

FILATELIA

Il mercato filatelico è costituito da circa un milione di collezionisti, che formano la seconda categoria di collezionismo in Italia dopo la Numismatica.

Il 2006 è stato caratterizzato dal continuo sviluppo del settore “novità” (emissioni relative agli ultimi due anni) e dalla diversificazione dell’offerta, già iniziata negli anni precedenti e attuata attraverso nuovi allestimenti filatelici che sono andati ad affiancarsi al prodotto tradizionale, il Francobollo.

La promozione dei prodotti filatelici è proseguita prevalentemente grazie al tramite dei referenti filatelici cui è affidata la gestione dei rifornimenti del materiale filatelico ai 294 Sportelli filatelici che continuano ad essere il punto di riferimento per i collezionisti. Sono stati inoltre attivati oltre 2 mila Servizi Temporanei (servizi di sportello filatelico), in occasioni di manifestazioni ed eventi.

Le emissioni maggiormente significative del 2006 sono state il “Francobollo dedicato ai ragazzi in occasione del 18° anno di età” e i Francobolli dedicati: alla “Panini SpA”, al 50° anniversario della rivista Quattroruote, al primo voto dei cittadini italiani all’estero, a Gentile da Fabriano per la serie che celebra “Il patrimonio artistico e culturale italiano”, a Enrico Mattei, alle “Regioni d’Italia”, a Cristoforo Colombo, al 60° anniversario del diritto di voto alle donne.

Tra le serie celebrative di eventi di particolare rilevanza sociale e storica vanno ricordati i francobolli celebrativi dei XX Giochi Olimpici Invernali “Torino 2006”, della mostra filatelica “Il Regno d’Italia” – Palazzo Montecitorio, della vittoria della Nazionale Italiana al Campionato mondiale di calcio 2006. Infine, con il Francobollo celebrativo del 28° congresso Internazionale di Medicina del Lavoro, emesso con sovrapprezzo da devolvere a favore della lotta ai tumori del seno, la Società ha inteso contribuire all’opera di sensibilizzazione sociale intrapresa già nel 2002 con la prima emissione dedicata al 50° anniversario della morte della Regina Elena di Savoia, per favorire la ricerca e la prevenzione dei tumori.

Nell’ambito del “Progetto Scuola” sono proseguite con successo le attività rivolte agli alunni delle scuole elementari e medie, attraverso prodotti quali il “Puzzle filatelico”, dedicato ai francobolli emessi per la serie tematica delle “Regioni d’Italia”. È stato, inoltre, firmato un Protocollo d’Intesa tra Poste Italiane e il Ministero delle Comunicazioni, che

permetterà di sviluppare sempre più estese sinergie con il mondo scolastico e di inserire la Storia della Filatelia nell'offerta formativa delle scuole.

Oltre agli appuntamenti ormai consolidati di Milanofil e Romafil, nel 2006 si sono ripetuti anche appuntamenti filatelici organizzati dai Circoli filatelici locali: Piacenza nel mese di gennaio e Veronafil a maggio.

On Line

L'internet shop di filatelia è un canale di vendita in continuo sviluppo. Tra i fattori che negli ultimi tempi ne hanno favorito l'espansione sono da considerare l'introduzione del pagamento in contrassegno per l'Italia e l'apertura all'estero. Il sito, infatti, la cui offerta fino allo scorso esercizio era rivolta al solo mercato nazionale, è disponibile, dal mese di aprile, anche per la clientela internazionale.

ALTRE SOCIETÀ'

Poste Italiane Trasporti SpA opera nel settore del trasporto stradale di prodotti postali e nella gestione dell'attività di scambio dei prodotti medesimi presso gli Hub di Bologna e Roma. La sua attività è quasi esclusivamente di supporto alla Capogruppo.

Sono proseguiti gli interventi finalizzati all'ampliamento della gamma dei servizi offerti, con particolare riguardo alla gestione dei trasporti sulle tratte comprensoriali e regionali; inoltre, dal mese di giugno in concomitanza con il nuovo regime tariffario, sono stati istituiti 20 nuovi servizi in ambito nazionale, per la gestione della posta Prioritaria. I servizi sono svolti da mezzi veloci di media portata e hanno periodicità di cinque giorni a settimana.

Mistral Air Srl, oltre alle attività di trasporto aereo di merci per conto dell'ex socio TNT e di altri clienti, svolge anche servizi di trasporto aereo di corrispondenza per Poste Italiane, avvalendosi di aeromobili non di proprietà. Nel corso dell'esercizio la Società ha avviato trattative finalizzate alla stipula di contratti di leasing operativo per tre aeromobili "737 Quick Change" caratterizzati da una flessibilità operativa che consente una rapida conversione dell'allestimento merci a trasporto passeggeri e viceversa. Tali mezzi saranno adibiti nell'orario notturno al servizio di rete postale per Poste Italiane e per SDA, e nell'orario diurno ad attività charter cargo e passeggeri.

La società **Consorzio Logistica Pacchi SpA**, interamente posseduta dal Gruppo (51% Poste Italiane SpA e 49% SDA Express Courier SpA), ha continuato ad assicurare il coordinamento, l'integrazione e il controllo delle attività dei Consorziati sotto il profilo operativo, svolgendo le attività strumentali di ripartizione, trazione e consegna del servizio Pacchi che Poste Italiane, in qualità di fornitore del Servizio Universale, è impegnata a effettuare.

4.1.2 RISULTATI

CORRISPONDENZA

	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in migliaia di euro)		
	2005	2006	Var. %	2005	2006	Var. %
Posta Prioritaria ^(*)	384.334	829.217	115,8%	330.495	660.011	99,7%
Posta Ordinaria ^(*)	2.869.105	1.976.559	-31,1%	1.359.781	896.552	-34,1%
Posta Massiva ^(**)	n.a.	430.036	n.a.	n.a.	228.030	n.a.
Totale Corrispondenza Indescritta	3.253.439	3.235.811	-0,5%	1.690.276	1.784.594	5,6%
Raccomandate	247.078	249.544	1,0%	833.568	848.662	1,8%
Assicurate, Atti Giudiziari	41.610	37.437	-10,0%	230.431	204.326	-11,3%
Totale Corrispondenza Descritta	288.687	286.981	-0,6%	1.063.999	1.052.988	-1,0%
Periodici	1.246.731	1.216.046	-2,5%	198.147	196.516	-0,8%
Posta da estero	184.593	195.345	5,8%	92.300	97.945	6,1%
Telegrammi e Fax	18.053	17.443	-3,4%	84.306	80.336	-4,7%
Totale servizi tradizionali	4.991.503	4.951.626	-0,8%	3.129.028	3.212.379	2,7%
Totale Direct Marketing	1.892.195	1.887.700	-0,2%	345.611	347.291	0,5%
Servizi Innovativi e Integrati	26.960	31.698	17,6%	188.914	199.519	5,6%
Nolo Caselle Postali	n.r.	n.r.	n.r.	8.545	8.394	-1,8%
Totale Ricavi da mercato	n.r.	n.r.	n.r.	3.672.098	3.767.582	2,6%
Integrazioni Tariffarie Editoria	n.r.	n.r.	n.r.	281.721	241.280	-14,4%
Compensazioni elettorali	n.r.	n.r.	n.r.	60.466	72.255	19,5%
Totale Corrispondenza ^(***)	6.910.659	6.871.024	-0,6%	4.014.285	4.081.117	1,7%
Gruppo Postel - Ricavi da terzi	n.r.	n.r.	n.r.	230.109	250.520	8,9%

n.a. non applicabile

n.r.: non rilevabile

^(*) Il servizio di Posta Ordinaria è cessato nel mese di giugno 2006, contestualmente la Posta Prioritaria è diventata l'unico prodotto non registrato a disposizione della clientela retail.

^(**) Il servizio di Posta Massiva, dedicato alla clientela business, è operativo dal mese di settembre 2006.

^(***) I volumi complessivi della corrispondenza, considerando anche i pezzi lavorati da Postel e relativi al prodotto Promoposta (n.423 milioni), ammontano a ca. 7,3 miliardi di pezzi al 31 dicembre 2006.

I risultati dei servizi postali di corrispondenza evidenziano, nel complesso, una sostanziale tenuta dei volumi lavorati (circa 7,3 miliardi di pezzi complessivamente lavorati dal Gruppo nel 2006 e nel 2005) e un incremento dei ricavi da mercato del 2,6% essenzialmente ascrivibile al comparto della corrispondenza indescritta, sul cui trend ha inciso il nuovo mix tariffario introdotto dal Decreto del Ministero delle Comunicazioni del 12 maggio 2006 (manovra tariffaria).

I ricavi da mercato della Capogruppo, non comprensivi delle integrazioni tariffarie per l'editoria e per le campagne elettorali (rispettivamente di 241 e 72 milioni di euro), ammontano a 3.768 milioni di euro, contro 3.672 milioni di euro del 2005 quale risultato dell'incremento registrato dal prodotto Posta Prioritaria (445 milioni di pezzi lavorati in più rispetto al 2005) che ha assorbito le minori spedizioni del servizio di invii del prodotto Posta Ordinaria, cessato nel mese di giugno 2006. Il prodotto Posta Massiva, operativo dal mese di settembre 2006, ha registrato volumi per 430 milioni di pezzi e ricavi per 228 milioni di euro.

La Corrispondenza Descritta ha registrato una flessione dei volumi e dei ricavi rispettivamente dello 0,6% e dell'1,0%, che appare contenuta ove si consideri la liberalizzazione del mercato delle Raccomandate.

I Periodici registrano un calo dei volumi lavorati (2,5%) e dei ricavi (0,8%), quale conseguenza dei minori invii di quotidiani.

Positivo il contributo della Posta dall'Estero, i cui volumi sono cresciuti di oltre 11 milioni di pezzi (+5,8% rispetto ai volumi registrati nel 2005) consentendo un incremento dei ricavi del 6,1% anche per effetto del miglioramento dei livelli di qualità del servizio.

I risultati del *Direct Marketing* sono sostanzialmente invariati rispetto al 2005, registrando un calo dello 0,2% sui volumi lavorati e una crescita dello 0,5% sui ricavi, quale conseguenza delle nuove norme sulla privacy che di fatto hanno rallentato la domanda di servizi. Segnali positivi scaturiscono dalle azioni di *customer retention* che, partite negli ultimi mesi dell'anno, hanno consentito la ripresa della Posta Indirizzata dal mese di novembre.

Un positivo contributo ai risultati dei servizi di corrispondenza è stato fornito infine dai Servizi Innovativi e Integrati che hanno fatto registrare maggiori accettazioni per quasi 5 milioni di pezzi e una crescita dei ricavi che ammonta a circa 11 milioni di euro. Il comparto ha, tra l'altro, beneficiato delle buone performance del canale on line che ha registrato un aumento del 28,4% dei volumi rispetto al 2005, il quale si è tradotto in oltre

2,6 milioni di euro di ricavi in più rispetto al 2005. Di contro, i ricavi per accettazione Telegrammi e Fax registrano un calo (80 milioni di euro contro 84 milioni di euro del 2005) per effetto di uno scenario di crescita avverso che sarà fronteggiato grazie allo sviluppo di nuovi servizi di comunicazione digitale e multicanale da realizzarsi nei prossimi anni.

L'apporto del **Gruppo Postel** ai ricavi del segmento dei servizi postali di corrispondenza registra una crescita dell'8,9%, rispetto all'esercizio 2005, molto apprezzabile ove si consideri il contesto del mercato tipografico, che rappresenta il core business della Società, giunto ad una fase di maturazione e soggetto a continue pressioni competitive. I risultati evidenziano, quindi, l'impegno profuso nel miglioramento della qualità del servizio di stampa e imbustamento. Alla crescita ha contribuito in maniera significativa lo sviluppo del settore delle comunicazioni commerciali, legata soprattutto allo sviluppo del servizio *door to door* (attività per la completa gestione di campagne di geomarketing per il mailing "non indirizzato") che presenta rilevanti potenziali di crescita.

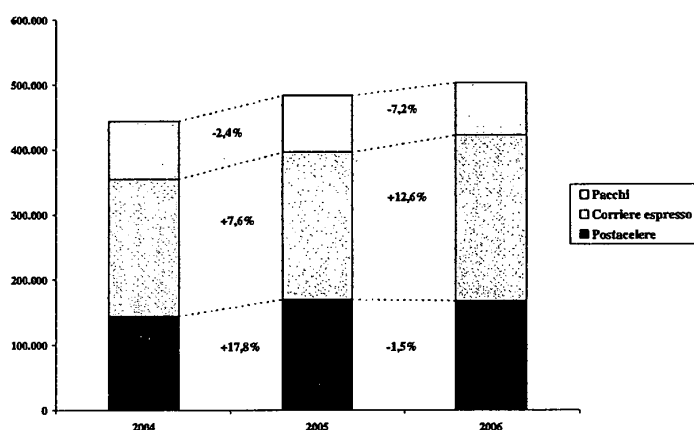
CORRIERE ESPRESSO, LOGISTICA E PACCHI

<i>Corriere Espresso</i>	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in migliaia di euro)		
	2005	2006	Var. %	2005	2006	Var. %
Postacelere						
Postacelere Plus, Paccoelere Plus	6.258	5.647	-9,8%	63.794	63.163	-1,0%
Paccoelere Nazionale J+3	6.703	6.459	-3,6%	55.728	58.632	5,2%
Postacelere Internazionale Export, Paccoelere Internazionale Export	869	667	-23,3%	35.837	32.103	-10,4%
Postacelere Internazionale Import	1.529	1.682	10,0%	14.568	13.466	-7,6%
Totale Postacelere	15.360	14.454	-5,9%	169.927	167.364	-1,5%
Gruppo SDA						
Espresso Nazionale	28.397	31.452	10,8%	180.025	204.402	13,5%
Espresso Internazionale	373	379	1,6%	7.705	9.388	21,8%
Servizi Dedicati	n.r.	n.r.	n.a.	28.956	31.435	8,6%
Altri ricavi	n.r.	n.r.	n.a.	9.662	9.623	-0,4%
Totale Gruppo SDA Ricavi da terzi	28.770	31.831	10,6%	226.350	254.849	12,6%
Totale Corriere espresso	44.130	46.285	4,9%	396.278	422.213	6,5%

n.r. non rilevabile in quanto trattasi di servizi dedicati (*tailor made*) resi a banche e assicurazioni, non quantificabili tramite volumi

n.a. non applicabile

Ricavi da mercato Corriere Espresso, Logistica e Pacchi (migliaia di euro)



I risultati dei servizi postali di corriere espresso registrano nel complesso, una buona performance dei volumi (+4,9%) e dei ricavi (+6,5%) rispetto al 2005, ascrivibile all'apporto del Gruppo SDA che presenta un incremento nei volumi del 10,6% e nei ricavi del 12,6%. Tale crescita conferma la validità della politica commerciale del Gruppo SDA tesa al raggiungimento di importanti obiettivi, sia in termini di conferma della propria

presenza sul mercato con i tradizionali prodotti Espresso, di peso compreso tra i 3 e i 30 Kg, sia mediante la penetrazione di nuovi segmenti di mercato con servizi di trasporto e recapito di merci di peso superiore ai 30 Kg (come il prodotto Extralarge) che presentano tariffe medie e margini di redditività elevati.

Il segmento Postacelere registra un calo dei volumi rispetto al 2005 (-5,9%), cui corrisponde una lieve diminuzione dei ricavi (-1,5%) per effetto degli adeguamenti tariffari praticati sui prodotti Postacelere1Plus, Paccocelere1Plus e Paccocelere J+3, ulteriormente arricchiti di nuove funzionalità.

Sui risultati del comparto Internazionale (in calo del 10,4% l'export e del 7,6% l'import), ha inciso il rallentato sviluppo del prodotto Paccocelere Internazionale, che non ha compensato la diminuzione dei volumi afferenti il Prodotto EMS – Express Mail Service le cui destinazioni estere sono state ridotte per effetto della parziale dismissione del prodotto, già iniziata nel 2005.

I proventi del **Gruppo SDA** sono stati trainanti per l'intero comparto; in particolare, molto positiva è la performance dell'Espresso Nazionale, in crescita rispetto al 2005 del 10,8% sui volumi e del 13,5% sui ricavi a conferma dell'efficace presidio del mercato attraverso i prodotti tradizionali.

Anche in ambito internazionale è proseguita la politica di penetrazione del mercato delle spedizioni con il prodotto Internazionale Outbound, che ha fatto registrare una crescita del 21,8%.

I proventi per Servizi Dedicati registrano un incremento dell'8,6% rispetto al 2005, invertendo così la tendenza negativa dei precedenti esercizi; tale risultato, conseguito grazie alla capacità commerciale e operativa volta ad offrire servizi "su misura" che vanno oltre la tradizionale offerta di prodotti Espresso, conferma SDA come uno dei maggiori operatori in Italia sul segmento dei servizi a forfait.

Servizio Universale - Pacchi	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in migliaia di euro)		
	2005	2006	Var. %	2005	2006	Var. %
Pacchi Nazionali	19.738	15.409	-21,9%	65.022	58.976	-9,3%
Pacchi Internazionali Export	298	309	3,6%	13.158	13.659	3,8%
Pacchi Internazionali Import	361	335	-7,2%	3.510	4.671	33,1%
Altri ricavi (*)	117	112	-4,3%	5.408	3.542	-34,5%
Totale	20.396	16.052	-21,3%	87.097	80.849	-7,2%
Integrazioni Editoria	1.133	1.133	0,0%	21.439	19.834	-7,5%
Totale Pacchi	21.529	17.185	-20,2%	108.536	100.682	-7,2%

n.r. non rilevabile in quanto trattasi di servizi dedicati (*tailor made*) resi a banche e assicurazioni, non quantificabili tramite volumi

n.a. non applicabile

(*) Vendita contenitori pacchi più disservizi SDA/CLP

Il settore Pacchi ha registrato una flessione dei volumi del 21,3% e dei ricavi del 7,2% rispetto al 2005, dovuta al trend del prodotto Pacchi Nazionali il cui calo nei volumi (del 21,9%) è diretta conseguenza dell'orientamento della clientela verso i prodotti del comparto Corriere Espresso; il contenimento della flessione dei ricavi (9,3%) è invece ascrivibile al perseguimento di una politica di recupero tariffario verso la clientela Business.

FILATELIA

	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in migliaia di euro)		
	2005	2006	Var. %	2005	2006	Var. %
Totale Filatelia	184.373	179.600	-2,6 %	118.548	130.192	9,8 %

I ricavi conseguiti nei servizi postali di Filatelia ammontano a 130 milioni di euro, registrando un sensibile incremento (+ 9,8%) rispetto al 2005, a conferma della positiva risposta del mercato filatelico. Il 2006 è stato un anno di importanti ritorni in termini economici dal settore delle novità dei francobolli, grazie alle azioni pubblicitarie realizzate dai referenti filatelici, al contributo delle Istituzioni alla valorizzazione delle emissioni, alla composizione articolata del Programma Filatelico che si è sviluppato in numerose tematiche, di cui alcune riscuotono grande interesse tra i collezionisti e i non collezionisti (emissioni artistiche, istituzionali, sportive, religiose). Il Programma Filatelico dell'anno 2006 si è chiuso con 53 emissioni (47 nel 2005), a fronte delle quali sono stati realizzati 75 valori, di cui n. 74 francobolli e una cartolina postale.

Anche nel 2006 il Francobollo ha confermato il proprio successo registrando elevati consensi anche nelle vendite per corrispondenza.

4.2 SERVIZI FINANZIARI

L'area finanziaria copre l'offerta di conti correnti, di servizi di pagamento, di prodotti finanziari (inclusi i prodotti di risparmio postale – Libretti e Buoni Fruttiferi Postali – distribuiti per conto della Cassa Depositi e Prestiti) e di prodotti di finanziamento sviluppati da terzi. A supporto delle attività descritte, la controllata Poste Tutela SpA eroga servizi di organizzazione, coordinamento e gestione del movimento fondi e dei valori in tutte le Filiali e Uffici Postali del territorio nazionale.

Proseguono le attività di adeguamento della struttura organizzativa e contabile alle “Istruzioni di Vigilanza” emanate dalla Banca d'Italia e ai Regolamenti della Consob.

In particolare, nel dare seguito alla richiesta della Banca d'Italia di completa applicazione degli istituti di “vigilanza prudenziale” attualmente previsti per BancoPosta:

- è operativa, nell'ambito della strutturazione del sistema dei controlli interni, la funzione “Misurazione e Controllo dei Rischi”, unità organizzativa deputata alla misurazione e al controllo dell'andamento dei rischi. Le attività sono riferibili allo sviluppo dei presidi operativi e organizzativi necessari alla misurazione e gestione dei principali rischi sulla base di un approccio interno riconducibile alle logiche dei metodi AMA (Advanced Measurement Approach) previsti dalla normativa di settore. In tal senso, l'operatività tende anche a supportare il processo di progressivo allineamento ai nuovi requisiti previsti dalle recenti istruzioni di vigilanza prudenziale in materia di autovalutazione dell'adeguatezza patrimoniale;
- è stata avviata una proficua collaborazione con la Banca d'Italia per definire i contenuti dei flussi informativi riguardanti le segnalazioni di “vigilanza regolamentare” relative alla Matrice dei Conti;
- in relazione all'attivazione di un “sistema di controlli a distanza” è stato acquistato e personalizzato un applicativo informatico per il monitoraggio e il presidio dei processi finanziari di BancoPosta che coinvolgono le strutture centrali e periferiche;

Per quanto attiene alla vigilanza Consob, in tema di corretta gestione del rapporto con la clientela, è stato implementato un nuovo applicativo dedicato ad attività di miglioramento

delle modalità di profilatura della clientela e di valutazione automatica dell'adeguatezza delle operazioni riguardanti sia strumenti finanziari sia polizze assicurative vita.

In data 26 settembre 2006 la Commissione Europea ha comunicato le proprie decisioni in merito alle istruttorie avviate in passato in materia di presunti aiuti di Stato a beneficio di Poste Italiane: la Commissione ha deciso di non sollevare eccezioni sulle somme che l'Azienda ha ricevuto nel periodo 2000-2005 a fronte degli obblighi del servizio universale postale, concludendo che tali compensazioni non sono sufficienti a coprire gli oneri sostenuti e pertanto non rappresentano aiuti di Stato.

In pari data, la Commissione ha avviato un procedimento formale per presunti aiuti di Stato riferito ai tassi di remunerazione riconosciuti a partire dall'esercizio 2005 sulla raccolta effettuata attraverso i conti correnti postali e impiegata presso il MEF. Per tale procedimento la Commissione ha invitato le Autorità italiane a presentare le proprie osservazioni. Le Autorità hanno risposto il 27 ottobre 2006, mentre l'ABI, in qualità di terza interessata, ha presentato le proprie osservazioni con lettera del 27 dicembre 2006.

Un diverso procedimento riguarda la remunerazione per il collocamento dei prodotti finanziari del risparmio postale (libretti di risparmio e buoni fruttiferi). Con decisione del 22 novembre 2006 la Commissione, riferendosi al periodo 2000-2005, ha confermato che la remunerazione percepita dalla Società per il collocamento dei libretti di risparmio non costituisce aiuto di Stato. Riguardo alla remunerazione del collocamento dei buoni fruttiferi postali la Commissione ha invece aperto un procedimento, invitando le autorità italiane a presentare le proprie osservazioni. Queste ultime sono state trasmesse il 31 gennaio 2007.

Gli Amministratori, nel ritenere "di mercato" i compensi percepiti dalla Società, sono fiduciosi che i procedimenti in corso avranno esito positivo per Poste Italiane.

Importanti, infine, sono le novità introdotte con la Legge Finanziaria 2007 con cui è stato stabilito che i fondi provenienti dalla raccolta effettuata presso la clientela privata siano investiti a cura della Società in titoli governativi dell'area euro e non più impiegati presso il MEF, come invece continuerà ad avvenire per i fondi provenienti dalla raccolta presso la clientela pubblica. Pertanto, a partire dall'esercizio 2007, una parte significativa degli impieghi presso il MEF sarà progressivamente smobilizzata e contestualmente impiegata secondo la previsione normativa.

4.2.1 OFFERTA COMMERCIALE

L'attività sui servizi finanziari è proseguita con interventi mirati a conservare e consolidare il posizionamento di BancoPosta sul mercato di riferimento, attraverso lo sviluppo di un modello di offerta differenziato per segmento di clientela e la costante attenzione alle modalità di relazione con la clientela medesima.

La segmentazione dell'offerta, conseguente l'analisi dei bisogni dei clienti, ha consentito di rispondere agli orientamenti della domanda, realizzando nuovi prodotti collegati al conto corrente e potenziando i sistemi di riscossione e di pagamento, rendendoli al tempo stesso più efficienti.

Nel **Conto BancoPosta** il 2006 è stato caratterizzato dall'avvio del programma di loyalty "Gran Premio BancoPosta", iniziativa sorta sia per acquisire nuovi clienti, sia per consolidare e sviluppare ulteriormente il rapporto con l'attuale clientela; il programma prevede una dinamica di accumulo di punti legata al numero di operazioni effettuate sul conto BancoPosta e all'acquisto di determinati prodotti e servizi.

Sono state modificate le condizioni economiche relative alla gestione del conto ed è stato diminuito il tasso creditore dallo 0,75% allo 0,50%. In particolare, la modifica delle spese di tenuta conto (non più definite in un costo massimo legato al numero delle operazioni, ma in un canone fisso), ha consentito di incrementare la redditività del servizio e, al contempo, di mantenere inalterato l'obiettivo di garantire un costo non superiore a 30,99 euro, caratteristica che ha accompagnato, sin dal suo lancio, le strategie di marketing e le campagne di comunicazione del conto.

Per la clientela SOHO e SMB è stato introdotto il nuovo conto "BancoPosta Office" che offre soluzioni integrate di servizi finanziari e non, attraverso: bundling con servizi postali; partnership commerciali con operatori terzi e/o di Gruppo; sviluppo dei prodotti di finanziamento da collegare a BancoPosta Office per stimolare la fidelizzazione del cliente; multicanalità (internet e phone banking).

A seguito dell'entrata in vigore delle norme contenute nel Codice dell'amministrazione digitale e nella Legge Finanziaria 2006, è stata avviata una nuova procedura del processo di rendicontazione cartacea dei bollettini che prevede l'invio, a tutta la clientela business titolare di un Conto BancoPostaImpresa, delle copie dei bollettini accreditati in luogo degli

originali, con vantaggi per il cliente in termini di tempi di postalizzazione, contabilizzazione e quadratura degli incassi.

Il settore della **Monetica** continua a essere fortemente presidiato dalla Carta Postamat Maestro (oltre 5,6 milioni di carte emesse al 31 dicembre 2006) e dalla carta Postepay (oltre 2,8 milioni di carte in circolazione al 31 dicembre 2006), entrambi prodotti di successo che consentono di rafforzare la leadership nel mercato delle carte di debito e del “prepagato” in Italia e in Europa. Grazie a questi risultati, è stato riconosciuto a Poste Italiane il primo premio per la categoria carte prepagate nell’ambito della manifestazione “Milano Finanza Global Awards 2006”.

In occasione dei Campionati mondiali di calcio 2006, è stata lanciata una nuova linea di carte prepagate, la *Postepay Gift*, carta usa e getta, emessa in edizione limitata e a taglio predefinito, accettata sui circuiti Postamat e MasterCard, posizionata sia come carta regalo, sia come carta da collezione, per l’originale ed evoluto card design.

In occasione del lancio del nuovo conto “BancoPosta Office” è sorta anche una carta di debito dedicata, la “Postamat Office” che ha subito ricevuto il gradimento della clientela (21 mila carte emesse in circa sei mesi di attività).

Al 31 dicembre 2006 le carte di credito BancoPosta emesse sono oltre 245mila.

Nell’ambito del **Trasferimento Fondi** è stato rinnovato il contratto per la fornitura del servizio Urgent Money Transfer di invio e ricezione fondi presso gli oltre 9 mila Uffici Postali abilitati.

Nel settore dei **Finanziamenti** alle famiglie è stato lanciato il *mutuo per sostituzione* che rende possibile ristrutturare un mutuo precedentemente contratto con un altro istituto di credito sostituendolo con il mutuo BancoPosta e conservando gli eventuali benefici fiscali goduti.

Con riferimento all’area prestiti, è stato lanciato a settembre 2006 il prodotto “Prestito Finalizzato BancoPosta”, che consente, anche alla clientela non correntista, di acquistare beni e servizi presenti nei punti vendita Poste Shop.

E’ stata inoltre ampliata la gamma dei prodotti di finanziamento a disposizione delle imprese. In particolare è stata completata l’offerta Leasing BancoPosta con il *leasing*

strumentale e targato di importo superiore ai 150mila euro, il leasing immobiliare e aereonavale.

È stato, infine, lanciato in via sperimentale “Prestimpresa BancoPosta”, il mutuo chirografario sino a 50 mila euro rimborsabile da 12 a 60 mesi studiato per rispondere alle esigenze finanziarie delle piccole e medie imprese.

È proseguita l’attività volta a migliorare gli aspetti operativo-gestionali che più incidono sul collocamento del **Risparmio Postale** (Libretti di Risparmio e dei Buoni Fruttiferi Postali).

Nei Buoni Fruttiferi Postali, sono intervenute tre importanti novità, frutto della collaborazione con Cassa Depositi e Prestiti:

- il lancio del nuovo Buono “Indicizzato all’Inflazione Italiana”;
- l’emissione, per la prima volta, del Buono “Dedicato ai Minori di età”;
- il restyling del Buono “Indicizzato a Scadenza”.

Nel settore dei **prodotti d’investimento**, al fine di garantire alla propria clientela emittenti con elevato *rating*, Poste Italiane continua ad avvalersi, per il collocamento delle Obbligazioni Strutturate, della collaborazione di primarie banche commerciali italiane e *investment bank* non comunitarie.

Nel mese di novembre è stato riconosciuto a Poste Italiane l’Award Europeo per il 2006 come migliore distributore in Italia di obbligazioni strutturate. Il prestigioso riconoscimento è stato assegnato dalla società inglese Structured Product per la trasparenza, affidabilità e l’ottimo rapporto qualità/prezzo delle obbligazioni collocate.

Nel corso dell’esercizio è stata ampliata l’operatività di **Intermediazione Titoli** attraverso la progressiva abilitazione delle Sale Consulenza a tutti i mercati gestiti da Borsa Italiana SpA e da TLX SpA (oltre 3 mila Uffici Postali abilitati al 31 dicembre 2006).

Nel settore **Pubblica Amministrazione** il 2006 è stato caratterizzato da attività di rafforzamento del ruolo di interlocutore nell’erogazione di servizi finanziari, anche integrati, attraverso la gestione di importanti accordi con: il Ministero dell’Economia e delle Finanze per l’erogazione del bonus per ogni nato o adottato negli anni 2005-2006; l’Autorità di Vigilanza dei Lavori Pubblici a seguito dell’aggiudicazione della gestione del

servizio d'incasso dei contributi dovuti dai partecipanti a procedure di gara; il Ministero delle Politiche Agricole per l'attivazione del servizio di incasso on line "Porta dei pagamenti". Sono state inoltre rinnovate le convenzioni: con il Dipartimento per l'Innovazione e le Tecnologie per l'erogazione dei contributi a favore di studenti universitari che acquistino personal computer portatili; con l'Agenzia delle Entrate per l'acquisizione delle dichiarazioni fiscali; con l'INPDAP per la gestione degli incassi cartolarizzati.

Prosegue, infine, con successo la collaborazione con gli enti pubblici territoriali per la gestione integrata del ciclo di incassi dei tributi (segnatamente ICI) e di entrate minori.

Nel mese di maggio è stato presentato e lanciato il Leasing Bancoposta Pubblica Amministrazione nelle formule strumentale e targato. Le pubbliche amministrazioni centrali, gli enti territoriali, le aziende pubbliche, le aziende sanitarie e ospedaliere possono così accedere al leasing per ogni tipo di attrezzatura e macchinario (elettromedicali, computer, autovelox, cassette per rifiuti) e per gli autoveicoli di rappresentanza e di servizio anche con allestimenti speciali.

On Line

BancoPosta Online - il servizio di internet banking associato al conto BancoPosta retail – si conferma leader del mercato, sia come numero di accessi unici nell'ambito dei siti della categoria "finanza e assicurazioni", sia come numero di operazioni dispositive eseguite sul canale internet. Inoltre, BancoPosta Online si afferma tra le prime banche in Italia per il numero totale di conti correnti on line.

Numerose sono le funzionalità del conto corrente on line tra cui il servizio Ticketing, per l'acquisto di biglietti di eventi musicali, sportivi e culturali; l'e-commerce per l'acquisto di prodotti extra finanziari; il programma a punti di loyalty che premia l'utilizzo del canale internet.

Infine, BancoPosta Online vanta l'esclusività di alcuni servizi tipici di Poste Italiane, come il Vaglia Postale, che permette di trasferire denaro anche a chi non è titolare di un conto corrente.

Anche i conti BancoPostaImpresa e BancoPosta Office, attraverso il collegamento telematico BPIOL, offrono un'ampia gamma di servizi accessori alla clientela business e