

5. CANALI COMMERCIALI

Tutti i canali di contatto e di vendita sono presidiati dal *Chief Network and Sales Office* che rappresenta il front end dell'Azienda con tutta la clientela Retail, Business e Pubblica Amministrazione.

Sono stati realizzati numerosi canali di contatto dedicati alla clientela: la sportelleria, le Sale Consulenza, i Poste Shop, la rete PT-Business, i pre e post-vendita, il Contact Center, il sito internet, che si pongono, quali obiettivi comuni, il miglioramento dell'efficienza dei processi, dell'innovazione dei prodotti, della qualità dei servizi e della relazione con i clienti per soddisfarne tutte le esigenze, con una gamma di offerta completa e integrata.

5.1 RETAIL/SOHO

Anche nel 2006 sono continuate le attività finalizzate alla soddisfazione del cliente e alla sua fidelizzazione attraverso interventi infrastrutturali, tecnologici e di affinamento degli standard di sicurezza degli Uffici Postali e iniziative per accrescere l'efficienza operativa e produttiva e la qualità del servizio offerto. A tale ultimo riguardo, le nuove modalità di accoglienza negli Uffici Postali continuano a svolgere un ruolo chiave attraverso lo sviluppo dei sistemi di gestione delle attese (sono stati installati ulteriori 350 sistemi di gestione che si aggiungono ai circa 1.600 installati al 31 dicembre 2005) e le attività di monitoraggio dei tempi di attesa.

È stato, inoltre, avviato un progetto di video-comunicazione che prevede l'installazione di monitor al plasma sui quali visualizzare filmati di intrattenimento e di informazione alternati a spot di promozione dei prodotti aziendali. Il servizio verrà attivato nelle sale al pubblico degli Uffici Postali di maggiore frequentazione.

E'proseguita inoltre l'implementazione di un sistema di gestione della qualità dei processi di lavoro, conforme alla norma ISO 9001/2000 e che consente di monitorare l'organizzazione e la gestione dell'Ufficio Postale e della qualità del servizio, con riferimento alla qualità attesa dal cliente. Questo duplice riconoscimento, rilasciato dal RINA (Registro Italiano Navale) e al quale l'Azienda è giunta prima di qualunque altro

operatore postale, ha interessato nel corso del 2006 ulteriori 92 Uffici Postali (90 al 31 dicembre 2005). I risultati raggiunti dagli Uffici Postali certificati confermano l'attenzione al miglioramento dell'efficienza organizzativa con particolare riferimento alla gestione della documentazione, delle risorse e dei processi.

L'integrazione dei canali di contatto ha consentito una più efficiente gestione del business legato ai prodotti e servizi finanziari attraverso le Sale Consulenza dedicate all'offerta di prodotti ad elevato valore aggiunto e caratterizzate da un'intensa attività relazionale che permette di incrementare il tasso di fidelizzazione della clientela e lo sviluppo del *cross-selling*. In particolare, nell'anno sono stati implementati nuovi *software* a supporto dell'attività di promozione dei prodotti BancoPosta.

Un ruolo importante nello sviluppo dei risultati di vendita del segmento SOHO continua a essere svolto dalla rete PT-Business, che consente di realizzare interessanti risultati anche in termini di incremento dei clienti gestiti, della spesa media per cliente e di *cross-selling*. Accanto ai servizi tradizionali, infatti, la rete PT-Business offre numerosi servizi integrati (cartoleria, prodotti per l'ufficio, imballaggi, vendita di liste di indirizzi al servizio di stampa&mailing, servizi di prelaborazione postatarget) e servizi strumentali all'attività lavorativa come la raccomandata online, la firma digitale, la posta elettronica certificata e il servizio di notifica dati al garante per la privacy. Inoltre, la rete PT-Business ha veicolato nell'esercizio 2006 nuovi prodotti finanziari (Prestimpresa) e postali (l'Extra Large e Capi Appesi). Con riferimento, infine, alle iniziative di fidelizzazione della clientela, è stata lanciata la prima edizione della newsmail "Proposte PT-Business", il nuovo progetto di comunicazione che raggiunge mensilmente più di 80 mila clienti titolari di PT-Business Card, con offerte aggiornate e messaggi promozionali. Al 31 dicembre 2006 i clienti intestatari di PT-Business Card sono più di 310 mila (253 mila al 31 dicembre 2005).

Importanti sviluppi hanno riguardato anche il canale Poste Shop attraverso il completamento del nuovo modello di allestimento ed esposizione degli Shop in Shop, presenti in 176 Uffici Postali, e l'espansione dei modelli di vendita Self Service, presenti in 193 Uffici Postali. Negli oltre 12 mila Uffici dove non è stato implementato il formato Shop in Shop o Self Service è entrata a regime la vendita dell'offerta *Basic*, che comprende

i prodotti: Catalogo Poste Shop, editoria su prenotazione (libri, cd, dvd, vhs), cartoleria e imballaggi, carta telefonica internazionale, merchandising Poste, biglietti augurali Unicef.

5.2 BUSINESS E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Nel segmento Business e Pubblica Amministrazione l'Azienda ha rafforzato le attività di gestione e sviluppo della clientela in tutte le fasi del processo commerciale: pre-vendita, vendita, post-vendita. Il presidio del mercato è stato strutturato attraverso una segmentazione della clientela e del mercato medesimo mirata ad individuare clienti da presidiare e clienti da sviluppare in termini di ricavi. Le principali linee di indirizzo seguite sono state dirette ad aumentare la penetrazione nei vari segmenti di mercato e a sviluppare il fatturato medio per cliente (*up-selling*) aumentando la commercializzazione di servizi integrati e strategici.

Nell'ambito dei servizi postali continua l'attenzione sui prodotti/servizi che consentono lo sviluppo di attività di *cross-selling* come il *Direct Marketing* in riferimento al quale, nel 2006, sono stati stipulati contratti con prestigiosi gruppi societari di rilievo nazionale operanti nel campo petrolifero, bancario e assicurativo, e il Servizio Integrato Notifiche la cui offerta è stata ampliata per effetto di nuovi accordi con il Comune di Roma per la gestione delle contravvenzioni e con il Comune di Milano per la gestione delle contravvenzioni e delle ordinanze comunali.

Un'importante novità ha interessato nel 2006 il canale della sportelleria con la creazione di una rete di servizi dedicati al cittadino, lo "Sportello Amico", caratterizzata da uno specifico logo e utilizzata con successo per l'accettazione delle domande di emersione del lavoro immigrati e per la richiesta dei passaporti elettronici. Sono stati inoltre individuati oltre 5,3 mila Uffici Postali, capillarmente distribuiti su tutto il territorio nazionale, presso cui attivare lo Sportello Amico che rappresenterà un canale dedicato stabilmente ai servizi della Pubblica Amministrazione.

5.3 CONTACT CENTER E RETE INTERNET

Il Contact Center di Poste Italiane ha raggiunto una propria identità di canale e di prodotto erogando servizi attraverso un variegato portafoglio di offerta (Un Numero – Un Territorio, Servizi per la Fiscalità, Telemarketing Standard, Un Numero – Un Ateneo, solo per citarne alcuni) sia al mercato captive, sia al mercato esterno. È un innovativo canale di supporto alle Business Unit di Prodotto, ai Canali Commerciali tradizionali e alle aziende del Gruppo; nonché alla clientela Business nella gestione dell'informazione, nella promozione e commercializzazione dei prodotti/servizi e nella gestione delle attività post-vendita e alla Pubblica Amministrazione nell'erogazione di servizi dedicati al cittadino. A tale ultimo riguardo sono attivi il servizio *Call Center* “Welfare” per il Ministero del Lavoro; il servizio *Call Center* “Contributo Scuole Paritarie” per il Ministero dell'Istruzione Università e Ricerca, il servizio *Call Center* “Sportello Amico” integrato con la rete degli Uffici Postali per l'erogazione del Bonus bebè e per la richiesta dei nulla osta nell'ambito del servizio ELI 2.

Sono proseguite importanti campagne commerciali attraverso il Contact Center PT Business, canale telefonico dedicato alla clientela SOHO, e il portale vocale “MondoBancoPosta”.

È stata avvalorata la conformità del sistema qualità del Contact Center alla norma ISO 9001:2000 rispetto all'ambito di applicazione “Progettazione, Sviluppo ed Erogazione di servizi di Customer Relationship Management”. Il rapporto di verifica si è concluso senza il rilievo di alcuna non conformità (grave o minore), mettendo in evidenza la piena efficacia del sistema.

Un altro importante canale commerciale è il sito www.poste.it, gestito dalla società controllata Postecom SpA che ha raggiunto un'elevata notorietà all'interno dei siti istituzionali. I clienti registrati al sito da inizio servizio sono circa 2,1 milioni (1,5 milioni a fine 2005), mentre i clienti dell'Internet banking di BancoPosta hanno raggiunto le 534 mila unità (436 mila a dicembre 2005). Secondo le rilevazioni Nielsen/NetRatings, Poste.it continua a occupare posizioni di vertice tra i domini più visitati nelle categorie “Finanza on line” con 1,7 milioni di visitatori unici, e “Government & Non Profit” con 2,5 milioni di visitatori unici.

Il Bollettino Online si conferma tra i servizi di maggior successo, con una quantità di bollettini pagati on line nel corso del 2006 dalla clientela consumer pari a 1,5 milioni.

Significativi anche i risultati delle varie operazioni dispositive effettuate attraverso il sito, tra cui oltre 680 mila operazioni di bonifico on line (504 mila nel 2005) e oltre 2,3 milioni di ricariche telefoniche (1,4 milioni nel 2005).

Grazie all'efficienza della rete informatica, Poste Italiane consente anche la fruibilità dei servizi telematici della Pubblica Amministrazione centrale e locale, offrendo servizi integrati a valore aggiunto (servizi di comunicazione, gestione della corrispondenza, servizi di *e-government*, gestione delle entrate) erogati attraverso un accesso dedicato del portale internet. Tra i progetti *e-government* è proseguito, attraverso il sito <http://decoder.comunicazioni.it>, l'erogazione del servizio **“Contributi Decoder per la TV Digitale Terrestre”** per il Ministero delle Comunicazioni e l'erogazione del servizio di assistenza sull'utilizzo del sito www.ilportaledellautomobilista.it per il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti.

Al fine di presidiare lo sviluppo delle comunicazioni online, l'Azienda offre servizi di certificazione della firma digitale (Postecert firma digitale). I servizi sono realizzati da Postecom, iscritta nell'elenco pubblico dei certificatori accreditati CNIPA (Centro Nazionale per l'Informatica e la Pubblica Amministrazione), che gestisce in *outsourcing* la *Certification Authority* del CNIPA medesimo per gli utenti della Pubblica Amministrazione Centrale, oltre che per numerosi altri utenti privati e pubblici.

A partire da gennaio 2006 anche Poste Italiane è stata accreditata quale Gestore di Posta Elettronica Certificata.

Il servizio Postecert firma digitale offre servizi di firma digitale a valore legale e un'intera gamma di servizi collegati ed è realizzato in conformità al DPR 445/2000 e gestito secondo le norme di qualità UNI EN ISO 9002.

6. RISORSE UMANE**6.1 ORGANICO**

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

Gruppo Poste Italiane	Numero dipendenti ^(*)			
	AL 31 DICEMBRE 2005	n° medio dipendenti 2005	AL 31 DICEMBRE 2006	n° medio dipendenti 2006
Dirigenti	705	721	710	714
Quadri	13.336	13.685	13.470	13.637
Aree operative	131.844	131.399	131.306	132.816
Aree di base	1.936	1.871	2.322	2.166
Totale unità tempo indeterminato	147.821	147.676	147.808	149.333
- Contratti di inserimento	14	11	839	521
- Contratti di apprendistato	558	2.123	89	190
- Contratti di somministrazione	2.796	3.029	391	1.088
- CTD	2.802	2.775	4.605	4.215
TOTALE	153.991	155.614	153.732	155.347

^(*) Dati espressi in *full time equivalent*.

Poste Italiane SpA	Numero dipendenti ^(*)			
	AL 31 DICEMBRE 2005	n° medio dipendenti 2005	AL 31 DICEMBRE 2006	n° medio dipendenti 2006
Dirigenti	620	638	626	627
Quadri - A1	4.892	4.767	5.086	5.082
Quadri - A2	7.811	8.297	7.712	7.897
Livelli B, C, D	129.928	129.503	129.512	131.017
Livelli E, F	1.885	1.815	2.221	2.026
Totale unità tempo indeterminato ^(**)	145.136	145.020	145.157	146.649
- Contratti di inserimento	-	-	785	483
- Contratti di apprendistato	492	2.059	21	122
- Contratti di somministrazione	2.468	2.782	163	926
- CTD	2.767	2.737	4.568	4.185
TOTALE	150.863	152.598	150.694	152.365
^(**) di cui:				
- Comandati	323	329	311	313
- Sospesi non retribuiti	440	520	425	505
- Distaccati c/o Soc. del Gruppo	214	220	79	77

^(*) Dati espressi in *full time equivalent*.

6.2 ATTIVITÀ DI FORMAZIONE

Le iniziative formative realizzate nel 2006 confermano la volontà dell'Azienda di investire nella crescita professionale quale elemento strutturale di successo. In tale ottica sono state ulteriormente adottate metodologie volte a conseguire un rapido e flessibile sviluppo delle professionalità di sempre più ampie fasce di popolazione aziendale, in base all'evoluzione del business e alle richieste del mercato, nonché a responsabilizzare i dipendenti nella propria parte del processo produttivo, nella consapevolezza che il miglioramento della qualità di tale processo non può prescindere dal coinvolgimento e dall'identificazione nella missione aziendale.

Il volume delle attività è stato pari a 119.021 giornate/uomo, di cui 72.523 erogate "in aula" e 46.498 in e-learning (che a parità di efficacia corrispondono, secondo i parametri convenzionali di settore, a più di 137mila giornate/uomo di erogazione "in presenza"), ripartite fra le diverse aree organizzative e i diversi livelli di inquadramento come rappresentato nelle seguenti tabelle:

PROGETTI IN AULA (gg/uomo)					
	Servizi Postali	Servizi Finanziari	Chief Network and Sales Office	Funzioni Centrali	Totale
Livelli B-C-D-E-F	9.999	530	35.268	5.164	50.961
Quadri (A1 e A2)	1.649	618	11.514	6.857	20.638
Dirigenti	83	85	94	662	924
Totale	11.731	1.233	46.876	12.683	72.523

PROGETTI E-LEARNING (ore)					
	Servizi Postali	Servizi Finanziari	Chief Network and Sales Office	Funzioni Centrali	Totale
Livelli B-C-D-E-F	4.804	100	263.716	1.332	269.952
Quadri (A1 e A2)	1.018	28	62.791	936	64.773
Dirigenti	32	-	30	-	62
Totale ore	5.854	128	326.537	2.268	334.787
Totale gg/uomo	813	18	45.352	315	46.498

L'*e-learning* è stato introdotto in Azienda nel 2005 e rappresenta un importante passo verso la valorizzazione delle risorse, permettendo un costante e rapido allineamento delle competenze in linea con l'evoluzione del business. Grazie all'*e-learning* è stato possibile raggiungere rapidamente una vasta popolazione aziendale su tutto il territorio, garantire

omogeneità e univocità dei contenuti formativi e consentire all'Azienda una riduzione dei tempi del processo di formazione e di addestramento rispetto alla formazione in aula.

Sono stati erogati 14 corsi on line per un totale di circa 142mila partecipazioni e oltre 334mila ore equivalenti erogate. I contenuti formativi, nel rispetto delle prioritarie finalità di business, hanno riguardato principalmente temi di carattere commerciale e normativo.

Le iniziative di addestramento commerciale hanno consuntivato circa 132 mila partecipazioni da parte del personale di Ufficio Postale (direttori, specialisti Sala Consulenza, operatori di sportello); le iniziative a carattere normativo hanno invece interessato più di 92 mila partecipazioni a corsi su tematiche quali Antiriciclaggio, Codice Privacy e Sicurezza Informatica.

L'offerta formativa è organizzata per aree tematiche essenzialmente riconducibili al *supporto al business* e allo sviluppo delle *competenze professionali* (competenze relative all'implementazione dell'innovazione nei processi operativi, competenze tecnologiche, competenze economico-finanziarie e aggiornamento normativo, competenze manageriali).

Supporto al business

Nell'ottica del miglioramento delle capacità relazionali e dell'efficacia dell'azione commerciale, nei confronti sia della clientela business sia di quella retail, i progetti formativi sono stati finalizzati ai seguenti obiettivi:

- trasferimento delle tecniche e degli strumenti di vendita alle risorse neo-inserite al mestiere commerciale;
- sistematizzazione delle conoscenze possedute dai venditori di maggiore esperienza, orientandole verso un approccio consulenziale;
- affinamento delle capacità degli specialisti "Sale Consulenza" di riconoscere le differenze fra i clienti, stimolare l'attivazione del post-vendita e sviluppare le capacità di pianificazione e organizzazione dell'attività commerciale.

Competenze professionali

Nell'ambito della formazione riguardante l'**innovazione dei processi operativi** sono proseguite le iniziative legate al cambiamento introdotto dal progetto Nuova Rete Postale e

relativo alle strategie di sviluppo e industrializzazione di prodotti/servizi e all'ottimizzazione della loro produzione.

Sono stati realizzati corsi finalizzati all'adeguamento del personale ai nuovi profili di ruolo ed è stato realizzato un progetto di formazione per l'inserimento di nuove risorse, che ha coinvolto neolaureati in ingegneria.

Soluzioni formative specifiche sono state erogate per rafforzare le **competenze tecnologiche** atte a consentire un impiego strategico dell'ICT (Information & Communication Technology) in Azienda. In tale ambito, il progetto sulla Sicurezza Informatica ha rappresentato l'intervento maggiormente significativo, con 190 giornate erogate per un totale di 2.275 gg. di formazione uomo.

La formazione sui temi **economico-finanziari e normativi** è stata caratterizzata da iniziative finalizzate allo sviluppo di competenze specialistiche nella rilevazione, elaborazione e gestione di dati economici, nella finanza nonché nella normativa di settore e nella contrattualistica.

La formazione sui **temi manageriali** e del comportamento organizzativo è stata indirizzata, in una logica di continuità con le iniziative avviate negli anni precedenti, a favorire lo sviluppo continuo delle competenze necessarie alla copertura dei principali ruoli organizzativi, coinvolgendo non solo coloro che già ricoprono posizioni di responsabilità, ma anche risorse aziendali considerate “ad alto potenziale di sviluppo” come i giovani laureati. Questi ultimi dopo aver partecipato a lezioni in aula, sono stati impegnati in “soste guidate” (breve periodi di permanenza, finalizzati all'osservazione e alla formulazione di proposte di miglioramento di processo) all'interno di diverse unità operative territoriali (Uffici Postali, Centri Unificati Automazione Servizi, Centri di Meccanizzazione Postale, Uffici di Recapito).

Comunicazione Interna

Le attività di comunicazione interna sono state essenzialmente dedicate allo sviluppo dei sistemi di condivisione della conoscenza improntati su criteri di semplicità, trasparenza e caratteristiche dei destinatari e al consolidamento della comunicazione on line.

Il portale intranet PosteperNoi, istituito con l'obiettivo di rafforzare l'identità culturale del Gruppo, garantire la trasparenza delle informazioni, mettere a disposizione dei dipendenti un sistema di servizi per migliorare l'efficacia e l'efficienza dei processi lavorativi, ha seguito due direttrici di sviluppo: l'estensione della struttura di contenuti per offrire spazi dedicati a specifiche esigenze delle varie strutture aziendali, e l'estensione degli ambiti di utilizzo per i dipendenti attraverso la multicanalità (internet, palmari, web tv) seguendo l'evoluzione della infrastruttura tecnologica.

È stato, inoltre, predisposto un accurato piano di comunicazione, finalizzato ad accompagnare il cambiamento organizzativo tracciato dall'accordo sindacale del 15 settembre 2006, con riferimento ai temi della mobilità della sportelleria, fondo di solidarietà, premio di produttività e riorganizzazione del settore recapito.

L'avvio dell'analisi di clima 2006-2007 è stato, infine, sostenuto da una campagna di comunicazione finalizzata a generare partecipazione, riflessione e coinvolgimento del personale rispetto al tema della rilevazione del livello di soddisfazione e motivazione in Azienda.

6.3 SISTEMI DI SVILUPPO

Le attività condotte nel 2006 confermano l'orientamento dell'Azienda verso sistemi di sviluppo sempre più funzionali alla sua evoluzione, che favoriscano la crescita della professionalità di tutte le risorse attraverso sistemi basati sul raggiungimento degli obiettivi aziendali. La valutazione delle Prestazioni di quadri e impiegati ha riguardato oltre 56mila persone, a fronte delle 52mila dell'anno precedente, e la percentuale di colloqui di *feedback* si è attestata sull'87% dei valutati. Il Sistema Automatico di Congruenza, che richiede a ogni capo valutatore di confrontare la distribuzione ideale/teorica delle valutazioni con quella effettiva, ha costituito, come già nello scorso esercizio, un utile strumento per garantire l'oggettività e l'omogeneità delle valutazioni. La distribuzione ideale è stata individuata per ciascuna unità organizzativa in base al livello di

raggiungimento degli obiettivi 2005 e alle condizioni di scenario interno ed esterno nel quale l'unità organizzativa ha operato. La valutazione delle prestazioni è stata metodologicamente eseguita mediante una diversificazione delle schede di valutazione, in base a tre tipologie di ruolo (ruoli gestionali, ruoli a contributo professionale, ruoli a contributo operativo) che si caratterizzano per la diversità dello specifico contributo alle *performance* aziendali.

Tra le iniziative di sviluppo è proseguito il progetto "Talenti" che ha l'obiettivo di individuare le risorse con più elevate potenzialità per la copertura di posizioni a diverso/maggiore contenuto professionale. Dopo accurata selezione sono state individuate le risorse in possesso di determinati requisiti (età, anzianità aziendale, titolo di studio, per citarne alcuni), da avviare alla fase di auto-valutazione. Le risorse per le quali l'auto-valutazione ha manifestato *skill* e livelli di motivazione più elevati sono state coinvolte in sessioni di Assessment Center di Orientamento.

Per quanto concerne i sistemi di sviluppo delle competenze, è stata completata la prima fase del progetto riguardante il personale di Front End, che ha consentito la mappatura delle competenze professionali, l'individuazione dei fabbisogni formativi e l'avvio delle iniziative di sviluppo (corsi in aula e in modalità e-learning, realizzazione di piani d'azione condivisi tra capo valutatore e risorsa) per circa 15mila persone che lavorano in mille Uffici Postali, Centrali e Relazionali.

L'attività dei sistemi di *compensation* è stata focalizzata sulle seguenti principali direttrici:

- politica retributiva, rivolta sia al personale dirigente sia ai quadri e agli impiegati;
- consuntivazione degli MBO 2005 per i 730 manager coinvolti;
- predisposizione degli MBO 2006 che vedrà il coinvolgimento di circa 1.000 manager;
- sviluppo dei sistemi di incentivazione commerciali che interesseranno 67mila persone dedicate alla clientela Retail e Business.

Le attività di reclutamento e selezione hanno risposto all'esigenza di rafforzare le competenze interne atte a gestire gli scenari innovativi che la nostra Azienda si trova ad affrontare. A tal fine e per poter disporre di un'ampia scelta di candidature tra cui individuare profili sempre più coerenti con le esigenze aziendali e del mercato, è stata potenziata la presenza dell'Azienda nelle università, attraverso la partecipazione a job meeting di rilevanza nazionale e partnership con prestigiosi atenei italiani.

6.4 RELAZIONI INDUSTRIALI

Nel 2006 le relazioni industriali hanno riguardato la definizione di importanti tematiche contrattuali e organizzative che rappresentano un contributo alla modernizzazione e allo sviluppo dell'Azienda.

A seguito dell'accordo associativo del 7 luglio 2005 che ha sancito la formale adesione di Poste Italiane a **Confindustria**, è stato concretamente avviato il percorso di progressiva integrazione nelle articolazioni territoriali, che consentirà l'ingresso dell'Azienda entro il 2008 in tutte le Associazioni degli Industriali presenti nelle province italiane. Il percorso avviato, oltre a comportare reciproci vantaggi per le parti stipulanti, rappresenta un'occasione di sviluppo e crescita per l'Azienda, con positive ricadute anche per i cittadini e le imprese. Attraverso la rete logistica e la fornitura di servizi *e-business*, Poste Italiane si porrà infatti in modo ancora più incisivo al servizio del sistema industriale.

In data 27 febbraio 2006 è stato sottoscritto con le OO.SS. (Organizzazioni Sindacali) un accordo avente per oggetto la mobilità nazionale nel settore della sportelleria. L'accordo prevede che tutte le risorse con inquadramento professionale dei livelli D e C operanti nel settore della sportelleria possono proporre domanda di mobilità. La procedura si è chiusa in data 30 settembre 2006.

Il 30 marzo 2006 è stato sottoscritto un accordo con le Organizzazioni Sindacali che prevede la possibilità per le risorse di livello E e D appartenenti alle figure professionali di portalettere junior e portalettere senior e in servizio alla data di sottoscrizione dell'accordo di presentare domanda di mobilità volontaria nazionale nel settore del recapito. La procedura si chiuderà nel giugno 2007.

In linea con gli accordi del 29 luglio 2005 che hanno regolamentato il ricorso in Azienda al **Contratto di Inserimento Lavorativo** è stato completato il processo di reperimento di complessive 800 risorse assegnate alle strutture del recapito, con positivi effetti in termini di riequilibrio territoriale e professionale.

In data 15 settembre 2006 è stato siglato un importante accordo con le Organizzazioni Sindacali che, in linea con il conseguimento degli obiettivi di sviluppo e innovazione delineati nel Piano d'Impresa 2007-2009, mira a rafforzare il posizionamento strategico dell'Azienda sul mercato. Con l'accordo sono stati definiti: interventi finalizzati ad accrescere la competitività e l'efficienza dei settori della Sportelleria e del Recapito, azioni a sostegno delle politiche occupazionali e aggiornamento del Premio di Produttività. Gli interventi sulla **Sportelleria** si basano sul potenziamento degli organici, con la realizzazione di circa 4200 "sportellizzazioni" da realizzare proseguendo il processo di mobilità dal Recapito alla Sportelleria, sull'introduzione di un nuovo modello organizzativo finalizzato, attraverso la costituzione in via sperimentale di "Zone di Servizio", a organizzare l'offerta secondo criteri di omogeneità territoriale e specializzazione, massimizzando il livello di relazione con il cliente.

In coerenza con il nuovo **Modello Organizzativo del Recapito**, in base al quale la rete è costituita da tre articolazioni tra loro integrate – Recapito Universale, Recapito Dedicato e Consegne Speciali - l'accordo ha previsto una rivisitazione delle zone di recapito con un conseguente saldo in diminuzione, tra azioni di efficientamento e programmi di sviluppo, di 2250 unità.

Nel definire l'organizzazione del settore, basata sull'articolazione in Zone e Aree territoriali, le Parti hanno confermato, quale importante strumento di fidelizzazione della clientela, il valore che riveste l'assegnazione di ciascun portalettere a una zona, e la regolamentazione di un meccanismo di flessibilità operativa in grado di rispondere alle esigenze di copertura e qualità del servizio.

Contestualmente, sul piano della disciplina dell'orario di lavoro è stata prevista la possibilità di una modulazione della prestazione che tiene conto della particolare natura della stessa in termini di qualità e risultati.

Secondo una linea di continuità con gli accordi sindacali che hanno consentito la stabilizzazione dei lavoratori con contratto a tempo determinato e la costruzione di un sistema di graduatorie per la gestione dei nuovi ingressi in Azienda nei settori del recapito e delle operazioni logistiche, le Parti, nell'intento di favorire e ampliare le occasioni di lavoro di coloro che sono inseriti in graduatoria, hanno condiviso l'opportunità di utilizzare contratti di apprendistato e di inserimento lavorativo.

Nell'ambito degli interventi finalizzati a realizzare azioni di riequilibrio degli organici aziendali, si colloca anche il ricorso al **Fondo di Solidarietà per il sostegno al reddito, dell'occupazione, della riconversione e riqualificazione professionale**.

In data 23 febbraio 2007 è stato sottoscritto l'accordo di chiusura della procedura avviata il 21 dicembre 2006 ai sensi della Legge 223/91 che ha definito l'accesso alle prestazioni straordinarie del Fondo per 2 mila risorse che volontariamente hanno deciso di risolvere il rapporto di lavoro anteriormente alla data di maturazione dei requisiti pensionistici. L'accordo ha, fra l'altro, previsto interventi di mobilità professionale e un piano di assunzioni che interesserà altre 2 mila risorse rinvenienti dalla graduatoria relativa alla gestione delle riammissioni dei lavoratori ex CTD dell'Accordo del 13 gennaio 2006, descritto più avanti.

Sempre in data 15 settembre è stato sottoscritto l'accordo di rinnovo del **"biennio economico"** del Premio di Produttività per gli anni 2006-2007. I nuovi importi individuali del Premio, distinti per livelli professionali e settori produttivi, hanno previsto un incremento medio annuo complessivo per il biennio di 200 euro.

Su un piano più generale l'intesa ha confermato il vigente impianto normativo che correla effettivamente la corresponsione dei premi ad incrementi di redditività, produttività e qualità dei servizi aziendali. A tal fine è stato valorizzato ulteriormente il livello di confronto regionale a cui è delegata l'individuazione di specifici obiettivi connessi alle diverse realtà regionali.

Tra i criteri di determinazione del Premio rimane centrale la valorizzazione della presenza in servizio secondo un meccanismo più puntuale e meglio definito rispetto al passato.

Nel mese di novembre Poste Italiane e le OO.SS. di categoria hanno sottoscritto un importante accordo sul tema dei rapporti con le **Agenzie di Recapito**, i cui contratti relativi alla consegna della corrispondenza in alcune località del territorio nazionale sono scaduti il 31 dicembre 2006.

L'intesa va a completare l'impegno assunto dall'Azienda di trovare soluzioni in grado di gestire senza impatti occupazionali il processo di riorganizzazione e sviluppo della rete di recapito sancito con l'accordo del 15 settembre.

In particolare, è stata prevista la gradualità del processo di internalizzazione di parte delle attività di recapito e al tempo stesso l'impegno alla rapida attuazione del previsto bando di gara europeo per l'assegnazione delle attività entro il primo semestre 2007.

Il piano concordato è stato accettato anche da tutte le Agenzie di Recapito interessate che hanno sottoscritto i "contratti ponte" secondo le modalità previste nell'accordo di novembre.

Contestualmente a tale intesa le Parti hanno definito anche un Protocollo di disciplina dei rapporti con le Agenzie di Recapito per il rispetto delle normative di legge e dei principi contenuti nel codice etico e in linea con gli indirizzi di Responsabilità Sociale oramai al centro delle strategie aziendali. Ciò si tradurrà concretamente nell'istituzione di specifici Albi Fornitori, quale sistema atto a garantire la partecipazione alle gare di appalto di soggetti in grado di assicurare il rispetto del principio di legalità nella gestione ed esecuzione degli appalti, nonché adeguati livelli di qualità ed efficienza.

Il convincimento che un equilibrato sviluppo di lungo periodo sia assicurato non solo dal valore economico, ma anche dal valore sociale e ambientale generato dalle scelte adottate ha comportato un impegno crescente nel percorso di **Responsabilità Sociale**. Nel mese di maggio è stato avviato il **Progetto Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI)** che ha confermato e rafforzato l'attenzione e la sensibilità riservata alle tematiche sociali e ambientali, già emersa soprattutto nell'ambito del processo di rendicontazione finalizzato alla stesura del Bilancio Sociale. Inoltre sul tema della responsabilità sociale è stato avviato un primo confronto con le Organizzazioni Sindacali, al fine di individuare un percorso condiviso anche in vista del rinnovo contrattuale.

- Sul fronte del contenzioso, importante è stata la sottoscrizione dell'accordo del 13 gennaio 2006 con le Organizzazioni Sindacali in merito al fenomeno e all'incidenza delle **riammissioni giudiziali** del personale già assunto in Azienda con contratto a tempo determinato. Tale intesa, articolata in due punti, ha previsto innanzitutto la possibilità di consolidare il rapporto di lavoro di coloro che alla data della sottoscrizione dell'accordo operavano in Azienda in virtù di un provvedimento giudiziale favorevole non ancora passato in giudicato. Tale consolidamento avviene attraverso la sottoscrizione di un verbale individuale d'accordo mediante il quale ciascun aderente è chiamato a rinunciare agli effetti giuridici/economici della sentenza

di riammissione e ad ogni pretesa e/o vertenza derivante da qualsiasi rapporto di lavoro intercorso con l'Azienda; fra le varie condizioni vi è la restituzione da parte dell'interessato delle somme che l'Azienda ha pagato in forza di sentenza per periodi non lavorati. Inoltre, proprio per favorire la graduale riduzione del fenomeno in questione, è stato pattuito che il reperimento del personale necessario alle attività di recapito e operazioni logistiche per esigenze stabili o flessibili venga effettuato tra le risorse già assunte in passato con contratti di lavoro a tempo determinato, le quali abbiano manifestato entro il 15 maggio 2006 la volontà di rinunciare ad ogni pretesa nei confronti della Società in relazione ai pregressi rapporti di lavoro a termine, nonché allo specifico contenzioso eventualmente instaurato. A tal proposito è stata istituita un'unica graduatoria nazionale che tiene conto: dell'anzianità lavorativa, dei carichi di famiglia e, a parità di condizioni/punteggio, dell'anzianità anagrafica.

- L'adesione a entrambi i punti dell'accordo è stata elevata. In particolare, per quanto riguarda il primo aspetto, è stato consolidato il rapporto di circa 11 mila risorse a fronte di circa 13 mila riammesse in servizio con provvedimento giudiziale; con riferimento al secondo punto, le domande sono state 19.844 di cui 1.922 da parte di risorse con contenzioso pendente e 17.922 da parte di potenziali ricorrenti.

Con tale accordo è stata trasformata un'obiettivo criticità in una opportunità di razionalizzazione e programmazione degli organici, che permetterà di affrontare in modo più efficace le prossime sfide competitive.

A seguito del richiamato accordo e delle previsioni normative introdotte dalla **Legge Finanziaria 2006** in materia di contratti a tempo determinato, che ai fini della stipula dei contratti a termine estende a Poste le peculiarità del settore del traffico aereo, le controversie avviate a questo titolo, pur continuando a rappresentare la maggiore componente delle cause di lavoro, hanno fatto registrare una riduzione; il numero totale delle controversie registrate nel 2006 è stato di 6.260 a fronte delle 9.230 del 2005, con una riduzione complessiva del 32%.

Relativamente all'esito di tale contenzioso, nonostante lo sfavorevole orientamento della giurisprudenza di merito, che si è attestata su canoni interpretativi particolarmente rigidi e sulla quale non sembrano ancora incidere significativamente le importanti e favorevoli aperture della giurisprudenza di legittimità su alcuni significativi aspetti, il tasso di soccombenza complessivo risulta invariato.