle monete e delle banconote nazionali con quelle in Euro e l'organizzazione delle attività necessarie per l'attuazione del cambio rappresentano operazioni di eccezionale portata.

Al successo di questo evento Poste Italiane, unico Operatore Postale europeo ad assumere la responsabilità di fornire le monete Euro al sistema economico nazionale, ha dato un contributo eccezionale con il trasporto di tutte le monete metalliche in oltre 40.000 punti di distribuzione. Infatti, mentre le banconote sono state pre-distribuite a cura delle Filiali della Banca d'Italia, le monete, la cui erogazione comporta problemi più complessi per peso e volume, sono state consegnate da Poste Italiane a banche, Uffici Postali e grande distribuzione.

Poste Italiane, che con i suoi 14.000 Uffici Postali vanta una presenza capillare sul territorio nazionale ed entra quotidianamente in contatto con milioni di persone, ha svolto anche la funzione di distribuire ai destinatari finali le monete e le banconote Euro, di ritirare la valuta Lira e di informare il pubblico.

Le responsabilità e gli obblighi a carico di Poste Italiane hanno reso necessaria un'organizzazione complessa che ha coinvolto sia il settore della logistica che la rete degli Uffici Postali.

In particolare Poste ha assunto la responsabilità di distribuire su tutto il territorio nazionale l'intera produzione base di monete Euro coniate dall'Istituto Poligrafico e Zecca di Stato pari a 7.240 milioni di monete metalliche, suddivise in 8 tagli diversi (da 1, 2, 5, 10, 20, 50 cent e da 1 e 2 Euro) per un peso complessivo di 38.000 tonnellate e per un valore totale di 2.690 milioni di euro (controvalore in lire di 5.209 miliardi). Durante la fase di *Prealimentazione*, conclusasi il 27 dicembre 2001, è stato distribuito l'87% della produzione base, consegnando 1.368 milioni di monete (pari a 407 milioni di euro) al canale postale e 4.962 milioni di monete (pari a 1.588 milioni di euro) al canale bancario. Nella fase di *Alimentazione*, che si concluderà il 30 giugno 2002, Poste Italiane distribuirà la restante parte della produzione base, oltre agli eventuali quantitativi richiesti dai destinatari finali.

Per adempiere tale incarico Poste Italiane ha coinvolto complessivamente circa 3.000 risorse e ha fatto ricorso ad una struttura logistica intermedia comprendente una rete di magazzini, allocati in strutture dedicate a livello regionale e provinciale, ai quali affluiscono le monete Euro prelevate dai tre magazzini Centrali di proprietà dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato (situati a Scanzano, L'Aquila e Pomezia) che sono state poi inoltrate ai punti finali di distribuzione. Presso i 15 magazzini a livello regionale sono stati effettuati lo stoccaggio, la lavorazione delle casse e la formazione degli

aggregati, mentre i 65 magazzini provinciali sono stati dedicati alla distribuzione svolgendo prevalentemente funzione di *transit point*.

Il trasporto delle monete metalliche dai magazzini centrali fino ai depositi regionali e provinciali è stato effettuato con mezzi di proprietà di Poste Italiane, con mezzi di proprietà delle Ferrovie dello Stato e con l'utilizzo di vettori specializzati nel trasporto valori.

Poste Italiane ha assunto anche l'incarico di ritirare le monete metalliche in Lire italiane, secondo quanto previsto nel Contratto di affidamento del Servizio stipulato con il Ministero dell'Economia e delle Finanze di consegnarle alla Cassa Speciale, prelevandole dall'intero sistema economico italiano e di curare tutte le attività preordinate e connesse.

L'operazione Euro ha raggiunto anche l'obiettivo di distribuire la nuova valuta e di aiutare e informare milioni di cittadini italiani; nell'ultimo periodo dell'anno è stata effettuata la distribuzione ai clienti di materiale informativo sull'Euro e sui servizi finanziari di Poste Italiane. Inoltre dalla metà di dicembre 2001 alla fine di febbraio 2002, secondo un calendario settimanale, 600 Uffici Postali tra i più rilevanti in termini di affluenza della clientela hanno ospitato un *corner* informativo gestito dai rappresentanti delle Associazioni dei Consumatori che hanno fornito ai cittadini ed ai clienti spiegazioni e chiarimenti sull'introduzione della nuova moneta.

Presso tutti gli Uffici Postali sono state distribuite monete per un valore complessivo di circa 400 milioni di euro. Dal 15 dicembre 2001 è iniziata la vendita a cittadini e commercianti dei mini-kit e degli starter-kit di monete Euro; alla fine di dicembre erano stati distribuiti circa 6 milioni di mini-kit e 39.000 starter-kit. Nei giorni 29, 31 dicembre e 2 gennaio gli Uffici Postali sono stati riforniti delle banconote Euro; l'approvvigionamento è continuato per tutta la prima metà di gennaio e l'intera movimentazione delle banconote Euro ha interessato un valore di circa 2.000 milioni di Euro. L'intera rete degli sportelli automatici di Poste Italiane che distribuiscono banconote ha erogato tagli in lire fino alla mezzanotte del 31 dicembre 2001 e, successivamente, biglietti in euro senza alcuna interruzione del servizio.

Notevole è stato l'impegno del personale degli Uffici Postali che ha partecipato ad un intenso programma di formazione (127.000 giornate) sviluppato sia mediante corsi in aula sia con l'affiancamento in Ufficio Postale. Inoltre il concentrarsi di attività ordinarie, relative alla chiusura dell'anno contabile, e straordinarie, dovute alla introduzione dell'Euro, ha reso necessaria l'adozione di un calendario particolare che regolasse l'attività degli Uffici Postali al pubblico in modo da permettere tutte le operazioni richieste dalla straordinarietà della situazione.

Tutti i prodotti e i servizi di Poste Italiane sono stati gestiti in Lire fino al 31 dicembre 2001 (salvo alcuni prodotti della Divisione BancoPosta già gestiti nella doppia valuta). Le tariffe e i prezzi in vigore al 31 dicembre 2001 sono stati convertiti in Euro con la regola matematica che consiste nell'arrotondare per eccesso o per difetto al centesimo di Euro più vicino (art.5 del Regolamento CE 1103/97).

Le carte valori dal 1° gennaio 2002 sono state emesse con l'indicazione del solo valore in Euro. Quelle con valore nominale espresso esclusivamente in lire o in lire ed Euro, in armonia con quanto previsto dall'art.14 del

regolamento comunitario 974/98 (che mantiene la validità degli strumenti di pagamento diversi dalle banconote e dalle monete anche dopo l'introduzione dell'Euro), continueranno a conservare il loro potere di affrancatura, senza alcun limite temporale.

Notevole è stato l'impegno per la migrazione all'Euro di tutte le procedure contabili adottate presso le strutture territoriali, mentre per quanto riguarda le procedure amministrative centrali Poste Italiane, anticipando la data di transizione all'Euro, ha adottato l'Euro come moneta di conto per la tenuta delle scritture contabili sin dall'esercizio 2001.

Il Consiglio di Amministrazione della Società del 4 aprile 2001 ha deliberato la conversione del Capitale sociale ai sensi dell'art. 17 del D.lgs. n°213 del 24 giugno 1998 e successive modifiche.

L'impegno di Poste Italiane continuerà nei prossimi mesi curando particolarmente quelle fasce di popolazione più deboli o che hanno maggiore difficoltà ad affrontare il cambiamento: le persone anziane, quelle che abitano lontano dai grandi centri e che vedono Poste Italiane non solo come operatore che offre un servizio, ma, anche e, soprattutto, come operatore di fiducia al quale chiedere informazioni.



## CAPITOLO 3

## LE DIVISIONI E LE LORO ATTIVITÀ

IL MODELLO ORGANIZZATIVO

La struttura organizzativa divisionale della Società e del Gruppo, definita con il Piano di Impresa, si è confermata quella più adatta per il perseguimento degli obiettivi prefissati. Tale modello operativo si sta consolidando e progressivamente evolvendo anche per tenere conto del mutamento del contesto in cui la Società opera.

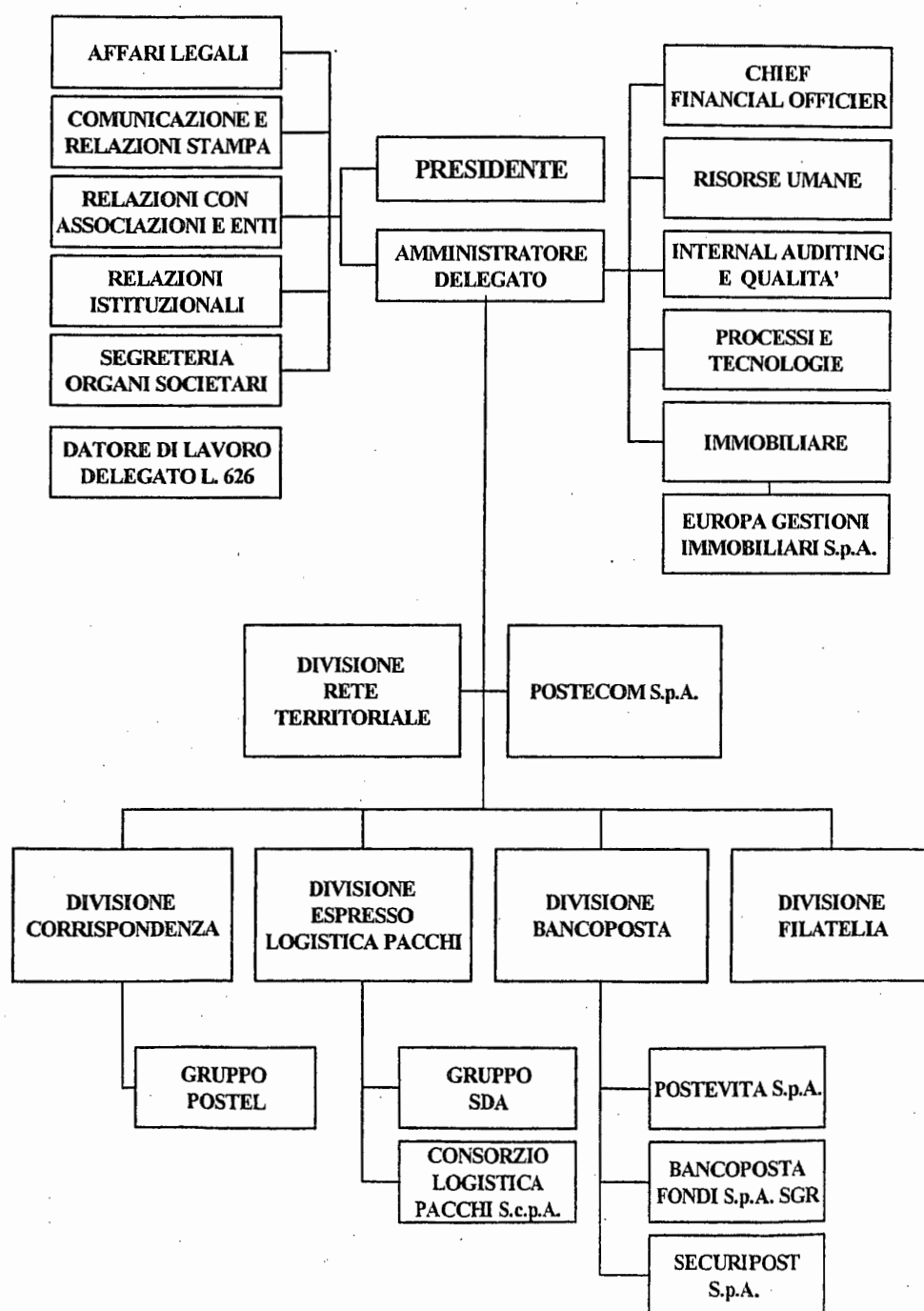
L'organizzazione di Poste Italiane si articola in:

- Tre grandi **Divisioni di Business** (Corrispondenza, Espresso-Logistica-Pacchi, BancoPosta) alle quali se ne aggiunge una più piccola (Filatelia). Alle Divisioni di Business fanno capo sia le rispettive strutture centrali che quelle decentrate sul territorio (Poli Corrispondenza, CUAS, ecc.), oltre alle società-prodotto, di cui Poste Italiane detiene il controllo azionario: Gruppo Postel (100%) per la Divisione Corrispondenza; Gruppo SDA (100%) e Consorzio Logistica Pacchi ScpA (76%) per la Divisione Espresso-Logistica-Pacchi; Poste Vita SpA, BancoPosta Fondi SpA SGR, Securipost SpA (tutte al 100%) per la Divisione BancoPosta.
- Due grandi **canali di accesso**, costituiti dalla rete degli Uffici Postali, delle Filiali e delle Direzioni Regionali (Divisione Rete Territoriale) e dalla infrastruttura Internet del sito [www.poste.it](http://www.poste.it) (Postecom Spa) ai quali si è recentemente aggiunto il Call Center nazionale che risponde in tutta Italia al numero 160. I canali di accesso, oltre a servire le Divisioni di Business, sviluppano prodotti e servizi propri.
- Le **strutture centrali di governo**, di controllo e di servizio, articolate in sette Direzioni Centrali (Immobiliare, Internal Auditing e Qualità, Processi e Tecnologie, Risorse Umane, Affari Legali, Comunicazione e Relazioni con la Stampa, Relazioni Istituzionali) in due Servizi Centrali (Relazioni con Associazioni ed Enti, Segreteria Organi Societari) e nella struttura del Chief Financial Officer. In particolare, attraverso l'integrazione delle Direzioni Centrali Amministrazione, Finanza, Strategia Pianificazione e Controllo di Gestione, è stata creata la funzione del Chief Financial Officer al fine di presidiare in maniera unitaria i processi di pianificazione, controllo operativo, amministrazione e finanza.

Talune Direzioni Centrali operano sul territorio attraverso loro strutture decentrate (esempio: Poli Immobiliari, Poli Tecnologici, Responsabili Regionali delle Risorse Umane, ecc.). Inoltre è operante la Struttura del Datore di Lavoro Delegato – Legge 626. A tale struttura, che garantisce il rispetto delle norme in tema di sicurezza sul lavoro e fornisce indirizzi ed esercita controlli sul territorio in materia di sicurezza sul lavoro, è stata inoltre attribuita la responsabilità (presidio delle attività tecniche, di locazione di vendita e di gestione) del patrimonio immobiliare residenziale.

Con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio immobiliare aziendale, la Direzione Immobiliare si avvale del supporto della società Europa Gestioni Immobiliari SpA, specializzata nella gestione e nella vendita degli immobili.

# STRUTTURA DI POSTE ITALIANE (con principali partecipazioni)





## **DIVISIONE CORRISPONDENZA**

### **CORRISPONDENZA**

La Divisione (51% del fatturato consolidato pari a 3.845 milioni di euro) ha la responsabilità dei prodotti di comunicazione cartacea (posta ordinaria, prioritaria, posta raccomandata, posta assicurata e stampe) e dei prodotti di natura telematica (Telegrammi, Fax e Teltex).

Ha la gestione di tutte le strutture operative per la logistica del settore, nonché la responsabilità del recapito in ambito urbano. Tramite la controllata Postel (100% Poste Italiane) è presente nel settore della Posta Ibrida.

Nel mese di dicembre 2001 è stata ridefinita l'articolazione della Divisione Comunicazioni Elettroniche (ridenominata "Direzione Operazioni Comunicazioni Elettroniche"). La nuova Direzione, garantisce tramite le tre Aree "Gestione CTR" (Centro Telegrafico Regionale), "nord", "centro" e "sud", l'erogazione dei prodotti di comunicazione elettronica tramite i CTR di propria competenza, ed è maggiormente focalizzata sul coordinamento e supporto tecnologico ai CTR, mentre le attività di sviluppo prodotti sono confluite all'interno della Direzione Prodotti di Base, nell'ottica di conseguire una maggiore unitarietà del processo di marketing divisionale.

La Divisione si articola in 5 Direzioni Centrali (Operazioni, Prodotti di Base, Commerciale, Posta Internazionale e Operazioni Comunicazioni Elettroniche) oltre ai servizi di staff. A livello territoriale è presente con 14 Poli, da cui dipendono 106 Centri della Rete per lo smistamento dei prodotti di corrispondenza, 12 Aree Commerciali e 171 Uffici di Recapito Urbano, di cui 77 "Metropolitani" e 94 di "Recapito Cittadino".

A fine dicembre 2001 la Divisione dispone complessivamente di 42.900 unità (comprese circa 2.200 risorse con contratto a tempo determinato), di cui circa 40.900 addette alla produzione.

### **Lo scenario competitivo**

I drammatici avvenimenti dell'11 settembre 2001 e il forte rallentamento della crescita dell'economia dei paesi industrializzati hanno condizionato negativamente il mercato della corrispondenza a livello mondiale. I fornitori nazionali di servizi postali che hanno maggiormente risentito di questa crisi sono l'operatore statunitense USPS e, anche per ragioni interne, quello britannico Consignia. Si prevede per entrambi gli operatori, diversamente dagli anni precedenti, un sostanziale deficit per l'anno 2001. L'USPS ha reagito alla crisi con un aumento delle tariffe e con l'affidamento in *service* a Federal Express di una parte consistente del trasporto della corrispondenza sul territorio nazionale. Consignia ha invece presentato un piano di drastico contenimento dei costi, da attuarsi sia riducendo ad una soltanto le consegne giornaliere di corrispondenza sia diminuendo il numero degli Uffici Postali. Consignia ha inoltre venduto a operatori privati svedesi la propria partecipazione azionaria in City Mail, il secondo operatore postale svedese (in quel paese il mercato è liberalizzato fin dal 1994) specializzato nella posta business presmistata.

Lo scenario del mercato postale italiano è caratterizzato da un processo di progressiva liberalizzazione. La normativa che regola il settore (Decreto

legislativo n° 261/99 e successivi provvedimenti attuativi) ha ridisegnato il sistema postale italiano, armonizzando il quadro giuridico con quello degli altri grandi Paesi europei.

Il provvedimento legislativo ha preparato il terreno ad una graduale apertura del settore alla concorrenza, recependo le indicazioni contenute nella Direttiva 97/67/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio Europeo.

In coerenza con le previsioni contenute nel D.Lgs. n.261/99, art.23, la Società ha stipulato accordi con le agenzie di recapito ex-concessionarie, che effettuano in nome e per conto di Poste Italiane il recapito delle raccomandate in ambito urbano. Tali accordi hanno permesso di non disperdere professionalità esistenti e al contempo hanno contribuito alla razionalizzazione delle attività di recapito urbano.

La progressiva liberalizzazione del mercato postale proseguirà secondo le tappe previste nella seconda Direttiva postale, che verrà recepita in Italia probabilmente entro la fine del 2002. Dal 2003 i limiti della riserva verranno portati a 100 grammi/3 volte la tariffa base della posta prioritaria. E' poi previsto dal 1° gennaio 2006 un ulteriore abbassamento delle soglie di peso/prezzo a 50 grammi/2,5 volte la tariffa base, e la liberalizzazione totale del mercato a partire dal 2009.

L'impatto della Seconda Direttiva sui prodotti postali può definirsi ridotto per quanto riguarda la posta ordinaria, dato che oltre il 90% degli invii gestiti è inferiore ai 50 grammi, mentre potrebbe essere significativo, per effetto del limite di prezzo, nel caso della corrispondenza descritta.

### **Principali iniziative del 2001**

Nel 2001 la Divisione ha consolidato e migliorato tutti i servizi, proseguendo nel processo di riorganizzazione della struttura logistica e del servizio di recapito.

Il totale rifacimento dei **centri di smistamento della corrispondenza** con l'introduzione delle più moderne tecnologie e la specializzazione di taluni centri sarà attuato con il "Progetto Nuova Rete Logistica". Nel 2001 è stata avviata la realizzazione del progetto di riorganizzazione totale. Nel frattempo, al fine di gestire al meglio tutta la fase di realizzazione del progetto, nel corso dell'anno i centri strategici di Milano e Roma sono stati interessati da una forte ristrutturazione tecnologica: installazione di sistemi integrati di smistamento lettere, lavorazione meccanizzata delle raccomandate, sistemi di movimentazione e di ripartizione dei contenitori. Gli altri centri di movimento a maggior traffico, per i quali si è recentemente chiusa la gara europea sono stati oggetto di interventi per il potenziamento degli impianti.

Sono, inoltre, in corso di revisione tutti i sistemi logistici e di trasporto, oltre che le procedure operative che regolano i rapporti con la rete degli Uffici Postali.

In tale contesto è proseguita anche l'attività di containerizzazione per la movimentazione e il trasporto di tutti i prodotti della Divisione che prevede l'utilizzo di tre tipologie di contenitori, distinti a seconda delle diverse caratteristiche fisiche degli invii e di Rolle-Container, carrelli di capacità differenziata per la movimentazione delle "cassette contenitori" verso i mezzi di trasporto e l'avvio diretto ai centri di destinazione.

Il miglioramento della qualità del servizio e la valorizzazione dell'attività del portalettere sono realizzati con il progetto **"Nuovi Uffici di Recapito Maggiori"**, che prevede interventi sulle aree di esubero e sulle attività di back office, azioni di carattere organizzativo e di revisione dei processi lavorativi nonché interventi sulle strutture, ambienti di lavoro e strumentazioni (nuovi veicoli, casellari, borse e divise). Il progetto, che interessa un totale di 386 uffici di recapito urbano ed extra-urbano, è stato completato in 146 uffici e si concluderà nei primi mesi del 2002.

E' in fase di ultimazione il **Nuovo Codice di Avviamento Postale** che si propone come strumento di ulteriore miglioramento della qualità e di sviluppo commerciale per le aziende italiane. La codifica integrata dell'avviamento e della distribuzione, operata aggiungendo alle cinque cifre attuali tre caratteri alfanumerici in grado di identificare ogni segmento di ogni via italiana, individua in modo univoco gli Uffici di recapito e i punti di recapito consentendo di semplificare e di ottimizzare le operazioni di smistamento e recapito. L'introduzione del nuovo codice alfanumerico sarà graduale ed interesserà solo le imprese mentre il vecchio sistema rimarrà sostanzialmente invariato per la corrispondenza dei privati.

Il sistema di **Tracking & Tracing (T&T)** di raccomandate e assicurate è stato completato con l'attivazione dei sistemi dedicati in tutti gli Uffici Postali e nei 4.000 Uffici Postali a maggior traffico è stato installato il sistema per il Nuovo Sportello Postale per l'accettazione e la vendita automatizzata di tutti i prodotti e servizi postali (prodotti di corrispondenza, inclusi i telegrammi, pacchi, postacelere e filatelia).

Con l'obiettivo di migliorare la qualità della **Posta Internazionale** sono state definite le specifiche funzionali per l'automazione delle procedure di sdoganamento della posta proveniente dall'estero, garantendo la tracciatura degli invii sino alla consegna e, per la Posta estera prioritaria, è proseguita l'attività di integrazione con le procedure automatizzate già esistenti nei Centri di Scambio Internazionali, che sarà estesa anche alla gestione dei nuovi prodotti e servizi (Prime, International Direct Mail, Direct Entry).

L'ambito di operatività della Divisione è stato ampliato anche con una politica di alleanze internazionali e di acquisizioni societarie.

Nel settore del Direct Mail/Direct Marketing è stato stipulato un accordo con TPG Post Group nel settore del "List Management" ed è stata costituita la società "Omnidata Italia", partecipata al 49%, per il lancio del servizio di "list-broking". Avvalendosi delle professionalità specifiche del gruppo, sarà sviluppato un data base relativo agli indirizzi e ai Codici di Avviamento Postale, di ausilio per l'attività di razionalizzazione del recapito e della distribuzione. Inoltre nei primi mesi del 2002 è stata finalizzata da Postel SpA l'acquisizione del 100% di una società di nuova costituzione (*Newco*) a cui è stato conferito il Ramo d'Azienda della Venturini & Company S.p.A. relativo a parte dell'attività di Direct Marketing svolta da Venturini. Si realizzerà così l'ingresso di Poste Italiane in un settore di rilevante potenzialità espansiva.

Anche il settore delle Comunicazioni Elettroniche è stato caratterizzato da un'intensa attività volta all'innovazione e al miglioramento dei prodotti.

Gli interventi hanno riguardato soprattutto i **Telegrammi**: nella primavera del 2002 è previsto il completamento dell'informatizzazione del servizio ed è allo studio l'ulteriore riduzione dei Centri Telegrafici Regionali che, passati da 231 a 13 nel 2000, saranno portati prima a 8 e poi a 3. Sono stati ridotti notevolmente i tempi di attesa per il prodotto telegramma da telefono ed è stato installato un nuovo software che permette l'accettazione automatizzata dei telegrammi da sportello in circa 1.300 Uffici Postali. Inoltre il servizio telegrammi da telefoni cellulari TIM, oggi disponibile per i cellulari con abbonamento (9186), sarà esteso nel 2002 ai cellulari con carta prepagata.

Il servizio **Telex**, ormai obsoleto e con traffico da tempo in forte contrazione, è stato chiuso il 31 dicembre 2001, come da accordi intervenuti con la Presidenza del Consiglio. Il "Teltex", che lo sostituisce, unisce alle caratteristiche del telex (sicurezza del contenuto dei messaggi, ricevuta di accettazione e consegna, certificazione) l'utilizzo della rete ISDN di Telecom Italia per la messaggistica nazionale e si interfaccia con le centrali telex per i messaggi internazionali. Al nuovo servizio hanno aderito circa 600 clienti tra Banche, Consolati, Ministeri, Società petrolifere e Broker. E' prevista un'implementazione del sistema per soddisfare l'esigenza di particolari clienti (soprattutto banche) di dialogare in tempo reale con i propri corrispondenti.

Nell'ambito dell'attività di razionalizzazione del servizio **Fax**, nel mese di febbraio, è stato siglato un accordo con Postel che consente agli Uffici Postali la trasmissione via fax di documenti attraverso la piattaforma Postelfax, con conseguente riduzione di costi di esercizio unitamente ad una maggiore sicurezza e qualità del servizio.

Nel processo di informatizzazione totale della Divisione Corrispondenza è stato implementato il modulo SAP - SD per la gestione informatizzata delle vendite integrate con la contabilità generale ed analitica e si segnala inoltre la gestione dei grandi clienti che, tramite collegamento Internet, prevede l'invio da parte del cliente del "preavviso di spedizione", il perfezionamento dell'operazione di accettazione e l'integrazione con le procedure di contabilità generale.

La trattazione dei reclami nazionali e internazionali è stata centralizzata presso strutture dedicate (Call Center specialistico) consentendo una gestione più controllata ed efficace degli stessi.

Infine, la Divisione ha portato a termine il complesso "Progetto Euro", relativo all'organizzazione, alla pianificazione e all'erogazione del servizio attinente la distribuzione delle monete Euro e al ritiro delle monete Lire. Il 27 dicembre si è conclusa la fase di "prealimentazione" con la distribuzione su tutto il territorio nazionale di circa 6.400 miliardi di monete metalliche in Euro e l'esecuzione di tutte le attività preordinate e connesse, quali trasporto, stoccaggio, custodia, movimentazione, lavorazione, monitoraggio e tracciatura, servizio di sicurezza. Il 1° gennaio 2002 è iniziata la fase di "alimentazione", per il ripristino delle scorte nei punti finali di distribuzione.

### Qualità nei Servizi Postali

La qualità dei servizi postali è velocemente migliorata secondo le linee previste dal Contratto di Programma e a conferma dell'efficacia delle azioni di reingegnerizzazione dei processi logistici intraprese dalla Divisione.

Nella tabella che segue sono riportati i risultati conseguiti, confrontati con gli obiettivi assegnati.

	<i>Consegna entro</i>	<i>Risultato 2000</i>	<i>Obiettivo 2001</i>	<i>Risultato 1° semestre 2001</i>	<i>Risultato 2° semestre 2001</i>	<i>Risultato 2001</i>
Posta Prioritaria *	1 giorno	82%	80%	81%	84%	83%
Posta Internazionale**:						
<i>in uscita</i>	3 giorni	90%	85%	90%	87%	88%
<i>in entrata</i>	3 giorni	88%	85%	91%	85%	88%
Posta Ordinaria*	3 giorni	84%	90%	87%	90%	89%
Posta Raccomandata***	3 giorni	87%	90%	89%	90%	90%

\* elaborazione su dati certificati International Post Corporation – Unipost Price Waterhouse e Research International per l'anno 2000 e su dati certificati da IZI su incarico del Ministero delle Comunicazioni per il 2001.

\*\* elaborazione su dati certificati International Post Corporation – Unipost External Monitoring System (UNEX)

\*\*\* Posta raccomandata è monitorata attraverso il sistema di tracciatura elettronica

La performance di Posta Prioritaria si è tenuta abbondantemente al di sopra dell'obiettivo fissato per il 2001 dal Piano d'Impresa assestandosi, nel secondo semestre, all'84%.

Posta Ordinaria, nonostante un primo periodo al di sotto dell'obiettivo fissato, nel secondo semestre 2001 ha conseguito il risultato pari al 90%, rispettando con un trend di crescita costante nel tempo, gli impegni assunti con il Contratto di Programma e incrementando di ben 25 punti percentuali il risultato ottenuto nel 1998.

Per entrambi i prodotti i risultati conseguiti assumono maggiore valenza se si considera l'incidenza del fenomeno "Antrace" scatenato da noti fattori esterni nell'ultimo trimestre dell'anno che certamente ha avuto un effetto negativo sulla qualità.

Tale fattore ha influito più pesantemente sui risultati di Posta Internazionale a causa della minore fluidità dei processi transfrontalieri, determinando l'interruzione del costante processo di crescita, che partiva da risultati del 1998 pari al 67% per la posta in uscita e al 44% per quella in entrata; gli obiettivi assegnati sono stati comunque rispettati.

Per quanto riguarda la Posta registrata si osserva che la Posta Raccomandata ha raggiunto, nel corso dell'anno, prestazioni sostanzialmente conformi agli obiettivi, attestandosi al 90% nel secondo semestre.

### Iniziative commerciali

Il 2001 è stato caratterizzato da importanti iniziative per la ristrutturazione del portafoglio prodotti nazionali ed internazionali.

Con D.M. del 26 aprile 2001 il Ministero delle Comunicazioni ha qualificato gli invii di corrispondenza, compresi nell'area di riserva, individuando quale riferimento esclusivo il peso e il prezzo e autorizzando Poste Italiane, nell'ambito della vigente struttura tariffaria stabilita per gli invii di corrispondenza riservati, a concludere specifici accordi con i clienti,

nell'ambito della tariffa massima stabilita. Conseguentemente, a partire dal luglio 2001, le tariffe di tipologie di prodotti normativamente non più contemplati, come fatture ed altri invii assimilati, sono state allineate a quelle della corrispondenza ordinaria.

In tale contesto il **portafoglio prodotti nazionali** è stato caratterizzato da:

- l'abolizione dei prodotti "stampe non periodiche" e "pacchetti e campioni" e la modifica delle tariffe relative agli "Invii promozionali", ai "Cataloghi di vendita per corrispondenza" e alle "Stampe inesitate restituite al mittente";
- la predisposizione del nuovo catalogo prodotti per il Direct Marketing che prevede due nuove tipologie di invii ("Corrispondenza a contenuto pubblicitario" e "Pubblicità diretta per corrispondenza") che dal 1° gennaio 2002 vengono commercializzate con il nome di **Posta Target**. Tale prodotto è destinato alla clientela di tipo business ed è utilizzabile esclusivamente per gli invii di corrispondenza a contenuto pubblicitario, promozionale e informativo nel caso di spedizioni di almeno 1.000 pezzi. Gli standard di qualità sono stati fissati in J+5 per il 70% degli invii nel 2001, per l'80% degli invii nel 2002, e per l'85% degli invii nel 2003;
- il lancio della nuova "**Assicurata a valore**" finalizzata all'acquisizione di nuovi clienti quali aziende orafe, Banche e Istituti di Credito, aziende che vendono per corrispondenza (VPC) e l'Istituto Poligrafico di Stato (Numismatica e Filatelia);

E' proseguita l'azione strategica volta allo sviluppo dei servizi integrati, che affiancano a quelli tradizionali servizi nuovi ad alto valore aggiunto, rivolti in particolare ad una clientela di tipo business. In particolare, nel novembre del 2001 è stata stipulata una Convenzione con il Ministero dell'Interno per la gestione della notifica dei provvedimenti del Prefetto, che si aggiunge ad altre, già operative, siglate con la Polizia Stradale, l'Arma dei Carabinieri, le Polizie Municipali, il Ministero di Grazia e Giustizia ed alcuni grandi Comuni.

Il **portafoglio prodotti internazionali** è stato caratterizzato da:

- l'introduzione, nel gennaio 2002, delle nuove categorie tariffarie **Premium ed Economy**, applicabili alla spedizione di Stampe Periodiche (esclusi Enti, Enti locali e Associazioni senza fine di lucro), agli invii promozionali e cataloghi di vendita per corrispondenza, ai pacchetti e ai libri per l'estero. Le nuove tariffe, che vanno a sostituire quelle vigenti, eliminano la sovrattassa aerea e i servizi accessori e la loro applicazione è condizionata alla spedizione di un quantitativo minimo;
- il lancio, avvenuto nel gennaio 2002, del servizio **IDM** (International Direct Mail) che permette di inviare prodotti di pubblicità diretta per corrispondenza all'estero con costi contenuti e modalità di accesso semplici ed agevoli. Il servizio nasce da un progetto condiviso dai nove più importanti operatori postali europei che hanno sottoscritto un accordo multilaterale per disciplinarne l'esecuzione.
- la firma di accordi di **Direct Entry** con la Danimarca, i Paesi Bassi, l'Inghilterra e la Norvegia. Il servizio, con cui è data ai clienti business la possibilità d'accesso diretto ai sistemi commerciali domestici, era già attivo dal 2000 con la Germania.

Nel 2001 è stato completato il nuovo "Catalogo dei prodotti per le famiglie" che, indicando le caratteristiche di tutti i prodotti e servizi offerti con le



relative tariffe e prezzi e con i principali elementi della Carta della Qualità, rappresenta uno strumento di semplice consultazione per ottimizzare l'uso dei servizi postali offerti da Poste Italiane alle famiglie.

Inoltre, secondo quanto previsto dall'art. 14 del D.Lgs. 261/99 e dalla Carta della Qualità dei servizi postali, è stata definita la procedura di conciliazione tra Poste Italiane e le Associazioni dei consumatori. La procedura, alla quale è possibile accedere per reclami relativi a spedizioni nazionali dei prodotti postali di corrispondenza indicati nella Carta della Qualità del servizio pubblico postale, dà la possibilità ai singoli clienti di giungere ad un accordo transattivo con Poste Italiane, prevenendo l'insorgere di un contenzioso in sede giurisdizionale.

Inoltre, nel corso dell'anno sono state concluse le campagne di vendita per l'8° Censimento Generale dell'Industria e dei Servizi condotto dall'ISTAT, con la consegna di circa 3,5 milioni di questionari e per le ASL, con la stipula di complessive 104 convenzioni per la consegna a domicilio dei certificati sanitari.

Infine è stato stipulato un accordo, aggiuntivo al contratto già in essere tra Poste Italiane e Info Camere, per consentire a Poste l'accesso diretto agli archivi delle Camere di Commercio (Sistema Telemaco) e l'emissione e il recapito dei certificati d'iscrizione nel Registro delle Imprese ai clienti che ne fanno richiesta tramite il servizio 186. Nella primavera del 2002 sarà avviata una campagna informativa sul servizio e saranno analizzate altre modalità d'accesso (da sportello e da Internet).



**Risultati commerciali**Corrispondenza

	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in migliaia di euro)		
	31.12.01	31.12.00	Diff. %	31.12.01	31.12.00	Diff. %
Posta Ordinaria	3.068.764	2.930.140	4,7%	1.259.203	1.169.299	7,7%
Posta Prioritaria	340.404	324.645	4,9%	326.873	298.100	9,7%
<b>Totale Corrisp. indescritta (a)</b>	<b>3.409.168</b>	<b>3.254.785</b>	<b>4,7%</b>	<b>1.586.076</b>	<b>1.467.399</b>	<b>8,1%</b>
Raccomandate	264.626	264.636	0,0%	781.273	762.394	2,5%
Atti Giudiziari	26.428	24.935	6,0%	147.509	130.026	13,4%
Assicurate	15.715	17.189	-8,6%	86.159	74.279	16,0%
Certificati elettorali	5.694	13.827	-58,8%	8.383	9.542	-12,1%
<b>Totale Corrisp. descritta (b)</b>	<b>312.463</b>	<b>320.587</b>	<b>-2,5%</b>	<b>1.023.324</b>	<b>976.241</b>	<b>4,8%</b>
Stampe Non Periodiche	584.196	613.345	-4,8%	175.451	188.165	-6,8%
Invii e Cataloghi VPC	441.940	444.683	-0,6%	68.293	67.180	1,7%
Pacchetti e Campioni	3.980	5.797	-31,3%	4.131	5.104	-19,1%
Invii senza Indirizzo	301.828	195.541	54,4%	23.167	13.187	75,7%
<b>Totale Posta Commerciale (c)</b>	<b>1.331.944</b>	<b>1.259.366</b>	<b>5,8%</b>	<b>271.042</b>	<b>273.636</b>	<b>-0,9%</b>
Stampe Periodiche in A.P.	1.592.025	1.540.451	3,3%	204.502	195.656	4,5%
Gadgets	5.610	11.404	-50,8%	810	1.367	-40,7%
Restituite al mittente	6.735	6.557	2,7%	979	1.027	-4,7%
Piegli di libri	5.041	14.403	-65,0%	3.312	7.500	-55,8%
<b>Totale Periodici (d)</b>	<b>1.609.411</b>	<b>1.572.815</b>	<b>2,3%</b>	<b>209.603</b>	<b>205.550</b>	<b>2,0%</b>
<b>Posta da estero (e)</b>	<b>231.707</b>	<b>226.322</b>	<b>2,4%</b>	<b>90.551</b>	<b>87.362</b>	<b>3,7%</b>
<b>Nolo Caselle Postali (f)</b>				<b>4.489</b>		<b>n.s.</b>
<b>Totale (a)+(b)+(c)+(d)+(e)+(f)</b>	<b>6.894.693</b>	<b>6.633.875</b>	<b>3,9%</b>	<b>3.185.085</b>	<b>3.010.188</b>	<b>5,8%</b>
<b>Integrazioni Tariffarie Editoria</b>				<b>320.573</b>	<b>255.954</b>	<b>25,2%</b>
<b>Totale Prodotti di Corrispondenza</b>	<b>6.894.693</b>	<b>6.633.875</b>	<b>3,9%</b>	<b>3.505.658</b>	<b>3.266.142</b>	<b>7,3%</b>
<b>Postel SpA - Ricavi da terzi</b>				<b>130.246</b>	<b>86.283</b>	<b>51,0%</b>
<b>Totale Gruppo Ricavi di Corrispondenza</b>	<b>6.894.693</b>	<b>6.633.875</b>	<b>3,9%</b>	<b>3.635.904</b>	<b>3.352.425</b>	<b>8,5%</b>
<b>Progetto Monete EURO</b>				<b>119.869</b>		

Nota: ai fini della comparabilità con l'anno 2001 nel 2000 i prodotti Cedole e Pacchetti sono stati riclassificati, rispettivamente, da Posta Commerciale a Posta Ordinaria, e da Posta Ordinaria a Posta Commerciale

I ricavi da mercato del settore Corrispondenza, al netto delle integrazioni per le riduzioni tariffarie che Poste Italiane pratica al settore dell'editoria (321 milioni di euro nel 2001), sono pari a 3.185 milioni di euro ed evidenziano una crescita del 5,8% rispetto al 2000. Complessivamente, l'incremento dei ricavi di corrispondenza (incluse le integrazioni tariffarie all'editoria) è pari al 7,3%.

Buono l'andamento dei volumi che si attestano a 6,9 miliardi di oggetti, con una crescita del 3,9 %, pur presentando andamenti diversificati all'interno dei singoli settori commerciali.