



PricewaterhouseCoopers SpA

RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE

Agli Azionisti di
Poste Italiane SpA

- 1 Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio d'esercizio di Poste Italiane SpA chiuso al 31 dicembre 2003. La responsabilità della redazione del bilancio compete agli Amministratori di Poste Italiane SpA. E' nostra la responsabilità del giudizio professionale espresso sul bilancio e basato sulla revisione contabile.
- 2 Il nostro esame è stato condotto secondo i principi e i criteri per la revisione contabile raccomandati dalla CONSOB. In conformità ai predetti principi e criteri, la revisione è stata pianificata e svolta al fine di acquisire ogni elemento necessario per accertare se il bilancio d'esercizio sia viziato da errori significativi e se risulti, nel suo complesso, attendibile. Il procedimento di revisione comprende l'esame, sulla base di verifiche a campione, degli elementi probativi a supporto dei saldi e delle informazioni contenuti nel bilancio, nonché la valutazione dell'adeguatezza e della correttezza dei criteri contabili utilizzati e della ragionevolezza delle stime effettuate dagli Amministratori. Riteniamo che il lavoro svolto fornisca una ragionevole base per l'espressione del nostro giudizio professionale. La responsabilità dei lavori di revisione contabile dei bilanci di alcune società controllate, che rappresentano circa il 36,5% e lo 0,6% rispettivamente della voce partecipazioni e del totale attivo, è di altri revisori.

Per il giudizio relativo al bilancio dell'esercizio precedente, i cui dati sono presentati ai fini comparativi secondo quanto richiesto dalla legge, si fa riferimento alla relazione emessa da altro revisore in data 17 aprile 2003.

- 3 A nostro giudizio, il bilancio d'esercizio di Poste Italiane SpA al 31 dicembre 2003 è conforme alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione; esso pertanto è redatto con chiarezza e rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria e il risultato economico della Società.
- 4 Come descritto nella nota integrativa, i saldi delle partite relative a BancoPosta includono posizioni che non trovano ancora una definitiva riconciliazione con i saldi delle singole forme tecniche rendicontate dalle specifiche gestioni operative. Gli Amministratori sottolineano che le azioni poste in essere hanno reso possibile

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

l'individuazione delle partite da riconciliare di tutte le forme tecniche definite "in tempo reale" e di buona parte di quelle "differite"; inoltre, allorché saranno realizzate tutte le iniziative in corso, sarà possibile l'allineamento tra i saldi della contabilità operativa di BancoPosta e della contabilità generale, fino a pervenire alla riconciliazione al momento della trasformazione in Ente e alla sistemazione delle partite in riconciliazione che, essendo relative ad operazioni di BancoPosta effettuate per conto terzi, in linea di principio non dovrebbero produrre effetti economici e sul patrimonio netto della Società.

Roma, 31 maggio 2004

PricewaterhouseCoopers SpA


Luciano Festa
(Revisore contabile)

ORGANI SOCIALI**Consiglio di Amministrazione**

<i>Presidente</i>	Prof. Avv. Enzo Cardi
<i>Vice Presidente Delegato</i>	Prof. Avv. Nunzio Guglielmino
<i>Amministratore Delegato e Direttore Generale</i>	Ing. Massimo Sarmi

Consiglieri

Rag. Franco Corlaita
Dott. Giovanni Grottola
Avv. Antonio Mazzone
Dott. Francesco Mengozzi (*)
Rag. Mauro Michielon
Prof. Avv. Giampaolo Rossi
Avv. Francesco Valsecchi

(*) In carica dall'8 marzo 2004

Collegio Sindacale

<i>Presidente</i>	Dott. Giancarlo Filocamo
<i>Sindaci effettivi</i>	Dott. Vincenzo Donato Dott. Antonio Pierri
<i>Sindaci supplenti</i>	Dott. Vito Monaco Dott. Alfredo Roccella

PAGINA BIANCA

RELAZIONE SULLA GESTIONE

PAGINA BIANCA

INDICE

- 1. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO**
 - 1.1 LO SCENARIO COMPETITIVO
 - 1.2 IL QUADRO NORMATIVO
- 2 CORPORATE GOVERNANCE**
- 3 LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA**
- 4. L'ATTIVITA' COMMERCIALE**
 - 4.1. CORRISPONDENZA
 - 4.1.1 L'ATTIVITÀ DEL PERIODO
 - 4.1.2 I RISULTATI COMMERCIALI
 - 4.2. CORRIERE ESPRESSO, LOGISTICA E PACCHI
 - 4.2.1 L'ATTIVITÀ DEL PERIODO
 - 4.2.2 RISULTATI COMMERCIALI
 - 4.3. FILATELIA
 - 4.3.1 L'ATTIVITÀ DEL PERIODO
 - 4.3.2 RISULTATI COMMERCIALI
 - 4.4. BANCOPOSTA
 - 4.4.1 L'ATTIVITÀ DEL PERIODO
 - 4.4.2 RISULTATI COMMERCIALI
 - 4.5 I SERVIZI INTERNET
- 5 RETE UFFICI POSTALI E STRUTTURE COMMERCIALI**
- 6. LE RISORSE UMANE**
 - 6.1 L'ORGANICO
 - 6.2 L'ATTIVITÀ DI FORMAZIONE
 - 6.3 LE RELAZIONI INDUSTRIALI
 - 6.4 I SISTEMI DI SVILUPPO
- 7. INVESTIMENTI**
 - 7.1 INVESTIMENTI FINANZIARI
 - 7.2. INVESTIMENTI INDUSTRIALI
 - 7.2.1 INFORMATIZZAZIONE E RETI DI TELECOMUNICAZIONE
 - 7.2.2 RICONFIGURAZIONE E RIQUALIFICAZIONE DEGLI UFFICI POSTALI
 - 7.2.3 LOGISTICA POSTALE
- 8. IL GRUPPO POSTE ITALIANE**
 - 8.1. INFORMAZIONI E DATI DELLE PRINCIPALI SOCIETÀ OPERATIVE
 - 8.1.1 AREA BUSINESS LOGISTICS
 - 8.1.2 AREA BUSINESS HIGH TECH
 - 8.1.3 AREA BUSINESS RETAIL
 - 8.1.4 AREA SHARED SERVICES
- 9. LA GESTIONE ECONOMICA, PATRIMONIALE E FINANZIARIA DI POSTE ITALIANE S.P.A. E DEL GRUPPO POSTE ITALIANE**
 - 9.1 LA GESTIONE ECONOMICA
 - 9.2 LA GESTIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA
- 10 FATTI DI RILIEVO SUCCESSIVI AL 31 DICEMBRE 2003**
- 11 EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**
- 12 PROPOSTE ALL'ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI**

PAGINA BIANCA

1. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

1.1 LO SCENARIO COMPETITIVO

Nel 2003, l'economia mondiale è stata interessata da una fase di crescita molto contenuta e non ha evidenziato segnali concreti di ripresa dell'attività produttiva, se non nell'ultimo trimestre.

A livello complessivo, gli elementi di rilievo fra loro interconnessi sono stati, da un lato il perdurare di un ritardo nella ripresa europea, dall'altro lo squilibrio della Bilancia Commerciale americana e del dollaro.

Negli Stati Uniti, le iniezioni di politica fiscale e una politica monetaria iperespansiva hanno stimolato la crescita, ma sono ancora molte le incognite, soprattutto legate al ciclo degli investimenti e alla disoccupazione, in merito alla sostenibilità e all'intensità della ripresa, influenzata peraltro da bassissimi tassi d'interesse. Il progressivo apprezzamento dell'euro sul dollaro (fin oltre la soglia di 1,20 sul finire dell'anno) e verso le valute ancorate al dollaro, unitamente alla persistente debolezza della domanda interna per consumi privati ed investimenti, ha frenato la dinamica delle esportazioni, rendendo ancora più difficile il recupero di competitività in Europa dove la crescita è sostanzialmente affidata alla domanda interna ed, in particolare, ai consumi. Il differenziale di crescita si mantiene ancora su livelli molto accentuati: il PIL USA è cresciuto nel terzo trimestre 2003 dell'8,2% rispetto al trimestre precedente. Nello stesso periodo, la crescita del PIL EU 15 è stata pari allo 0,4%.

Ad intaccare la ripresa nell'area euro, in attesa dell'effetto traino dell'economia americana, hanno contribuito anche le crisi istituzionali culminate nella revisione del Patto di Stabilità e che hanno evidenziato il rischio legato alle spinte centrifughe degli interessi nazionali.

Il 2003 ha rappresentato, per l'economia europea e italiana, un anno di forte rallentamento ciclico ed è stato contrassegnato dalla pesante crisi di fiducia tra risparmiatori e industria finanziaria. Gli andamenti dei mercati azionari hanno confermato la loro sensazione d'impovertimento e si è assistito ad un aumento della propensione al risparmio e all'adozione di comportamenti moderati nei confronti dei consumi. Gli scandali finanziari associati al lungo periodo di congiuntura negativa hanno contribuito a determinare il rischio di "corto circuito" fra risparmiatori ed imprese.

Nonostante i problemi provocati dal super euro e le tensioni politiche sul clima di fiducia degli operatori e del mercato, è prevista una buona crescita del PIL 2004. Le riforme del sistema sociale, del mercato del lavoro e della fiscalità sembrano essere le prime contromisure per una possibile inversione di tendenza volta a migliorare la competitività europea ed italiana.

Per quanto riguarda il mondo postale, per gran parte dei maggiori mercati europei il 2003 ha rappresentato un anno di stagnazione o di crescita molto contenuta dei volumi trattati; alcuni paesi, tra cui Svezia, Finlandia ed Olanda, hanno inoltre risentito in modo sensibile di fattori non congiunturali come l'*e-substitution*.

Per contrastare tale "depostalizzazione", gli operatori hanno messo in atto molteplici strategie di diversificazione. I *global players*, come le Poste olandesi e tedesche, hanno proseguito nella loro politica di investimenti ed acquisizioni nel comparto del Corriere Espresso e Logistica, soprattutto nei mercati asiatici, con risultati tuttavia ancora poco brillanti sul fronte della redditività. L'operatore inglese e quello francese, invece, hanno puntato da un lato a rendere più efficiente il settore della Corrispondenza, attraverso ingenti investimenti sul fronte dell'automazione, e, dall'altro, ad ampliare la gamma dei servizi finanziari offerti (mutui, prestiti personalizzati, prodotti di risparmio e polizze assicurative automobilistiche).

Il settore della Corrispondenza risente ancora della progressiva liberalizzazione del mercato; il perdurare dei problemi legati alla sicurezza postale continua inoltre a condizionare negativamente i volumi di traffico.

I principali operatori postali europei hanno risposto all'evoluzione del mercato riducendo il ricorso alle attività di *Merger and Acquisition* e preferendo la diversificazione geografica dei mercati, più in linea con le esigenze imposte dalla globalizzazione, e gli investimenti legati a programmi di ristrutturazione. Così, ad esempio, il "Programma Star" (integrazione ed ottimizzazione dei processi per garantire un'offerta integrata) messo in atto dall'operatore tedesco ha interessato nel corso del 2003 anche la Mail Division, riorganizzata per meglio rispondere all'aumento delle attività internazionali del Gruppo.

Per quanto riguarda il settore Logistica e Corriere, lo scenario competitivo risulta caratterizzato dalla presenza sul mercato di due gruppi di *competitors* che attuano strategie diverse: da una parte, le grandi multinazionali e i grandi operatori nazionali, che progressivamente stanno ampliando il loro raggio d'azione, proponendosi come integratori globali della logistica aziendale ed offrendo vari servizi connessi alla distribuzione di documenti e merci, ancorché in questa strategia i risultati ottenuti sono stati comunque non brillanti; dall'altra, i piccoli corrieri nazionali, che mantengono e sviluppano il business attraverso politiche di *pricing* e di fidelizzazione della clientela attraverso sistemi di assistenza personalizzata. Alla forte concorrenza, che impone prodotti sempre più diversificati e sofisticati, si aggiungono i problemi legati alla sicurezza ed ai controlli, che determinano un progressivo allungamento dei tempi di lavorazione.

Con riferimento all'area BancoPosta, nel corso del 2003 la formazione del risparmio delle famiglie italiane è stata influenzata negativamente dalla debole dinamica del reddito disponibile

e dall'elevata propensione agli investimenti nel comparto immobiliare, facendo registrare nel primo semestre dell'anno una contrazione rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente. Pur mantenendosi elevata la preferenza per la liquidità, il miglioramento dei mercati finanziari registrato nella seconda metà dell'anno ha indotto gli investitori privati ad una cauta diversificazione delle giacenze accumulate negli anni precedenti a favore di prodotti finanziari caratterizzati da un contenuto profilo di rischio/rendimento (in particolare fondi di liquidità e obbligazionari a breve termine) o di matrice assicurativa (unit/index linked).

L'evoluzione non favorevole del contesto operativo delle banche, rappresentato dalla riduzione dei margini reddituali e dalle difficoltà persistenti nello sviluppo di servizi di gestione del risparmio ha indotto i maggiori gruppi creditizi a adottare politiche di razionalizzazione delle strutture produttive e distributive di elevata complessità organizzativa. Gli sforzi di riposizionamento di intere strutture bancarie e finanziarie su scala nazionale ed il contestuale deterioramento del capitale di fiducia del sistema bancario italiano correlato al susseguirsi di crack finanziari domestici hanno offerto spazi per un aumento della penetrazione commerciale dei sistemi di offerta degli intermediari di minori dimensioni, che si differenziano per un forte radicamento sociale nei mercati locali (ad es. le Banche di Credito Cooperativo).

La politica commerciale sempre più orientata alla cura dei clienti Retail ha acceso la competizione degli Istituti di Credito. Ciò nonostante, BancoPosta è riuscita a mantenere un vantaggio di competitività, frutto del profondo radicamento sul territorio, dell'affidabilità del marchio e di un'offerta di servizi di qualità a basso costo. Si è inserita nel business delle carte di credito prepagate e revolving (Postepay e Bancoposta Ricaricabile) ed ha pianificato interventi volti ad incrementare le infrastrutture per i servizi accessori al conto.

Nei riguardi del segmento delle imprese di piccola dimensione, che rappresentano un target di riferimento per il sistema BancoPosta, la domanda di finanziamenti si è mantenuta vivace nella componente a medio lungo termine in tutti i settori produttivi, mentre la componente a breve ha fatto registrare sostanzialmente un arresto.

Servizi Internet

La penetrazione di Internet in Italia è stata negli anni passati piuttosto contenuta e in ogni modo inferiore alla media europea. Anche per questo motivo la crescita degli utenti Internet e degli acquisti on line sono in sensibile aumento.

Sulla scia del successo ottenuto con i servizi finanziari on line e con i servizi di e-government, Postecom, del Gruppo Poste Italiane, ha rivisto la propria strategia di mercato focalizzando la

propria attività su opportunità di business selezionati e più strettamente attinenti alle proprie specificità.

Il percorso di integrazione di Poste Italiane con la Pubblica Amministrazione attraverso i servizi di e-government ha consentito di porre le basi per la realizzazione di prodotti mirati quali lo “Sportello postale virtuale” all’interno dei portali delle Pubbliche Amministrazioni. Notevole è stato il successo dei servizi on line banking. Il sito di Poste Italiane è uno dei più visitati in Italia.

1.2 IL QUADRO NORMATIVO

Servizi postali

Il 1° gennaio 2003 è entrata in vigore la nuova Direttiva sui servizi postali (Direttiva 2002/39/CE del 10 giugno 2002, in G.U.C.E. il 5 luglio 2002) che ha stabilito le tappe di liberalizzazione del settore postale.

In sintesi, la nuova normativa comunitaria prevede:

- tre fasi successive per la riduzione dei limiti di peso/prezzo dell’area riservata (due intermedie nel 2003 e 2006, ed una finale nel 2009, subordinata ad una valutazione di impatto sulla sostenibilità del Servizio Universale da parte della Commissione Europea e ad una pronuncia in “codecisione” da parte del Consiglio e del Parlamento Europeo);
- la liberalizzazione della posta transfrontaliera in uscita. La Comunità ha tuttavia previsto la possibilità di mantenerla in riserva nei Paesi ove ciò sia necessario a garantire la fornitura del servizio universale in condizioni di equilibrio economico;
- l’obbligo, per i fornitori del servizio universale, del rispetto dei principi di trasparenza e non discriminazione nell’applicazione di riduzioni tariffarie a singoli clienti o ai consolidatori che accedono al circuito postale a condizioni e in punti diversi;
- l’estensione delle procedure per i reclami anche ad altri operatori autorizzati, compresi i titolari di licenza;
- il divieto di sussidi incrociati dall’area riservata ad elementi del servizio universale, con l’eccezione dei casi in cui venga dimostrato che tali sussidi siano necessari per il soddisfacimento degli obblighi di servizio universale imposti nell’area competitiva, e l’attribuzione all’Autorità nazionale di regolamentazione del compito di adottare i necessari provvedimenti.

I nuovi limiti della riserva (100 grammi e 1,86 euro, pari a tre volte la tariffa base della posta prioritaria), sono stati applicati in Italia dal 1° gennaio 2003, anche a tutta la posta transfrontaliera in uscita, ritenendo applicabile alla realtà italiana la deroga prevista dalla Nuova

Direttiva in tema di mantenimento della riserva. La conseguenza più rilevante della riduzione della soglia di prezzo è stata la liberalizzazione delle raccomandate, ad eccezione di quelle utilizzate nelle procedure amministrative e giudiziarie. Le misure descritte sono state assunte dal Ministero delle Comunicazioni con deliberazione del 18 dicembre 2002, nelle more del perfezionamento del nuovo decreto legislativo che recepirà la Direttiva comunitaria, modificando in conseguenza il D. Lgs. N.261 del 1999. Il decreto risulta approvato dal Consiglio dei Ministri l'11 dicembre 2003, previo parere favorevole delle Commissioni Parlamentari competenti ed è stato pubblicato in G.U.R.I..

In ambito comunitario si inserisce la decisione del 23 ottobre 2003, della Commissione Europea che ha autorizzato fino al 31 dicembre 2006 il V° Accordo REIMS per la remunerazione delle spese terminali, sottoscritto da tutti gli operatori degli Stati membri dell'UE, ad eccezione dell'Olanda, e dagli operatori di Svizzera, Norvegia e Islanda.

L'accordo è finalizzato ad allineare la remunerazione del recapito della posta transfrontaliera in entrata agli effettivi costi del servizio. In caso di mancato raggiungimento degli obiettivi di qualità, sottoscritti dalle parti (l'Italia è tenuta a recapitare il 90% della posta transfrontaliera in entrata entro un giorno dall'ingresso al centro di scambio internazionale) scatta un meccanismo di penalità che comporta una riduzione delle tariffe. L'Accordo REIMS incentiva perciò gli operatori pubblici a mantenere elevati standard qualitativi.

In considerazione della liberalizzazione della posta transfrontaliera in uscita stabilita dalla Direttiva comunitaria, la Commissione europea ha subordinato l'autorizzazione dell'accordo all'accesso alle tariffe REIMS anche da parte degli operatori postali privati.

Altri provvedimenti nazionali di rilievo hanno riguardato:

- la definizione da parte dell'Autorità di Regolamentazione, con le deliberazioni del 15 gennaio e del 1° luglio 2003, degli standard di qualità per i prodotti soggetti ad obbligo di universalità per il triennio 2003-2005:

Prodotto	Obiettivo	Target			Affidabilità
		2003	2004	2005	
Posta ordinaria	J+3	92%	93%	94%	J+4 al 97% (solo nel 2003) J+5 al 99% (costante nei tre anni)
Posta prioritaria	J+1	87%	87%	88%	J+2 al 98% (solo nel 2003) J+3 al 99% costante nei tre anni)
Posta registrata	J+3	92%	92%	92,5%	J+5 al 99% (costante nei tre anni)
Pacco ordinario	J+5	91%	92%	93%	non previsto

Si tratta di standard molto ambiziosi, anche se raffrontati a quelli vigenti in altri Paesi europei. Ad esempio, in Germania lo standard di consegna della posta prioritaria è dell'80% in J+1, mentre in Francia il nuovo contratto di programma tra lo Stato e *La Poste* fissa un obiettivo a tendere (cioè da raggiungere entro il 2007) dell'85% in J+1.

Tali obiettivi trovano recepimento nello Schema di Contratto di Programma e nella nuova Carta della Qualità del servizio postale universale.

Le Nuove linee guida per il settore postale, la manovra tariffaria, il Contratto di programma 2003-2005

Il 29 settembre 2003 il CIPE ha approvato, su proposta del NARS, le nuove Linee guida di regolazione del settore postale. Il nuovo sistema regolatorio è costruito sulla base di un coordinamento logico-temporale tra Contratto di programma, Piano di impresa e politiche tariffarie e stabilisce, in particolare, i criteri e i limiti degli adeguamenti tariffari e l'andamento dei trasferimenti statali nel triennio. Gli adeguamenti tariffari, saranno stabiliti con cadenza triennale in conformità ad un meccanismo di price-cap; un sistema di calcolo che consente di adeguare le tariffe dei prodotti regolati, tenendo in considerazione l'andamento dell'inflazione ed il miglioramento della qualità postale conseguito dall'azienda.

I trasferimenti statali a parziale copertura dell'Onere di Servizio Universale dovranno presentare nel triennio 2003-2005 un andamento decrescente in termini reali. La definizione degli importi dovrebbe tenere conto, attraverso un meccanismo di subsidy cap, da un lato del tasso programmato d'inflazione, dall'altro del recupero di produttività cui l'azienda s'impegna con il Piano d'impresa.

Sulla base delle nuove Linee Guida, ed in coerenza con quanto previsto in materia dal D. Lgs. n.261 del 1999, art.13, il Ministero delle Comunicazioni, con propria deliberazione del 23 dicembre 2003, ha adottato dal 1° gennaio 2004 le nuove tariffe e i nuovi prezzi per posta prioritaria, ordinaria, raccomandata e assicurata per l'interno e per l'estero, intervenendo su tariffe pressoché immutate dal 1997. Con l'occasione sono stati anche rivisitati gli scaglioni di peso, che passano da 5 a 7, al fine di consentire alla clientela una scelta più aderente alle proprie necessità di spedizione.

Lo schema di Contratto di programma concordato tra azienda e Ministero delle Comunicazioni nel corso del 2003, che regola i rapporti tra azienda e Stato per il triennio 2003-2005 relativamente agli obblighi di servizio universale, è stato oggetto di delibera del CIPE che ha espresso parere favorevole in data 5 marzo 2004.

Le Tariffe agevolate all'editoria e al non-profit

Durante l'esercizio 2003, l'incertezza del quadro normativo relativo ai soggetti aventi titolo alle agevolazioni ha causato l'insorgere di contenziosi amministrativi non ancora definitivamente risolti ed ha comportato l'insufficienza degli stanziamenti statali per le integrazioni.

Il 29 dicembre 2003 è stato pubblicato in G.U.R.I. il decreto-legge che riordina la materia, confermando in via definitiva l'obbligo per l'Azienda di praticare tariffe agevolate ai settori riconosciuti come meritevoli di tutela e ridisegnando nuovamente la platea dei beneficiari delle agevolazioni. Il decreto è stato convertito in legge n. 46 del 27 febbraio 2004.

Con effetto dal 1° gennaio 2004 possono accedere alle tariffe agevolate i prodotti editoriali per l'interno di imprese editrici iscritte al Registro degli operatori di comunicazione (ROC) e delle imprese editrici di libri. Accedono altresì alle agevolazioni per l'interno e per l'estero le associazioni ed organizzazioni senza fini di lucro, i partiti politici, gli ordini e le associazioni professionali ed i sindacati. Per quanto riguarda i prodotti editoriali, restano esclusi dalle agevolazioni i periodici per i quali i relativi abbonamenti siano stati stipulati, a titolo oneroso, direttamente dai destinatari, per una percentuale ora inferiore al 50 per cento (60% nella normativa precedente) del totale degli abbonamenti.

BancoPosta

L'adeguamento dell'operatività del BancoPosta alla normativa del settore bancario è proseguito ulteriormente con la pubblicazione, il 16 gennaio 2003, del D.P.R. n.298/02 che apporta modifiche al Regolamento BancoPosta (D.P.R. n. 144/01), al fine di consentire l'applicazione dell'istituto del protesto anche agli assegni postali.

Con provvedimento del 26 agosto 2003 (G.U. 24 settembre 2003), la Banca d'Italia ha disposto, ai sensi dell'art.13, comma 2, della delibera del CICR del 4 marzo 2003, che dal 1° ottobre 2003 devono essere applicate alle attività di BancoPosta, di cui al D.P.R. n.144/01, le Istruzioni di vigilanza in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari (Titolo X, capitolo1).

Decreto Legislativo n. 196 del 30 giugno 2003

In ottemperanza a quanto disposto dal D.Lgs. 196 del giugno 2003, la Società sta procedendo alla predisposizione di un documento programmatico sulla sicurezza nel trattamento dei dati personali.

2 CORPORATE GOVERNANCE

Poste Italiane si è dotata da tempo, sia come holding, sia a livello di Gruppo, di un sistema organizzativo e di governo societario ispirato alla best practice riscontrabile in ambito internazionale. In particolare, sono state definite regole specifiche per la definizione delle responsabilità formali e sostanziali riguardanti le principali funzioni di governo aziendale e inserite in un processo di continuo miglioramento del sistema di controllo interno per la verifica del raggiungimento degli obiettivi aziendali e dell'efficienza dei processi utilizzati. Inoltre, la Società si è dotata di un'apposita struttura, la Direzione Internal Auditing, preposta, tra l'altro, alla verifica ed al monitoraggio del sistema complessivo di controllo interno.

Poste Italiane S.p.A. è posseduta dal Ministero dell'Economia e delle Finanze per il 65% e per il restante 35% dalla Cassa Depositi e Prestiti, recentemente trasformatasi in S.p.A.. L'Assemblea si riunisce periodicamente per deliberare sulle materie ad essa riservate dalla legge.

Il *Consiglio di Amministrazione* è composto da 10 membri e si riunisce, di regola, una volta al mese. E' investito dei più ampi poteri per l'amministrazione ordinaria e straordinaria della Società, esclusi quelli che la legge riserva all'Assemblea. Nel corso del 2003 si è riunito 11 volte.

Al *Presidente* sono attribuiti i poteri di rappresentanza legale della Società, anche nei rapporti con le Istituzioni, la cura degli affari legislativi, la sovrintendenza all'attività dell'Ufficio legale e, di concerto con l'Amministratore Delegato, a quella della Comunicazione. È inoltre responsabile del funzionamento e del coordinamento delle attività del Consiglio.

Il *Vice Presidente* sostituisce il Presidente in caso di sua temporanea assenza o impedimento. Inoltre, di concerto con il Presidente e l'Amministratore Delegato, segue i rapporti con gli organismi internazionali (in particolare l'Unione Europea), con il Ministero dell'Economia e con gli organi istituzionali. Ha competenze specifiche in materia di contenzioso comunitario e coordina i rapporti istituzionali concernenti le misure antiriciclaggio.

All'*Amministratore Delegato* sono conferiti tutti i poteri per l'amministrazione della Società.

Il *Collegio Sindacale* è costituito da 3 membri effettivi, nominati dall'Assemblea dei soci e si è riunito 26 volte.

Poste Italiane S.p.A., in base alla Legge 21 marzo 1958 n.259, che sottopone all'esame del Parlamento la gestione finanziaria degli Enti cui lo Stato contribuisce in via ordinaria, è soggetta al controllo della Corte dei Conti sulla gestione del bilancio e del patrimonio. Il controllo, svolto anche in corso d'esercizio, riguarda la verifica della legittimità e della regolarità delle gestioni, nonché il funzionamento dei controlli interni.

Nel corso del 2003 è proseguito il processo d'implementazione degli strumenti di Corporate Governance del Gruppo Poste Italiane, accentrando l'attività nella Direzione Amministrazione Finanza e Controllo. Sono state armonizzate le procedure per l'attribuzione della remunerazione ai consiglieri delle società partecipate ed è stato avviato, e pressoché concluso, un progetto per l'armonizzazione del sistema delle deleghe nelle Società del Gruppo. Nell'ultima parte del 2003 è stata avviata una valutazione del sistema di Corporate Governance del Gruppo Poste Italiane per la definizione degli interventi prioritari da realizzare per migliorare il sistema.

In tale ottica, nel mese di gennaio 2004, il Consiglio di Amministrazione di Poste Italiane ha approvato la nuova Mappa Interrelazioni di Gruppo, che recepisce le modifiche avvenute nella struttura organizzativa del Gruppo ed introduce nuove attività su cui effettuare il coordinamento. Il documento, già approvato dal Consiglio di Amministrazione di Poste Italiane nell'ottobre del 2001, ha l'obiettivo di fornire al Gruppo Poste Italiane un sistema di regole di natura comportamentale e tecnica che assicuri un coerente governo societario, al fine di garantire il coordinamento nella gestione delle fasi decisionali relativamente ad aspetti, problematiche e attività che sono di interesse e/o importanza strategica o che possono presentare effetti di portata tale da generare significativi rischi patrimoniali per il Gruppo Poste Italiane.

In data 3 marzo 2003 il Consiglio di Amministrazione di Poste Italiane ha approvato il "Modello Organizzativo ai sensi del D.Lgs. 231/2001", esimente dalla responsabilità amministrativa delle persone giuridiche prevista dal decreto stesso, definendo un sistema di regole comportamentali e di controlli diretti a prevenire la commissione dei reati previsti dal decreto. Il Consiglio ha individuato il Responsabile della Direzione Internal Auditing quale organismo (Compliance Officer) preposto all'osservanza ed al funzionamento del modello.

Sono in fase di definizione i modelli organizzativi delle società del Gruppo conformemente alle linee guida contenute nel modello di Poste Italiane.

3 LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

L'attuale modello di funzionamento, che assume la centralità del cliente come principio base, nei suoi tratti essenziali è caratterizzato da:

- un sistema di canali di accesso (Divisione Rete Territoriale, Direzione Commerciale Business, Chief Marketing Office) specializzati per segmenti di mercato (Top Account, Large Account, Small Medium Enterprise, Small Medium Business, Pubblica Amministrazione Centrale e Locale, Small Office Home Office, Retail) e responsabili dello sviluppo e della gestione del front-end commerciale;
- Divisioni di prodotto (Corrispondenza, BancoPosta, Espresso-Logistica-Pacchi, Filatelia) responsabilizzate sullo sviluppo dei prodotti/servizi di competenza e sulla gestione delle operatività connesse all'erogazione degli stessi;
- funzioni centrali di governo, controllo e erogazione di servizi a supporto dei processi di business.

Sia le Divisioni che altre strutture centrali hanno proprie articolazioni territoriali specifiche in funzione delle attività produttive svolte.

Nel corso del 2003 è proseguita l'attività di orientamento della struttura organizzativa verso la logica di integrazione, riposizionamento sul mercato e di rafforzamento delle proprie specificità e competenze. Tale rafforzamento si è realizzato attraverso:

- l'*integrazione degli asset aziendali* per lo sfruttamento delle sinergie;
- la *focalizzazione sui processi chiave* di innovazione ed erogazione dei servizi;
- lo *sviluppo di shared services* per la gestione dei processi di supporto.

Gli eventi di rilievo si inseriscono, quindi, in un quadro di ulteriore sviluppo di tali linee guida ed hanno portato alla istituzione:

- della Direzione Commerciale Business, creata con l'obiettivo di massimizzare lo sfruttamento del potenziale economico del mercato di riferimento attraverso lo sviluppo e la gestione dei clienti business (Top Account, Large Account, Medium Enterprise, Small e Medium Business). In coerenza con il processo di integrazione aziendale, è stato avviato un ri-orientamento della forza vendita business dalla commercializzazione