

RICAVI CORRISPONDENZA INDESCRITTA				
(valori espressi in migliaia di euro)				
Descrizione	2002	2003	Δ 03/02	Δ % 03/02
Posta Ordinaria	1.320.783	1.253.811	-66.972	-5,07%
Posta Prioritaria	307.732	323.055	15.323	4,98%
Totale Corrispondenza indescritta	1.628.515	1.576.866	- 51.649	-3,17%

6.1.2 Corrispondenza descritta

Il segmento della corrispondenza descritta, sul quale si sono riverberati gli effetti della liberalizzazione intervenuta nel 2003, è cresciuto nei volumi (+1,14%) e quasi in egual misura nei ricavi (+1,86%). L'operazione di contenimento delle perdite della gestione 2002, che si era conclusa con una diminuzione dei volumi (-6,8%) e dei ricavi (-2%), è stata attuata grazie al recupero dei prodotti "raccomandata" e "atti giudiziari", che compensano la contrazione delle "assicurate", dovuta sia al numero ridotto di convenzioni con i grandi clienti che alla conversione, sia pure parziale, in posta raccomandata.

VOLUMI CORRISPONDENZA DESCRITTA				
(dati espressi in migliaia)				
Descrizione	2002	2003	Δ 03/02	Δ % 03/02
Raccomandate	241.529	245.727	4.198	1,74%
Assicurate	18.734	15.509	-3.225	-17,21%
Atti Giudiziari	28.545	30.722	2.177	7,63%
Altro, Posta Registrata	2.487	2.648	161	6,47%
Totale Corrispondenza Descritta	291.295	294.606	3.311	1,14%

RICAVI CORRISPONDENZA DESCRITTA				
(valori espressi in migliaia di euro)				
Descrizione	2002	2003	Δ 03/02	Δ % 03/02
Raccomandate	726.824	746.171	19.347	2,66%
Assicurate	98.900	82.791	-16.109	-16,29%
Atti Giudiziari	171.221	186.450	15.229	8,89%
Altro Posta Registrata	6.012	6.240	228	3,79%
Totale Corrispondenza Descritta	1.002.957	1.021.652	18.695	1,86%

6.1.3 Posta Commerciale

Nella relazione sulla gestione relativa al 2002, il segmento della posta commerciale era apparso come il più critico della Divisione corrispondenza. Nel 2003, invece, si è verificata un'inversione di tendenza piuttosto decisa con un incremento dei volumi del 22,8% e dei ricavi cresciuti del 28,6%. La posta commerciale indirizzata si è avvalsa della crescita del "direct mail" ed in particolare della conversione in posta target degli invii di stampe periodiche, non più ammesse al regime tariffario agevolato. Si registra inoltre il crollo del prodotto "invii e cataloghi di vendita per corrispondenza".

VOLUMI POSTA COMMERCIALE				
(dati espressi in migliaia)				
Descrizione	2002	2003	Δ 03/02	Δ % 03/02
Posta Target	306.315	794.657	488.342	159,4%
Invii e cataloghi VPC	382.734	73.666	-309.068	-80,8%
Programmi Abb. Editoria	96.802	96.877	75	0,1%
Totale Posta commerciale	785.851	965.200	179.349	22,8%

RICAVI POSTA COMMERCIALE				
(valori espressi in migliaia di euro)				
Descrizione	2002	2003	Δ 03/02	Δ % 03/02
Posta Target	102.598	203.724	101.126	98,6%
Invii e cataloghi VPC	64.119	12.365	-51.754	-80,7%
Programmi Abb. Editoria	10.274	11.602	1.328	12,9%
Totale Posta commerciale	176.991	227.691	50.700	28,6%

Nell'ambito della posta commerciale non indirizzata, il prodotto "promoposta" ha determinato un deciso incremento dei volumi (+63,37%) e dei ricavi (+39,11%).

VOLUMI POSTA NON INDIRIZZATA				
(dati espressi in migliaia)				
Descrizione	2002	2003	Δ 03/02	Δ % 03/02
Posta non indirizzata	312.403	510.375	197.972	63,37%
Totale Posta non indirizzata	312.403	510.375	197.972	63,37%

RICAVI POSTA NON INDIRIZZATA				
(dati espressi in migliaia di euro)				
Descrizione	2002	2003	Δ 03/02	Δ % 03/02
Posta non indirizzata	23.352	32.486	9.134	39,11%
Totale Posta non indirizzata	23.352	32.486	9.134	39,11%

6.1.4 Periodici

I dati relativi al prodotto "periodici" riflettono l'entrata in vigore delle nuove condizioni tariffarie e la contrazione del numero degli editori titolati ad accedervi. Pertanto, a fronte di un calo dei volumi (-16,6%), ci sono stati maggiori ricavi (+ 10,7%).

VOLUMI PERIODICI				
(dati espressi in migliaia)				
Descrizione	2002	2003	Δ 03/02	Δ % 03/02
Stampe Periodiche in A.P.	1.539.946	1.283.045	-256.901	-16,7%
Piegli di libri	9.620	9.075	-545	-5,7%
Totale Posta periodica	1.549.566	1.292.120	-257.446	-16,6%

RICAVI PERIODICI				
(valori espressi in migliaia di euro)				
Descrizione	2002	2003	Δ 03/02	Δ % 03/02
Stampe Periodiche in A. P.	194.086	214.516	20.430	10,5%
Piegli di libri	5.285	6.278	993	18,8%
Totale posta periodica	199.371	220.794	21.423	10,7%

6.1.5 Comunicazioni Elettroniche

Il settore delle comunicazioni elettroniche continua a scontare la concorrenza degli altri operatori del settore. Questo, nonostante le iniziative intraprese nel corso dell'anno dalla Divisione Corrispondenza, che ha proceduto alla migrazione della clientela retail dal telegramma presso lo sportello verso il canale telefonico e di quella business sul prodotto Telgram; mentre, sul versante della Pubblica Amministrazione, ha definito l'offerta relativa al Fax certificato.

Sia i volumi che i ricavi risultano in perdita, conformemente agli ultimi esercizi e come illustrato nelle due relative tabelle.

Volumi Comunicazioni Elettroniche
(Dati espressi in migliaia)

DESCRIZIONE	Volumi al 31.12.2002	Volumi al 31.12.2003	Δ% 03/02
Telegrammi	16.997	16.476	-3,1%
Fax e Bureaufax	756	907	20,0%
Telex / Teltex	154	116	-24,7%
Certitel	84	82	-2,4%
Telegrammi da estero	217	194	-10,6%
Totale Comunic. Elettr.	18.208	17.775	-2,38%

Fonte: Relazione sulla gestione 2003

Ricavi Comunicazioni Elettroniche
(Valori espressi in migliaia di euro)

DESCRIZIONE	Ricavi al 31.12.2002	Ricavi al 31.12.2003	Δ% 03/02
Telegrammi	94.914	89.695	-5,5%
Fax e Bureaufax	1.251	1.408	12,5%
Telex / Teltex	1.736	1.130	-34,9%
Certitel	571	600	5,1%
Servizio diffusione	20	-	-100,0%
Telegrammi da estero	425	379	-10,8%
Totale Comunic. Elettr.	98.917	93.212	-5,77%

Fonte: Relazione sulla Gestione 2003

6.2 Divisione Espresso-Logistica-Pacchi

La Divisione Espresso, Logistica e Pacchi ha la responsabilità delle funzioni di corriere espresso per conto della clientela privata e di business, oltreché dei prodotti rientranti nel servizio universale. Si avvale, per la logistica, del gruppo SDA e del Consorzio Logistica Pacchi, costituito da Poste Italiane, da SDA e dalla società Bartolini.

L'attuale scenario concorrenziale di riferimento è caratterizzato dalla presenza di due gruppi di competitors, che attuano diverse strategie competitive. Da un lato le grandi multinazionali ed i grandi operatori nazionali, impegnati nell'ampliare il proprio raggio d'azione, arricchendo la propria offerta di servizi legati alla distribuzione delle merci; dall'altra, i piccoli corrieri, specializzati nell'assistenza personalizzata alla clientela con l'intento di fidelizzarla. Il mercato, quindi, indipendentemente dalle scelte operative attuate, è connotato da una

forte concorrenza e reso incerto dal persistere di problematiche legate alla sicurezza.

Nel corso del 2003 la Divisione Espresso e Logistica ha adottato una politica di rivisitazione dei processi lavorativi, in particolare quelli attinenti alla fase del recapito e presso la sportelleria, con lo specifico intento di migliorare i livelli qualitativi dei servizi resi. Di particolare rilevanza l'accordo, intervenuto con il Gruppo francese "la Poste", per l'utilizzo della flotta aerea della Federal Express, un network alternativo a quello rappresentato dalle poste olandesi, con la TNT, e tedesche, con la DHL. Non minore importanza ha rivestito, sotto il profilo commerciale, la rideterminazione delle tariffe, con il raggiungimento di risultati, in termini di fatturato, ritenuti soddisfacenti. In ultimo va segnalata l'autorizzazione, deliberata dal Consiglio di Amministrazione di Poste S.p.A. nella seduta dell'agosto 2003, alla vendita da parte della SDA della partecipazione azionaria del 20% nella società Bartolini. Questa operazione, che ha determinato un introito pari a circa cento milioni di euro, un valore quasi doppio rispetto al prezzo di acquisto del marzo 2000, appare in contrasto con le ragioni che ne avevano determinato l'acquisizione. Infatti i piani aziendali prevedevano che la società SDA, a partire dal 2005, avrebbe potuto esercitare un'opzione di acquisto sul rimanente 80% del capitale della Bartolini per poi scegliere se integrare le due strutture in un'unica realtà industriale oppure ricollocare la sola Bartolini sul mercato. Invece, preso atto del mutato contesto di riferimento, caratterizzato dalla flessione del settore dei pacchi e dall'incertezza dei mercati finanziari, Poste ha preferito focalizzare il proprio business sul segmento 0-30 kg. saturando la rete distributiva e logistica della SDA con l'assorbimento dei volumi di operazioni prima svolti dalla Bartolini.

I risultati commerciali raggiunti nel corso del 2003 hanno segnato un incremento del segmento corriere espresso sia nei volumi (+7,7%) che nei ricavi (+6,4%) rispetto all'esercizio 2002. In particolare, grazie agli adeguamenti tariffari intervenuti nel febbraio 2003, il postacelere nazionale segna un significativo +10,9% nei ricavi, nonostante un modesto aumento dei volumi (+0,2%). Buona la performance del paccocelere J+3 sia relativamente ai volumi che ai ricavi, cresciuti, rispettivamente, del 20,2% e del 23,6%. Quanto al gruppo SDA, i

volumi sono aumentati complessivamente dell'8,3% mentre i ricavi registrano un incremento del 3,8%. I "servizi dedicati" segnano, invece, una contrazione del 9,7%, dovuta alla perdita di importante clientela.

Volumi Corriere Espresso

(dati espressi in migliaia)

DESCRIZIONE	Volumi al 31.12.2002	Volumi al 31.12.2003	Variaz. + (-)
Postacelere			
Postacelere Nazionale	7.098	7.113	0,2%
Paccocelere J+3	3.872	4.654	20,2%
Postacelere Internaz. Export	1.185	1.118	-5,7%
Postacelere Internaz. Import	668	796	19,2%
TOTALE Postacelere	12.823	13.681	6,7%
Gruppo SDA			
Espresso Nazionale	23.382	25.232	8%
Espresso Internazionale	131	226	72,5%
Totale Gruppo SDA	23.513	25.458	8,3%
TOTALE Corriere Espresso	36.336	39.139	7,7%

Fonte: Relazione sulla Gestione 2003

Ricavi Corriere Espresso

(dati espressi in migliaia di euro)

DESCRIZIONE	Ricavi al 31.12.2002	Ricavi al 31.12.2003	Variaz. + (-)
Postacelere			
Postacelere Nazionale	57.033	63.274	10,9%
Paccocelere J+3	28.011	34.619	23,6%
Postacelere Internaz. Export	36.596	36.639	0,1%
Postacelere Internaz. Import	6.035	6.154	2,0%
TOTALE Postacelere	127.675	140.686	10,2%
Gruppo SDA			
Espresso Nazionale	143.615	153.642	7,0%
Espresso Internazionale	2.280	2.832	24,2%
Servizi dedicati	36.790	33.218	-9,7%
Altri ricavi	3.816	3.817	0,0%
Totale Gruppo SDA	186.501	193.509	3,8%
TOTALE Corriere Espresso	314.176	334.195	6,4%

Fonte: Relazione sulla gestione 2003

Sempre critica la situazione del pacco ordinario, ricompreso nell'offerta del servizio universale, anche in conseguenza della maggiore attrattiva esercitata sulla clientela dai prodotti che offrono un maggior valore aggiunto.

Anche la situazione ricavi ha riproposto le medesime criticità osservate nella passata gestione e se la perdita è stata limitata all'1,9%, ciò è riconducibile anche alla misura dei contributi riconosciuti dallo Stato a Poste italiane a titolo di integrazione per le riduzioni praticate al settore dell'editoria, corrisposti in misura maggiore del 40% rispetto al 2002.

Volumi Pacchi

(dati espressi in migliaia)

DESCRIZIONE	Volumi al 31.12.2002	Volumi al 31.12.2003	Variaz. + (-)
Pacchi Nazionali	23.634	22.977	-2,8%
Pacchi internazionali Export	389	336	-13,6%
Pacchi Internazionali Import	415	365	-12,0%
TOTALE PACCHI	24.438	23.678	-3,1%

Fonte: Relazione sulla Gestione 2003

Ricavi Pacchi

(dati espressi in migliaia di euro)

DESCRIZIONE	Ricavi al 31.12.2002	Ricavi al 31.12.2003	Variaz. + (-)
Pacchi Interni	70.965	66.139	-6,8%
Pacchi Internazionali Export	15.131	13.951	-7,8%
Pacchi Internazionali Import	3.050	2.828	-7,3%
Altri ricavi*	1.187	1.904	60,4%
Totale	90.333	84.822	-6,1%
Integrazione Riduz. Editoria	8.354	12.037	44,1%
TOTALE PACCHI	98.687	96.859	-1,9%

Fonte: Relazione sulla Gestione 2003

* Vendita contenitori pacchi

Un ultimo cenno riguarda la qualità. I prodotti, pur in linea con l'obiettivo stabilito per il 2003, segnano, comunque, un leggero scostamento in negativo rispetto al 2002, sulla base del sistema di tracciatura interno di Poste italiane.

6.3 Divisione Filatelia

Nel corso del 2003, in forza del nuovo contratto di programma in vigore per il triennio 2003-2005, la Divisione filatelia ha visto confermata la propria competenza alla distribuzione ed alla commercializzazione del prodotto filatelico. Come già osservato nella precedente relazione, il

passaggio alla moneta unica europea, avvenuto nel marzo del 2002, aveva determinato, per effetto della diversa indicazione del valore facciale del francobollo espresso in euro, un significativo interessamento verso il prodotto filatelico, non soltanto da parte dei collezionisti, ma anche di una vasta fascia di clientela occasionale. Questo aveva generato un sensibile aumento dei volumi delle vendite e dei conseguenti ricavi. L'impegno della Divisione Filatelia era, pertanto, quello di mantenere inalterato l'interesse della clientela, specie di nuova acquisizione, sviluppando iniziative capaci di fidelizzarne l'attenzione.

Tra le attività intraprese dalla Divisione vanno ricordate 48 nuove emissioni, per un totale di 66 valori, in leggera flessione rispetto alle 54 realizzate nell'anno precedente. L'attività promozionale ha coinciso con l'organizzazione delle mostre di Milanofil e di Romafil, oltretutto con la partecipazione ad eventi di carattere internazionale. E' inoltre proseguita l'iniziativa denominata "progetto scuola", ormai intrapresa da qualche anno, e tesa a diffondere il prodotto filatelico tra le nuove generazioni. In ambito commerciale è stato dato rilievo all'ampliamento dei canali di vendita, sia estendendo a tutti gli uffici postali l'opportunità di vendere francobolli, sia avvalendosi della rete internet che consente di offrire alla clientela un costante aggiornamento sulle novità di settore. Va in proposito rilevato che le vendite, nella modalità on-line, hanno registrato un incremento del fatturato pari al 28,8%.

I risultati commerciali, relativi al 2003, non hanno proseguito nel trend di crescita osservato nell'ultimo esercizio. Infatti, dall'esame delle tabelle di seguito riportate, si evidenzia un leggero decremento dei volumi di vendita (-0,4%), accompagnato da una conseguente flessione dei ricavi nella misura dell'1,1%.

VOLUMI FILATELIA

(dati espressi in migliaia)

2002	2003	diff. %
127.867	127.386	-0,4%

Fonte: Relazione sulla gestione 2003

RICAVI FILATELIA

(dati espressi in migliaia di euro)

2002	2003	diff. %
77.830	77.010	-1,1%

Fonte: Relazione sulla gestione 2003

6.4 Divisione BancoPosta

Lo scenario economico che ha caratterizzato il 2003 ha confermato il clima di incertezza dei mercati finanziari e monetari. La tradizionale propensione al risparmio delle famiglie italiane ha evidenziato un certo rallentamento, da un lato per effetto del generalizzato aumento dei prezzi e della crescita dei salari in misura non adeguata al costo della vita, dall'altro, per una preferenza ad investire nel settore immobiliare. Non minore importanza, in questo difficile quadro, ha rivestito il clima di sfiducia nei confronti di istituzioni economiche, alimentato soprattutto dal verificarsi di alcuni scandali finanziari, che ne hanno scosso la credibilità. Nonostante il difficile contesto di riferimento, la Divisione Bancoposta ha comunque mostrato un buon tasso di sviluppo con un incremento dei ricavi del 13,3% rispetto al 2002. E' necessario però sottolineare che tale trend di crescita, pur dovuto ad un'offerta di servizi ampia e di qualità, appare ascrivibile anche al concorso di altri fattori. In particolare, la riduzione degli interessi riconosciuti da Poste ai propri correntisti (dal 2% all'1,5%), che la Corte stima abbia comportato un beneficio di almeno 30 milioni di euro sul conto economico di Poste; e l'aumento del costo del bollettino postale, portato dal 1° gennaio 2003 da € 0,77 ad un euro, che ha prodotto maggiori proventi per circa 148 milioni di euro. Va inoltre data notizia dell'accordo, siglato nel 2004 tra Poste italiane e Banca Mediolanum S.p.A., della durata di tre anni, con il quale i clienti della banca potranno compiere operazioni di versamento e prelievo di contanti presso un qualsiasi ufficio postale sul territorio. Banca Mediolanum, che non ha alcuno sportello operativo, ma una rete di vendita composta da promotori finanziari, un call center e un sito internet per lo svolgimento delle normali operazioni, si assicura così, attraverso gli uffici postali, una penetrazione capillare sull'intero territorio nazionale. Va anche segnalato che Poste ha già raggiunto accordi con altri operatori del settore quali Fineco, Banca Sella ed Agos Itafinco.

La Corte si riserva di approfondire le tematiche accennate al fine di fornire un più completo riscontro nel prossimo referto al Parlamento.

La tabella di seguito illustrata evidenzia i risultati conseguiti nel 2003, confrontati con quelli relativi alla gestione 2002.

Ricavi Divisione BancoPosta
(dati espressi migliaia di euro)

Ricavi BancoPosta	2002	2003	D. 02/03
Conti Correnti:			
Bollettini	496.042	643.973	29,8%
Interessi netti	782.211	857.672	9,6%
Altri ricavi c/c	203.552	258.865	27,2%
Totale Conti Correnti:	1.481.805	1.760.510	18,8%
Trasferimento fondi	81.452	81.163	-0,4%
Risparmio postale e investimento:			
Libretti e Buoni postali	827.479	908.571	9,8%
Fondi di investimento	1.708	6.962	307,6%
Titoli di stato	5.851	2.731	-53,3%
Azioni e obbligazioni	144.561	177.347	22,7%
Polizze Vita	104.934	137.566	31,1%
Risparmio postale ed investimento	1.084.533	1.233.177	13,7%
Servizi Delegati	243.793	200.974	-17,6%
Altri prodotti	85.146	97.508	14,5%
Totale Ricavi Bancoposta	2.976.729	3.373.332	13,3%

Fonte: Relazione sulla gestione 2003

L'offerta proposta alla clientela, sia privata che business, dalla Divisione Bancoposta, si compone di :

- Prodotti transazionali
- Prodotti di risparmio e di investimento
- Prodotti per Imprese ed Enti
- Servizi delegati.

Prodotti transazionali

I prodotti transazionali sono destinati alla movimentazione di fondi sia sul territorio nazionale che in favore di residenti all'estero. Tra questi, il conto corrente postale, arricchito del nuovo servizio "scoperto di conto" e caratterizzato dalla protestabilità degli assegni, ha confermato il proprio trend ascensionale. Il numero dei conti correnti retail ha infatti raggiunto quota 3.563.000, con una giacenza complessiva superiore del 10,2% rispetto a quella registrata nel 2002. Gli interessi attivi lordi sono

aumentati di 127 milioni di euro, dai 986 del 2002 ai 1.113 del 2003; anche gli interessi passivi, riconosciuti alla clientela, sono cresciuti dai 204 milioni di euro del 2002 ai 255 del 2003. Il numero dei bollettini di conto corrente accettati segna, invece, un saldo negativo pari allo 0,6%.

CONTO CORRENTE POSTALE

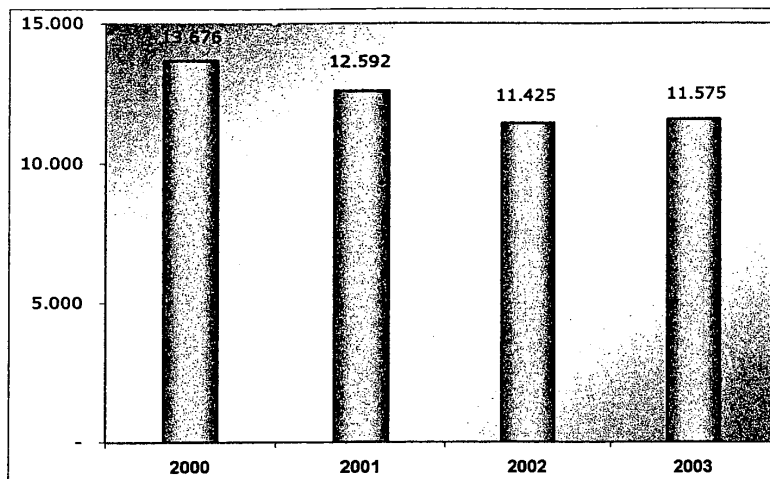
Conto corrente	2002	2003	D. 02/03
Numero conti correnti	2.783.000	3.563.000	28,0%
Numero operazioni (in migliaia)	652.000	655.663	0,6%
Giacenza (espressa in milioni)	24.266	26.731	10,2%
Ricavi (espressi in milioni)	1.481.805	1.760.510	18,8%

Fonte: Relazione sulla gestione 2003

Tra i servizi accessori al conto corrente postale va ricordata la commercializzazione della carta prepagata postepay. Si tratta di una carta di debito, disponibile in due versioni, standard e junior, con differenti plafond di ricarica. Non essendo il rilascio subordinato all'apertura di un conto corrente postale, non prevede alcun costo di gestione. Può essere utilizzata anche all'estero per fare acquisti, prelevare denaro presso gli sportelli automatici, oltrechè effettuare transazioni sulla rete internet con garanzia di sicurezza. Nell'ambito del trasferimento fondi si registra una lieve crescita dei volumi dei vaglia postali interni e dei vaglia on line con ricavi complessivi per circa 64 milioni di euro. Il settore internazionale, invece, pur trainato dal prodotto Bancoposta moneygram, segna una contrazione dei ricavi, scesi a circa 17 milioni di euro contro i 20,6 del 2002.

Vaglia Nazionali emessi

(volumi espressi in migliaia)

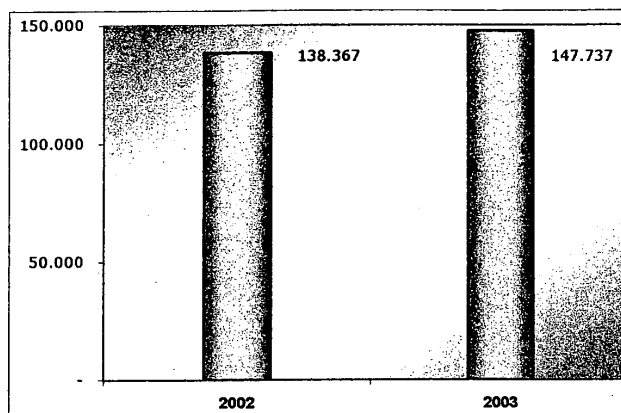
**Prodotti di risparmio e di investimento**

Nell'esercizio 2003 i libretti di risparmio ed i buoni postali hanno prodotto, nel loro complesso, ricavi per circa 908 milioni di euro, con un incremento del 9,8% rispetto alla gestione 2002, grazie all'effetto delle condizioni contenute nella nuova convenzione stipulata con la Cassa Depositi e Prestiti per il triennio 2003-2005. La consistenza dei libretti di risparmio postali, in particolare, ha segnato una crescita del 9,8%, passando dai 48.917 milioni di euro del 2002 ai 53.707 del 2003. Anche la consistenza dei buoni postali fruttiferi è cresciuta, raggiungendo 147.737 milioni di euro, dai 138.367 del 2002, con un incremento della raccolta netta del 6,8%. Positivo, in particolare, l'esito delle nuove sottoscrizioni del buono postale indicizzato che, alla scadenza dei sette anni, accanto all'interesse fisso predeterminato, prevede un premio variabile calcolato in base all'andamento dell'indice azionario Dow Jones Euro Stoxx 50.

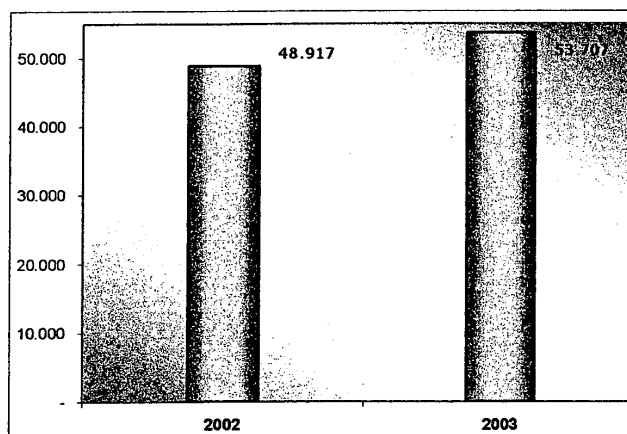
Consistenze (€/mln)	31.12.2002	31.12.2003	Raccolta netta	Δ 03/02
Libretti postali	48.917	53.707	4.790	9,8%
Buoni Postali fruttiferi	138.367	147.737	9.370	6,8%

Le consistenze sono comprensive degli interessi maturati

Buoni Postali Fruttiferi
(consistenze espresse in €/mln)



Libretti di Risparmio Postale
(consistenze espresse in €/mln)



In questa sede va dato conto di un'indagine avviata dalla Procura della Repubblica di Bologna, originata da un esposto anonimo, su ipotetici danni di natura economica derivati alla Cassa Depositi e Prestiti da anomale attività di investimento e di disinvestimento di buoni postali in tempi fra loro ravvicinati. Tali operazioni avrebbero determinato un incremento artificioso del volume di raccolta lorda sulla quale viene calcolata la remunerazione corrisposta dalla Cassa Depositi e Prestiti a Poste. In attesa della definizione di questa vicenda in sede penale, i corrispettivi dovuti dalla Cassa Depositi e Prestiti sono stati prudenzialmente calcolati decurtando dalla somma lorda di raccolta gli

importi relativi ad investimenti e disinvestimenti effettuati nell'arco di trenta giorni.

Non è mutato il trend discensionale della sottoscrizione dei titoli di Stato, tenuto conto che gli interessi corrisposti ai sottoscrittori risultano poco appetibili. I ricavi, conseguentemente, risultano inferiori nella misura del 53,3% rispetto al 2002.

Il settore del risparmio amministrato e gestito comprende prodotti quali obbligazioni, polizze vita, fondi immobiliari e fondi comuni di investimento. Tra questi, spicca il prodotto polizze vita, collocato dalla società controllata Postevita, che, con una raccolta di premi pari a 4,8 miliardi di euro, ha generato compensi di intermediazione per Poste pari a 138 milioni di euro, in crescita del 31,1% rispetto allo scorso anno. Sono inoltre state collocate obbligazioni strutturate a capitale garantito per 5,3 miliardi di euro, con ricavi per 166 milioni di euro. Buona anche la raccolta, se paragonata al 2002, dei fondi comuni di investimento, che collocano la controllata BancoPosta Fondi SGR all'ottavo posto della speciale classifica delle SGR in Italia.

Prodotti di finanziamento

Come è noto, Poste italiane non possiede le prescritte autorizzazioni all'erogazione del credito. I prodotti "prestito bancoposta" e "mutui", che sono stati realizzati in collaborazione con Deutsche Bank, hanno conseguito un interessante risultato, valutabile nel +200% per i mutui e +75% per i prestiti rispetto alla gestione 2002.

Prodotti per Imprese ed Enti

Nel corso dell'anno è stata ulteriormente definita l'offerta verso il settore delle Imprese e della Pubblica Amministrazione. Sono stati completati accordi con importanti organizzazioni quali FIEG (Federazione italiana editori giornali) ed ANACI (Associazione nazionale amministratori condominiali immobiliari) per la pubblicizzazione presso i propri associati del conto BancoPosta impresa e dei relativi servizi. In particolare, è stata commercializzata una nuova postamat aziendale che consente ad imprese, con propri agenti presenti sul territorio nazionale, di effettuare versamenti di contanti presso un qualsiasi ufficio postale.

E' proseguita l'attività di collaborazione con la Pubblica Amministrazione, mentre, nel settore dell'incasso e della rendicontazione dei tributi, sono stati stipulati 1.700 accordi con comuni e siglate 2.800 convenzioni.

Servizi Delegati

I servizi Delegati registrano un decremento dei ricavi pari al 17,6%. In particolare, le pensioni pagate per conto dell'INPS hanno comportato minori ricavi. Infatti, pur essendo rimasti costanti i volumi, in conseguenza dell'accredito di un numero sempre maggiore di pensioni sui conti correnti o sui libretti postali, Poste italiane percepisce per il servizio reso una commissione inferiore. E' invece diminuito il numero delle pensioni pagate per conto dell'INPDAP.

Altri prodotti

La voce altri prodotti comprende i ricavi riferibili a prodotti quali delega unica, modello unico, valori bollati ed altri residui servizi. Nell'anno in esame si rileva un incremento dei ricavi del 14,5% rispetto al 2002.

7 ATTIVITA' CONTRATTUALE

7.1 Premesse

Nelle precedenti relazioni, la Corte si è a lungo soffermata sulla attività contrattuale esercitata dalla Società.

L'attenzione riservata a tale settore di intervento, trae fondamento da plurime osservazioni.

Sotto un primo profilo, la materia di cui si tratta, risulta espressione, almeno in via teorica, della politica di razionalizzazione dei costi di una Azienda.

La razionalizzazione degli acquisti di beni e servizi, infatti, consente una riduzione dei costi utile al risanamento economico finanziario, ove si tratti di imprese che versano in precarie condizioni, ovvero al conseguimento degli utili, e se già conseguiti, al loro incremento.

Nell'indicato contesto è agevole iscrivere anche la normativa dell'ultimo decennio, intesa ad imporre alle pubbliche amministrazioni di procedere ad una corretta ricognizione e successiva programmazione delle esigenze di approvvigionamento, ad introdurre procedure finalizzate a rendere armonica la materia degli acquisti e ad affrontare costi più contenuti di quelli sopportati sulla base della previgente legislazione.

Proprio per rispondere alla esigenza imposta dall'ordinamento, di introdurre sistemi efficaci, efficienti ed economici negli acquisti, le Poste italiane, prima nella posizione di ente pubblico economico e, poi, in quella innovata, di società per azioni, hanno varato una serie di iniziative necessarie al riassetto del bilancio e, più in generale, al risanamento economico-finanziario, peraltro prescritti dalla legge n. 71 del 1994, e, poi, al conseguimento dei previsti utili a seguito della trasformazione in società per azioni.

Dette iniziative, riportate nelle precedenti relazioni, hanno interessato l'aspetto ordinamentale (elaborazione di disposizioni in tema di forniture e servizi, clausole generali di contratto) e quello strutturale (accentramento nella Direzione Centrale Immobili Acquisti - DCIA delle procedure di acquisto "centrali").

L'avvio operativo della DCIA è stato perfezionato all'inizio del 2003, dopo che, nel corso del 2002, era stata completata l'attività di analisi inerente alle procedure in atto, alle prassi, alla determinazione dei fabbisogni e al budget.