

**On Line**

In ambito e-commerce, l'offerta Paccocelere Impresa è stata arricchita da soluzioni tecnologiche evolute e di interscambio dati, disponibili per il tramite del sito internet di Poste Italiane, dedicate alle imprese che durante l'anno effettuano molte spedizioni. "Inviodesktop", "Inviosystem" e "Inviofile" sono rispettivamente un software e due integrazioni di sistema che consentono al cliente, tra l'altro, di stampare in autonomia le lettere di vettura, di consultare gli esiti delle spedizioni effettuate nonché le fatture con tutte le spedizioni effettuate, di monitorare le rimesse contrassegni.

**Qualità nei Servizi**

Nella tabella che segue sono indicati i risultati della qualità del servizio postale, confrontati (per quanto concerne il prodotto Pacco Ordinario, oggetto del Servizio Universale) con gli obiettivi assegnati nel triennio 2006-2008 dal Decreto del Ministero delle Comunicazioni del 13 marzo 2006 "Indici di qualità del servizio postale universale, periodo 2006-2008" confermati dallo schema di Contratto di Programma 2006-2008.

Gli obiettivi dei prodotti Postacelere e Paccocelere sono contrattuali e stabiliti tra SDA e la Capogruppo.

	<i>Consegna entro</i>	<b>2006</b>		<b>2007</b>	
		<b>Obiettivo</b>	<b>Risultato</b>	<b>Obiettivo</b>	<b>Risultato</b>
<b>Pacco Ordinario</b>	<b>5 giorni</b>	93%	96,1%	93,5%	96,1%
<b>Corriere Espresso Postacelere</b>	<b>1 giorno</b>	90%	96,1%	90%	96,1%
<b>Paccocelere</b>	<b>3 giorni</b>	98%	99,1%	98%	99,3%

Tutti i prodotti sono monitorati attraverso il sistema di tracciatura elettronica.

**FILATELIA**

Il mercato filatelico è costituito da circa un milione e mezzo di collezionisti, che formano una delle più importanti categorie di collezionismo in Italia, da circa 500 operatori economici del settore (di cui 350 iscritti all'A.F.I.P. Associazione Filatelisti Italiani Professionisti) e da 650 circoli filatelici di cui 300 federati.

La promozione dei prodotti filatelici è proseguita prevalentemente grazie al tramite dei referenti filatelici, (risorse appositamente dedicate e formate per supportare l'attività di promozione dei prodotti offerti) cui è affidata, tra l'altro, la gestione delle forniture dei prodotti filatelici ai 294 Sportelli filatelici che continuano a essere il punto di riferimento per i collezionisti; nel corso del 2007, cinquanta sportelli sono stati inoltre dotati di vetrine espositive per incrementare l'attività promozionale dei prodotti. L'offerta è stata altresì promossa e ampliata da tre negozi "Spazi Filatelia", ubicati a Roma a Milano e a Venezia e dagli oltre 2 mila Servizi Temporanei (servizi di sportello filatelico) attivati, nel corso dell'anno, in occasioni di manifestazioni ed eventi.

È proseguita la strategia di diversificazione dell'offerta, attraverso nuovi allestimenti filatelici ed emissioni di particolare rilievo socio-culturale, per stimolare in misura sempre maggiore l'interesse dei collezionisti, in particolar modo dei giovani.

Tra le serie tematiche, le emissioni maggiormente significative sono state i francobolli dedicati: al radiocronista sportivo Nicolò Carosio, nel centenario dalla nascita, per la serie "lo sport italiano"; a Brunico (BZ), Gaeta (LT), Massafra (TA) e Cattolica Eraclea (AG) per la serie "il turismo", al Trentino Alto Adige/Südtirol, Marche, Umbria e Sardegna per la serie "Regioni d'Italia" e al Liceo Corvito "Marco Foscarini" di Venezia, all'Istituto di Studi Politici "S.Pio V" di Roma e alla Scuola Medica Salernitana per la serie tematica "Scuole e Università". Significative, inoltre, le emissioni dedicate alla "FIAT 500" per la serie "Made in Italy" e quelle dedicate ai siti UNESCO - Venezia per la serie "Il patrimonio artistico e culturale italiano". Sono altresì proseguite le sperimentazioni tecniche sui francobolli con la creazione di una particolare carta valore, interamente realizzata su foglio di legno di betulla e raffigurante l'immagine della Basilica di San Vincenzo in Galliano in Cantù, inserita nella serie "Il patrimonio artistico e culturale italiano".

Tra le serie celebrative di eventi di particolare rilevanza sociale e storica vanno ricordati i francobolli dedicati: al centenario della prima "casa dei bambini" di Maria Montessori, al "50° anniversario dei Trattati di Roma", all'"Anno europeo delle pari opportunità per tutti" e all'"elezione dell'Italia a membro non permanente del Consiglio di Sicurezza delle Nazioni Unite".

Tra le serie commemorative, infine, vanno ricordati i francobolli dedicati: al "50° anniversario della morte di Arturo Toscanini", al centenario della morte di Giosuè Carducci, a Giuseppe Tomasi di Lampedusa per il 50° anniversario della sua morte e al centenario dalla nascita di Giuseppe Garibaldi.

Inoltre, per completare e migliorare il servizio rivolto ai clienti filatelici sono stati commercializzati alcuni "Cataloghi filatelici" (strumenti e supporti specifici dedicati ai collezionisti) realizzati da società esperte del settore; in particolare, tra gli altri, sono stati commercializzati il "Catalogo delle Tessere filateliche" e il "Catalogo dei Folder".

Sono proseguite anche per l'anno scolastico 2006/2007 le attività rientranti nel progetto Filatelia e Scuola rivolto agli alunni delle scuole elementari e medie; i referenti filatelici hanno realizzato corsi di filatelia in 1150 classi, coinvolgendo più di 23 mila alunni. A supporto di tale progetto sono stati realizzati quaderni scolastici con inserti filatelici e puzzle collegati alle emissioni della serie ordinaria "Le Regioni d'Italia".

Si sono ripetuti i consolidati appuntamenti filatelici di Milanofil (a marzo), a Romafil (a ottobre), Veronafil con il doppio appuntamento di maggio e dicembre e le consuete manifestazioni locali come Piacenza, Riccione e Ravenna, a cui si sono aggiunte il Meeting di Rimini e il MotorShow di Bologna.

#### On Line

L'internet shop di filatelia, che consente di acquistare francobolli e prodotti filatelici sul sito [www.poste.it](http://www.poste.it), continua a essere un canale di vendita di successo e in continuo sviluppo grazie anche al sempre maggiore utilizzo dei pagamenti in contrassegno e con carta di credito. Tale modalità di vendita, oltre a essere un importante veicolo commerciale, avvicina in modo sempre maggiore i giovani al mondo della filatelia.

#### ALTRE SOCIETA'

Poste Italiane Trasporti SpA opera nel settore del trasporto merci su strada e svolge l'attività prevalente nei confronti della Capogruppo, in particolare curando, sia il trasporto stradale su medie e lunghe distanze dei prodotti postali, sia le operazioni relative alla gestione dello scambio dei prodotti postali presso gli HUB di Bologna e Roma.

Sono proseguiti gli interventi finalizzati all'ampliamento della gamma dei servizi offerti, con particolare riguardo alla gestione dei trasporti sulle tratte comprensoriali e regionali e al contestuale contenimento dei costi operativi e di gestione. Con l'obiettivo di proporsi al mercato esterno, la Società ha condotto nel periodo servizi di trasporto nazionale per clienti esterni, riscontrando gradimento per la qualità/puntualità del servizio prestato e per le condizioni economiche offerte. Sono proseguiti inoltre gli investimenti volti a rinnovare un consistente numero di automezzi.

Mistral Air Srl, avvalendosi di aeromobili non di proprietà svolge servizi di trasporto aereo di corrispondenza per Poste Italiane e attività di trasporto aereo di merci per conto di altri clienti. Nel 2007 sono stati perfezionati dei contratti di leasing operativo, avviati nel 2006, per tre aeromobili "737 Quick Change" caratterizzati da una flessibilità operativa che consente una rapida conversione dall'allestimento merci a trasporto passeggeri e viceversa. Grazie a tale caratteristica gli aeromobili sono utilizzati nell'orario notturno per il servizio di rete postale per Poste Italiane e SDA e nell'orario diurno per attività charter cargo e passeggeri. L'attività passeggeri, è effettuata sulla base di appositi contratti con un broker europeo e una compagnia aerea nazionale.

L'inserimento in flotta dei 737 Quick Change, in aggiunta ai due BAe 146 già operativi da anni consentirà inoltre uno sviluppo dell'attività di addestramento piloti essendo tale aereo particolarmente impiegato sul mercato. A tale scopo, la Società ha ottenuto dall'ENAC (Ente Nazionale per l'Aviazione Civile) l'autorizzazione a svolgere corsi di addestramento.

L'avvio di tali attività ha fortemente influenzato i risultati dell'anno per effetto di costi connessi alla realizzazione del progetto di sviluppo societario, in particolar modo riguardanti l'inserimento in flotta dei nuovi velivoli, cui non è stato possibile correlare immediatamente ricavi.

Conseguentemente, l'esercizio 2007, che ha chiuso con una perdita di 4 milioni di euro, è stato oggetto in corso d'anno di un ripianamento delle perdite da parte della Controllante Poste Italiane, essendosi determinata la fattispecie di cui all'art. 2482-ter c.c. (capitale al di sotto del minimo legale), situazione peraltro nuovamente riscontrata al 31 dicembre; l'azionista sarà pertanto chiamato alle relative deliberazioni. Peraltro, la Mistral Air ha predisposto un piano che prevede iniziative di natura commerciale e di sviluppo dei ricavi, interventi di razionalizzazione e di contenimento dei costi, un'accorta impostazione della contrattualistica orientata alla riduzione dei rischi economici/finanziari; sulla base di tale piano, il management si attende ragionevolmente che la Società possa tornare in equilibrio economico e di conseguire un adeguato trend di sviluppo.

La società Consorzio Logistica Pacchi ScpA, interamente posseduta dal Gruppo (51% Poste Italiane SpA e 39% SDA Express Courier SpA, 5% SDA Logistica Srl e 5% Mistral Air), continua 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.

Il Consorzio cura inoltre i servizi di trasporto aereo della corrispondenza e dei quotidiani (rete stellare notturna) tra sette aeroporti nazionali, forniti dal consorzio Mistral Air, il servizio di corriere espresso "Paccocelere Maxi" e servizi relativi ad attività di archiviazione, magazzinaggio e logistica integrata.

A partire dal 2008, la società curerà inoltre anche i servizi di Postacelere 1 Plus, Paccocelere 1Plus e le relative attività accessorie.

**4.1.2 RISULTATI**

## CORRISPONDENZA

	Volumi (In migliaia)			Ricavi (In milioni di euro)		
	2006	2007	Var %	2006	2007	Var%
Posta Prioritaria <sup>(1)</sup>	829.217	1.311.325	n.s.	660	1.008	n.s.
Posta Ordinaria <sup>(1)</sup>	1.976.559	-	n.s.	897	-	n.s.
Posta Massiva <sup>(1*)</sup>	430.036	1.684.504	n.s.	228	903	n.s.
<b>Totale Corrispondenza Indescritta</b>	<b>3.235.811</b>	<b>2.995.829</b>	<b>-7,4</b>	<b>1.785</b>	<b>1.911</b>	<b>7,1</b>
Raccomandate	249.544	247.687	-0,7	849	860	1,4
Assicurate. Atti Giudiziari	37.437	39.954	6,7	204	215	5,2
<b>Totale Corrispondenza descritta</b>	<b>286.981</b>	<b>287.641</b>	<b>0,2</b>	<b>1.053</b>	<b>1.075</b>	<b>2,1</b>
<b>Periodici</b>	<b>1.216.046</b>	<b>1.221.136</b>	<b>0,4</b>	<b>197</b>	<b>199</b>	<b>1,2</b>
<b>Posta da estero</b>	<b>195.345</b>	<b>213.351</b>	<b>9,2</b>	<b>98</b>	<b>133</b>	<b>35,4</b>
<b>Telegrammi e Fax</b>	<b>15.498</b>	<b>14.613</b>	<b>-5,7</b>	<b>72</b>	<b>68</b>	<b>-5,7</b>
<b>Totale servizi tradizionali</b>	<b>4.949.681</b>	<b>4.732.570</b>	<b>-4,4</b>	<b>3.204</b>	<b>3.385</b>	<b>5,7</b>
<b>Totale Direct Marketing</b>	<b>1.887.700</b>	<b>1.787.138</b>	<b>-5,3</b>	<b>347</b>	<b>349</b>	<b>0,5</b>
<b>Totale Servizi Innovativi e Integrati</b>	<b>33.643</b>	<b>41.909</b>	<b>24,6</b>	<b>208</b>	<b>217</b>	<b>4,4</b>
<b>Nolo Caselle Postali</b>				<b>8</b>	<b>9</b>	<b>3,4</b>
<b>Totale Ricavi da mercato</b>				<b>3.768</b>	<b>3.960</b>	<b>5,1</b>
<b>Integrazioni Tariffarie Editoria</b>				<b>241</b>	<b>265</b>	<b>9,8</b>
<b>Compensazioni elettorali</b>				<b>72</b>	<b>14</b>	<b>-80,6</b>
<b>Totale Corrispondenza <sup>(1**)</sup></b>	<b>6.871.024</b>	<b>6.561.617</b>	<b>-4,5</b>	<b>4.081</b>	<b>4.239</b>	<b>3,9</b>
<b>Gruppo Postel - Ricavi da Terzi</b>				<b>251</b>	<b>242</b>	<b>-3,4</b>

n.s. non significativo

n.a. non applicabile

Al fine di una più omogenea comparazione dei dati relativi ai due esercizi, sono state effettuate alcune riclassifiche dei valori del 2006.

<sup>(1)</sup> 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.<sup>(1\*)</sup> Il servizio di Posta Massiva, dedicato alla clientela business, è operativo dal mese di settembre 2006.<sup>(1\*\*)</sup> I volumi complessivi della corrispondenza, considerando anche i pezzi lavorati da Postel e relativi al prodotto Promoposta (n. 356 milioni), ammontano a ca. 4,3 miliardi di pezzi al 31 dicembre 2007.

I risultati dei servizi postali di corrispondenza evidenziano, in termini di volumi, una tenuta degli invii a maggior valore economico e una flessione dell'offerta di base che ha generato una riduzione complessiva dei volumi del 4,5% rispetto al 2006. Tale riduzione dei volumi è in buona parte ascrivibile alle minori spedizioni di propaganda elettorale (oltre 200 milioni di invii in meno rispetto al 2006), soggette a compensazione e non e alla contrazione degli invii di posta non indirizzata (oltre 100 milioni di minori invii rispetto al 2006).

I ricavi da mercato, non comprensivi delle integrazioni tariffarie per l'editoria e per le campagne elettorali (rispettivamente di 265 e 14 milioni di euro), ammontano a 3.960 milioni di euro, contro 3.768 milioni di euro del 2006 (+5,1%) e beneficiano del risultato dei servizi tradizionali della corrispondenza indescritta, che rappresenta il 48% circa del totale ricavi e sul cui andamento ha inciso la piena entrata a regime del riordino tariffario introdotto dal Decreto del Ministero delle Comunicazioni del 12 maggio 2006 (manovra tariffaria). Come noto, il Decreto ha introdotto gli "Invii di Corrispondenza Massiva", dedicati ai clienti business a cui sono proposte griglie di prezzi differenziati sulla base del luogo di destinazione e ha previsto l'adozione di un unico regime per gli invii di corrispondenza "Non Massiva" per i quali il servizio è prestato con le caratteristiche qualitative e tariffarie precedentemente previste per il prodotto Posta Prioritaria. Il prodotto Posta Ordinaria non è dunque più previsto ed è stato così assorbito in parte dal prodotto Posta Prioritaria che ha registrato nell'esercizio un incremento, in termini di pezzi lavorati, di 482 milioni e in parte dal prodotto Posta Massiva, operativo dal mese di settembre 2006, che ha



registrato volumi per 1.685 milioni di pezzi e ricavi per 903 milioni di euro. Tali risultati hanno beneficiato del maggior ricorso, da parte della clientela business, alla Posta prioritaria rispetto alla Massiva.

Il comparto Corrispondenza Descritta ha generato un incremento dei volumi e dei ricavi rispettivamente dello 0,2% e del 2,1%, essenzialmente ascrivibile alla crescita del settore degli Atti Giudiziari, che compensa i minori volumi di Posta Raccomandata, con benefici incrementali sul fatturato in ragione di tariffe unitarie maggiori.

Le spedizioni editoriali segnano una tenuta dei volumi lavorati (+0,4%) e una lieve crescita dei ricavi (+1,2%) originati essenzialmente dalle stampe periodiche degli Operatori di Comunicazione<sup>10</sup> rispetto a quelle a regime libero.

Positivo il contributo della Posta dall'Estero, i cui volumi sono cresciuti del 9,2% per effetto dello spostamento della propria sede all'estero da parte di clienti che precedentemente spedivano nel territorio italiano. L'incremento dei ricavi (+35,4%) è altresì attribuibile al miglioramento della performance di qualità del servizio di posta prioritaria inbound (k+1) che, sulla base degli accordi REIMS (sistema di remunerazione degli scambi di corrispondenza internazionale tra operatori postali pubblici tenuti a fornire un servizio universale), costituisce elemento base per il calcolo delle tariffe.

Il *Direct Marketing* registra una diminuzione dei volumi lavorati (-5,3%) e una tenuta dei ricavi (+0,5%) principalmente attribuibile al comparto Non Indirizzato sul quale ha inciso il cambiamento del mix di recapito sul prodotto Promoposta a seguito dello spostamento di quote di attività alla controllata Postel per la distribuzione tramite agenzie. Alla contrazione dei volumi hanno altresì contribuito i minori invii elettorali di Posta Target rispetto al 2006.

Un positivo contributo ai risultati dei servizi di Corrispondenza è stato fornito infine dai Servizi Innovativi e Integrati per la notifica degli atti amministrativi e delle cartelle esattoriali che hanno fatto registrare significative maggiori spedizioni, con una conseguente crescita dei ricavi del 4,4%. In particolare, alla formazione di tali ricavi hanno positivamente inciso i risultati dei servizi connessi con l'introduzione di nuovi atti quali i fermi amministrativi, e la buona performance del canale on line (in special modo dei prodotti Raccomandata On Line e Lettera On Line).

Il valore dei ricavi afferente le integrazioni tariffarie per l'Editoria (265 milioni di euro nel 2007, contro 241 milioni di euro nel 2006) risente degli effetti generati dal Decreto della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 13 novembre 2007 che, nel riconoscere i compensi dovuti alla Società per agevolazioni tariffarie concesse al settore editoriale negli esercizi dal 2001 al 30 settembre 2007, ha fatto venir meno quelle indeterminatezze, legate appunto all'incertezza circa l'effettivo riconoscimento dei ricavi, che nel passato hanno contraddistinto la determinazione del compenso.

Il calo dei ricavi delle compensazioni elettorali è infine attribuibile al diverso peso delle tornate elettorali; rispetto alle elezioni politiche svolte nel corso del 2006, infatti, le elezioni amministrative, tenutesi nel 2007, hanno interessato un quorum di votanti decisamente inferiore, facendo registrare una flessione di oltre 58 milioni di euro rispetto ai ricavi del 2006.

I ricavi verso terzi del Gruppo Postel registrano una riduzione del 3,4% rispetto al 2006 per effetto delle continue pressioni competitive nel settore del Mass Printing, area storica del business societario, giunta ormai a uno stadio di maturità. Inoltre, nell'esercizio la gestione è stata influenzata negativamente da oneri di natura non ricorrente connessi alla svalutazione di alcune partecipate e a stanziamenti a copertura di rischi correlati a una commessa di lavori all'estero.

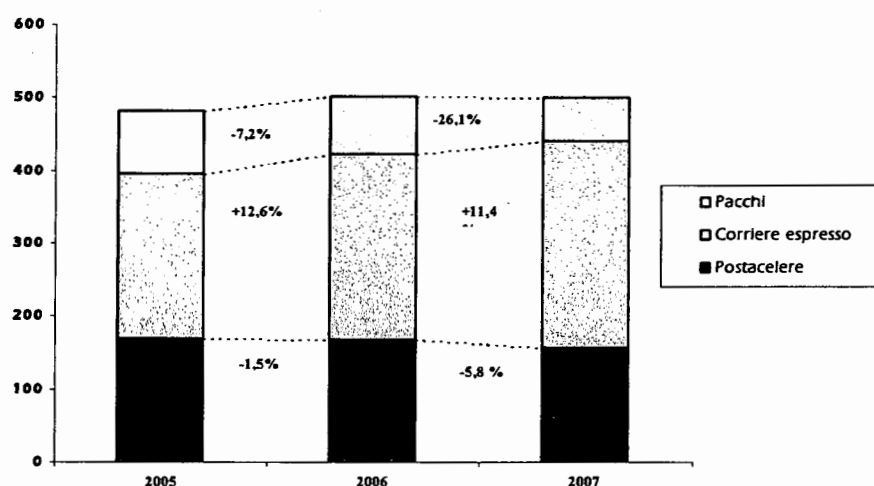
<sup>10</sup> Gli Operatori di Comunicazione sono degli editori, iscritti al Registro unico degli Operatori di Comunicazione

## CORRIERE ESPRESSO, LOGISTICA E PACCHI

	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in milioni di euro)		
	2006	2007	Var.%	2006	2007	Var.%
<b>Postacelere</b>						
Postacelere I Plus, Paccocelere I Plus	5.647	4.886	-13,5	63,2	57,8	-8,5
Paccocelere Nazionale J+3	6.459	6.464	0,1	58,6	59,8	1,9
Postacelere Internazionale Export, Paccocelere Internazionale Export	667	569	-14,6	32,1	27,6	-13,9
Postacelere Internazionale Import	1.682	1.603	-4,6	13,5	12,5	-7,1
<b>Totale Postacelere</b>	<b>14.454</b>	<b>13.523</b>	<b>-6,4</b>	<b>167,4</b>	<b>157,7</b>	<b>-5,8</b>
<b>Gruppo SDA</b>						
Espresso Nazionale	31.452	34.597	10,0	204,4	229,0	12,0
Espresso Internazionale	379	209	-44,8	9,4	8,3	-11,4
Servizi Dedicati	n.r.	n.r.	n.a.	31,4	33,4	6,2
Altri ricavi	n.r.	n.r.	n.a.	9,6	13,3	38,1
<b>Totale Gruppo SDA Ricavi da terzi</b>	<b>31.831</b>	<b>34.806</b>	<b>9,3</b>	<b>254,8</b>	<b>284,0</b>	<b>11,4</b>
<b>Totale Corriere espresso</b>	<b>46.285</b>	<b>48.329</b>	<b>4,4</b>	<b>422,2</b>	<b>441,7</b>	<b>4,6</b>

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

Ricavi Corriere Espresso, Logistica, Pacchi (milioni di euro)



I risultati dei servizi postali di Corriere Espresso registrano nel complesso, un aumento dei volumi (+4,4%) e dei ricavi (+4,6%) rispetto all'esercizio precedente, essenzialmente ascrivibile alla positiva dinamica del prodotto Espresso Nazionale, commercializzato dal Gruppo SDA, che rappresenta il 52% del totale dei ricavi conseguiti nel comparto Corriere Espresso.

Il segmento Postacelere registra un calo dei volumi rispetto al 2006 (-6,4%), a cui corrisponde una parziale tenuta in termini di ricavi (-5,8%) per effetto degli adeguamenti tariffari praticati, a partire dal secondo semestre 2006, sui prodotti Postacelere I Plus, Paccocelere I Plus e Paccocelere J+3.

Sui risultati del comparto Internazionale (in calo del 13,9% l'export e dell'7,1% 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.

Come sopra accennato l'apporto del Gruppo SDA ai ricavi di settore è stato considerevole con particolare riguardo al prodotto Espresso Nazionale la cui crescita rispetto al 2006 è stata del 10,0% sui volumi e del 12,0% sui ricavi. Tali positivi risultati confermano la validità della politica commerciale del Gruppo SDA grazie al continuo sviluppo dei prodotti tradizionali di peso fino a 3 chilogrammi e di peso compreso tra i 3 e i 15 chilogrammi, e al successo conseguito in nuovi segmenti di mercato con i servizi di trasporto e recapito di merci di peso superiore ai 30 chilogrammi come il nuovo prodotto "Extralarge". Il Prodotto Extra-Large ha, altresì, consentito l'accesso a SDA a questo specifico mercato di riferimento, sul quale sono indirizzati i maggiori obiettivi di crescita anche per i prossimi anni.

I proventi del comparto internazionale si riducono dell'11,4% rispetto all'esercizio precedente, risultano invece in crescita i proventi per Servizi Dedicati (+6,2% rispetto al 2006), servizi a forfait offerti "su misura" essenzialmente alla clientela bancaria.

#### Servizio Universale - Pacchi

	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in milioni di euro)		
	2006	2007	Var.%	2006	2007	Var.%
Pacchi Nazionali	15.409	10.161	-34,1	59,0	38,4	-34,9
Pacchi Internazionali Export	309	336	9,0	13,7	15,1	10,5
Pacchi Internazionali Import	335	308	-8,0	4,7	4,7	1,5
Altri ricavi <sup>(1)</sup>				3,5	1,5	-58,6
<b>Totale</b>	<b>16.052</b>	<b>10.805</b>	<b>-32,7</b>	<b>80,8</b>	<b>59,7</b>	<b>-26,1</b>
Integrazioni Editoria				19,8	25,0	25,8%
<b>Totale Pacchi</b>	<b>16.052</b>	<b>10.805</b>	<b>-32,7</b>	<b>100,7</b>	<b>84,7</b>	<b>-15,9</b>

<sup>(1)</sup> Vendita contenitori pacchi.

I ricavi conseguiti nel comparto Pacchi, senza tener conto delle integrazioni tariffarie per l'editoria, sono 59,7 milioni di euro, in calo del 26,1% rispetto al 2006. Tale decremento è principalmente ascrivibile al trend del prodotto Pacchi Nazionali i cui risultati evidenziano una diminuzione (-34,1% nei volumi e -34,9% nei ricavi, rispetto all'esercizio precedente) per effetto dell'orientamento della clientela verso i prodotti del comparto Corriere Espresso. In controtendenza rispetto agli altri prodotti del settore è l'andamento dei Pacchi internazionali Export che registrano una crescita nei volumi (del 9,0%) e nei ricavi (del 10,5%) favorita dal traffico generato dai flussi di immigrazione.



**FILATELIA**

I ricavi dei servizi postali di Filatelia si attestano a 166 milioni di euro, facendo registrare una crescita del 27,8 % rispetto al precedente esercizio (130 milioni di euro nel 2006). Il Programma Filatelico del 2007 ha espresso un alto profilo di contenuti e qualità, chiudendo l'anno con 58 emissioni (53 nel 2006), a fronte delle quali sono stati realizzati 69 valori e 2 cartoline postali per un valore complessivo di 54,03 euro. I risultati confermano il successo del Francobollo e l'efficacia della strategia aziendale, che negli anni ha saputo interpretare valori e interessi condivisi, fissandoli o riportandoli alla memoria attraverso tale prodotto e sviluppando un'offerta di prodotti correlati, in special modo nel settore "novità", indirizzata, grazie alla capillarità delle rete commerciale, oltre che ai collezionisti anche al cliente occasionale.

## 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 e Isvap.

In particolare, nel dare seguito alla richiesta della Banca d'Italia di completa applicazione degli istituti di vigilanza prudenziale e regolamentare 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 che, al momento, integra soluzioni di tipo avanzato con approcci standard 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;
- in accordo con la Banca d'Italia, è stato effettuato, a far data dal 30 giugno 2007, il primo invio delle segnalazioni di vigilanza prudenziale relative alle basi A1 e A2 della Matrice dei Conti;
- proseguono le attività di "Business Continuity Management" volte ad assicurare il completo adeguamento organizzativo e tecnologico alle disposizioni emanate, in materia di continuità operativa, dalla Banca d'Italia.

Con riferimento al recepimento nell'ordinamento italiano delle Direttive Comunitarie in tema di "Markets in Financial Instruments" (MiFID), in vigore dal 1° novembre 2007, sono stati avviati gli interventi organizzativi, procedurali, normativi e di processo finalizzati all'attuazione dei nuovi requisiti in tema di regole di condotta, conflitti di interesse, incentivi, gestione degli ordini e trasparenza dei mercati. E' stato inoltre avviato un ampio piano di formazione, che proseguirà anche nel 2008, nei confronti del personale interessato alle attività soggette alla normativa sui servizi di investimento.

Nel corso del 2007 sono proseguite le attività di approfondimento della Commissione Europea nei confronti di Poste Italiane relativamente ai procedimenti avviati, in base alla denuncia dell'ABI del dicembre 2005, concernenti la configurazione di presunti aiuti di Stato connessi con la remunerazione delle attività relative al collocamento dei prodotti del risparmio postale e alla raccolta del risparmio mediante i conti correnti, aree di rilevante importanza economica per Poste Italiane.

Con decisione del 22 novembre 2006, la Commissione ha considerato che la remunerazione corrisposta da Cassa Depositi e Prestiti a Poste Italiane per il collocamento dei libretti di risparmio postale nel periodo 2000-2005 non costituisce aiuto di Stato, aderendo così alle tesi aziendali. Per quanto riguarda invece il collocamento e la gestione dei Buoni Fruttiferi Postali, la Commissione ha dato avvio a un procedimento formale e ha invitato le Autorità italiane a presentare le proprie osservazioni e a fornire tutte le informazioni utili al riguardo; in tal senso, Poste Italiane, unitamente a Cassa Depositi e Prestiti, ha collaborato con le Autorità italiane per fornire tutte le informazioni richieste e i necessari elementi di valutazione. Le Autorità italiane hanno rappresentato le proprie osservazioni alla Commissione

con note del 2 febbraio 2007, 18 marzo 2007 e 22 giugno 2007 e nell'ambito di alcuni incontri di approfondimento. Con comunicazione del 25 gennaio 2008 la Commissione ha richiesto ulteriori elementi di approfondimento che sono stati forniti con apposita nota in data 29 febbraio 2008.

La posizione rappresentata dalle Autorità italiane conferma che la misura oggetto di valutazione da parte della Commissione non è configurabile come aiuto di Stato e che la remunerazione corrisposta dalla Cassa Depositi e Prestiti a Poste Italiane per il collocamento dei Buoni Fruttiferi Postali è in linea con il mercato, come peraltro dimostrato anche dal qualificato parere di esperti terzi.

Per quanto riguarda la remunerazione dei conti correnti postali la Commissione con la decisione del 26 settembre 2006 da un lato ha risolto positivamente il procedimento per gli anni fino al 2005 (con la formula di "aiuto esistente, ma cessato"), dall'altro ha posto sotto osservazione gli anni successivi. Infatti, oggetto di approfondimento è il "regime che fissa il tasso di interesse da applicare ai fondi depositati presso il Ministero dell'Economia e delle Finanze dal 2005" e le richieste di approfondimento della Commissione, hanno dato origine a numerosi e argomentati dossier che sono stati forniti dalle Autorità italiane alla Commissione stessa nel corso del 2007 e nei primi mesi del 2008. Poste Italiane ritiene che sia stato adeguatamente dimostrato che i livelli dei tassi di interesse riconosciuti dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, sia per modalità di determinazione, sia per il livello di fluttuazione dei parametri di riferimento nonché per i benchmark di mercato e di gestioni portati a confronto –anche tramite studi e analisi di qualificati operatori del settore–, non costituiscono una remunerazione configurabile come un "aiuto di Stato". Va rilevato, peraltro, che con la Legge Finanziaria 2007 la gestione della liquidità riveniente dalla raccolta relativa alla clientela privata è oramai autonomamente esercitata da Poste Italiane SpA nell'ambito della cornice normativa della Legge Finanziaria 2007.

Il punto di vista aziendale trova piena conferma nelle considerazioni e conclusioni delle Autorità italiane, rappresentate alla Commissione tramite apposite note del MEF datate 29 febbraio 2008 e 7 marzo 2008.

Gli Amministratori, sulla base delle evidenze prodotte e dei qualificati pareri sopra richiamati, tenuto anche conto della posizione assunta dal MEF, sono fiduciosi che la solidità delle tesi aziendali troverà adeguata valutazione in sede Comunitaria e che i procedimenti avranno un esito positivo per Poste Italiane; a tale titolo, pertanto, nessun accantonamento per rischi è stato stanziato nel bilancio in esame.

Nel corso dell'esercizio, è stata data piena attuazione alle disposizioni normative previste dalla Legge Finanziaria 2007 in materia di impiego della raccolta dei conti correnti postali da clientela privata; tale raccolta è investita obbligatoriamente in Titoli di Stato dell'area euro e pertanto la Società, diversamente dai precedenti esercizi, non dispone più della facoltà di depositare la propria liquidità presso il MEF come invece continua ad avvenire per i fondi provenienti dalla raccolta presso la clientela pubblica e i depositi residui al 31 dicembre 2007 sono stati impiegati in conformità alla normativa applicabile nei primi giorni dell'esercizio 2008.

#### **4.2.1 OFFERTA COMMERCIALE**

Le attività sui servizi finanziari sono state finalizzate a consolidare il posizionamento di BancoPosta sul mercato di riferimento attraverso l'ampliamento della gamma di prodotti offerti e lo sviluppo di azioni tese alla crescita di una relazione duratura e profittabile con la clientela. Il conseguimento di tali obiettivi è stato perseguito attraverso:

- lo sviluppo del valore del cliente, secondo una logica multicanale, con un'offerta di prodotti diversificata per segmento e con una gestione proattiva della clientela mediante campagne strutturate presso le sale prodotti finanziari e le sale finanziamento;
- l'innovazione di prodotto e di processo;
- la diffusione del programma di loyalty GranPremio Mondo BancoPosta e la realizzazione del primo concorso

war on cash "Zerocontanti";

- le attività di fidelizzazione della clientela business mediante l'attivazione di servizi aggiuntivi al conto corrente quali l'attivazione del collegamento telematico o la promozione della gestione degli incassi tramite bollettino.

Le iniziative a favore del prodotto **Conto BancoPosta** sono state volte a incentivare la crescita della giacenza sui depositi, a prevenire il fenomeno degli abbandoni della clientela e a incoraggiare l'utilizzo di prodotti fidelizzanti attraverso attività di *churn analysis* e *customer profiling*. In quest'ambito va inquadrato il lancio del concorso *Zerocontanti* con cui si è inteso favorire e premiare prodotti fidelizzanti (carte di debito, carte prepagate, accredito dello stipendio e della pensione, domiciliazione pagamenti) che limitano l'impiego dei contanti. Peraltro la realizzazione di tale concorso è riconducibile anche a una finalità più ampia dell'Azienda che, accogliendo gli inviti delle istituzioni governative nazionali e comunitarie ad allineare il Paese al resto d'Europa in termini di penetrazione degli strumenti innovativi di pagamento, ha inteso diminuire l'incidenza del contante nelle operazioni finanziarie.

Prosegue il buon andamento del conto BancoPosta Office lanciato nel giugno 2006 e proposto in promozione per tutto il 2007 con un canone mensile di 5 euro. Il conto offre alla clientela PMI soluzioni integrate attraverso 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).

Il settore della **Monetica**, che continua a essere fortemente presidiato dalla Carta Postamat Maestro (oltre 5,9 milioni di carte emesse al 31 dicembre 2007) e dalla carta Postepay (oltre 3,5 milioni di carte in circolazione al 31 dicembre 2007), è stato interessato dal lancio del nuovo servizio "Prepagato Corporate" rivolto a imprese, enti, banche, organizzazioni. Il servizio permette di gestire direttamente dalla piattaforma Bpiol la richiesta, ricarica e rendicontazione delle due nuove linee di carte prepagate: la *Postepay Incentive* e la *Postepay Virtual*. Le due nuove tipologie di carte seguono un modello *B2B2C (Business to Business to Consumer)*, dove il richiedente è rappresentato da un cliente business, mentre il titolare della carta è un soggetto retail. Nello specifico:

- la *Postepay Virtual* è dedicata a tutti i clienti che desiderano fornire alla propria clientela una carta prepagata personalizzata con un proprio card design;
- la *Postepay Incentive*, grazie alla peculiarità dell'inibizione delle funzioni di prelievo e rimborso e alla personalizzazione del card design, è dedicata ad aziende che assegnano premi alla propria clientela nell'ambito di programmi di loyalty, concorsi a premi.

A supporto del prodotto Postepay standard e del suo grande successo, sono state implementate nuove funzionalità quali l'aumento del plafond, l'estensione della durata della carta, la sostituzione gratuita per malfunzionamento entro 30 giorni dall'emissione. Inoltre, a fronte delle scadenze delle prime Postepay emesse nel 2004, è stato sviluppato un nuovo processo che permette ai titolari di carte in scadenza di sostituire la propria Postepay con una nuova a titolo gratuito direttamente dal contact center ProntoBancoPosta e di poter beneficiare di 30 giorni di ricariche gratuite.

Grazie alla partnership con MasterCard è stata lanciata sul mercato la prima carta ibrida RFID (Radio Frequency Identification) che consente di effettuare transazioni in modalità contactless (letteralmente: senza contatto diretto) sul circuito "MasterCard Paypass". Il lancio di questa tipologia di carta, caratterizzata da standard di sicurezza particolarmente avanzati e da estrema semplicità e velocità d'uso grazie al chip e alle radiofrequenze che trasmettono le informazioni di pagamento dalla carta a un lettore di ultima generazione, è avvenuto in sinergia con l'entrata sul mercato del nuovo operatore mobile virtuale di Poste Italiane (PosteMobile); la carta è stata infatti distribuita unitamente alla SIM PosteMobile su 1000 Uffici Postali selezionati.

È stata ulteriormente ampliata l'offerta della INPS Card, la carta per l'accredito dei contributi pensionistici, che è stata estesa alle Province di Milano, Bari, Napoli, Palermo e alle Regioni Calabria, Lazio, Liguria, Sardegna e Umbria; inoltre è stata lanciata, su tutto il territorio nazionale, la INPS Card per i lavoratori temporanei.

Al 31 dicembre 2007 le carte di credito BancoPosta emesse sono oltre 265mila.

Nell'ambito del **Trasferimento Fondi** sono state svolte attività finalizzate all'efficientamento e alla riduzione dei costi operativi dei prodotti cash to cash (vaglia e BancoPosta MoneyGram).

Nel settore dei **Finanziamenti** alle famiglie è stato lanciato il Mutuo BancoPosta al 100% che permette di ottenere un finanziamento fino al 100% del valore dell'immobile e sono state effettuate azioni promozionali con riduzione dello spread e azzeramento delle spese di istruttoria. E' stata inoltre ampliata la gamma dei prodotti di finanziamento a disposizione delle imprese con il Leasing Plafond, un prodotto studiato per le imprese che ricorrono più volte al leasing nel corso dell'anno per l'acquisizione di beni strumentali e/o targati. Si tratta di una linea di credito rinnovabile con un importo annuo compreso tra 300.000 e 3 milioni di euro che le imprese possono utilizzare per la richiesta di uno e/o più leasing.

Inoltre, per rispondere in misura crescente alle esigenze del segmento, è stata ampliata l'offerta del LeasingBancoPosta PA, lo strumento di finanziamento dedicato alla pubblica amministrazione centrale, agli enti territoriali, alle aziende pubbliche, municipalizzate, sanitarie e ospedaliere, elevando l'importo massimo da 200mila a 1 milione di euro e presentando, in occasione della manifestazione Forum PA, il leasing Immobiliare e quello dedicato al finanziamento di attrezzature e macchinari per la difesa dell'ambiente e per la produzione di energia alternativa.

Il comparto del Risparmio Postale è stato caratterizzato da un rinnovamento del meccanismo di determinazione degli interessi riconosciuti sui Libretti di Risparmio Postali con l'obiettivo di remunerare maggiormente (c.d. rendimento oro) quei "libretti" la cui Giacenza Media sia aumentata. È stata inoltre ampliata la gamma dei Buoni Fruttiferi Postali offerti, attraverso due importanti novità, frutto della collaborazione con Cassa Depositi e Prestiti SpA:

- Il lancio del nuovo buono BFP*Premia*,
- i restyling del Buono Indicizzato a scadenza che ha comportato, oltre a una modifica del premio massimo conseguibile a scadenza, una riduzione nella vita del Buono, modifica volta a coprire un orizzonte temporale (5 anni) che risultava relativamente scoperto

Nel settore dei **prodotti d'investimento**, al fine di garantire alla propria clientela emittenti con elevato standing creditizio, l'Azienda continua ad avvalersi, per il collocamento delle obbligazioni strutturate, della collaborazione di primarie banche commerciali italiane e investment bank non comunitarie. L'offerta tradizionale, incentrata da circa tre anni solo su prodotti appartenenti alla famiglia Reload di natura protettiva e con un'importante componente a tasso fisso, è stata integrata con il nuovo prodotto **Energialternativa**, destinato a una clientela desiderosa di diversificare il proprio portafoglio e pronta a cogliere le novità offerte dal mercato. **Energialternativa BancoPosta**, emessa da Morgan Stanley, è la prima "eco-obbligazione" proposta in Italia che coniuga, in un prodotto finanziario, la sensibilità verso i temi ambientali e il vantaggio di una potenzialità di rendimento per i risparmiatori.

Nel settore **Pubblica Amministrazione** è proseguita l'attività di rafforzamento del ruolo di interlocutore nell'erogazione di servizi finanziari, anche integrati, offrendo soluzioni aderenti alle esigenze espresse dal segmento attraverso la gestione di importanti accordi: con l'Inps e l'Ipost per, come sopra esposto, l'accredito delle pensioni; con il Ministero dell'Economia e delle Finanze per proseguire l'erogazione del bonus per ogni nato o adottato e per consentire ai correntisti BancoPosta di ricevere i rimborsi fiscali in conto (prosegue peraltro l'erogazione dei medesimi in contanti presso gli Uffici Postali); con 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; con la Regione Lombardia per l'incasso dei ticket sanitari presso gli Uffici Postali mediante un sistema di incasso completamente telematico.

È stato efficientato il processo di erogazione del servizio Bene Comune, sottoscritto da oltre 2000 comuni per la gestione degli incassi delle entrate degli Enti Locali ed è stato lanciato il servizio Bene Comune Plus, sviluppato per ampliare i servizi offerti ai Comuni che gestiscono in autonomia l'ICI, integrando la stampa, l'invio dei bollettini e l'incasso del tributo con la gestione e sistemazione degli archivi comunali.



### On Line

BancoPosta Online - il servizio di internet banking associato al conto BancoPosta retail - si conferma leader dei siti italiani dedicati ai servizi finanziari sia per il numero di visitatori, sia per numero di accessi unici di clienti che eseguono operazioni sul web, con 641 mila clienti consumer (534 mila a fine 2006) e oltre 120mila clienti business. Il BancoPosta on line, peraltro, si conferma leader dei siti italiani dedicati ai servizi finanziari collocandosi, secondo le rilevazioni Nielsen/NetRatings e CommStrategy, al primo posto nel settore, sia per numero di visitatori, sia per numero di accessi unici di clienti che eseguono operazioni dispositive sul web, con 2 milioni di visitatori unici per la categoria "Finanza on line" e con 3,2 milioni per la categoria "Government & Non Profit" nel mese di dicembre.

Nell'ambito dei servizi accessori ai conti BancoPostalImpresa e BancoPosta Office, resi accessibili alla clientela attraverso la piattaforma di internet banking BPIOL, sono state introdotte nuove funzionalità che consentono: di affiancare alla carta prepagata Postepay Impresa, per il pagamento degli stipendi, delle missioni e di ogni tipologia di accredito per i collaboratori delle imprese, la possibilità di richiedere anche la carta Postepay Virtual; di ricaricare tutte le carte Postepay presenti sul mercato; di pagare tutti i bollettini di conto corrente postale (MAV, premarcati, bianchi); l'ampliamento dei servizi postali pagabili on line, tra cui il Telegramma on line, la Posta Elettronica Certificata, Posteweb Imprese, carte Valori on line, Seguimi on line.

La piattaforma di pagamento per l'e-commerce, il servizio accessorio di BancoPostalImpresa e BancoPosta Office dedicato alle aziende che vendono beni e servizi attraverso internet, ha superato i 250 esercenti convenzionati e costituisce una componente fondamentale dell'offerta integrata lanciata a maggio 2007 e denominata "Postecommerce" (nome precedentemente usato dalla sola piattaforma per i pagamenti). Rappresenta, inoltre, il veicolo attraverso il quale è possibile gestire il pagamento di tutti i servizi "postali" (Raccomandata On Line, Prioritaria On Line, Telegramma on Line, Certitel Catasto Web, Carte Valori On Line) offerti sul sito [www.poste.it](http://www.poste.it)

La Porta dei Pagamenti, per il pagamento dei bollettini di conto corrente postale su strutture terze delegate, ha confermato il suo successo presso la Pubblica Amministrazione, in particolar modo locale, ma anche centrale, convenzionando grandi Amministrazioni, quali INPS, Agenzia del Territorio e altre.

Il contesto di riferimento in cui opera Poste Tutela SpA è rappresentato dal mercato della *private security*, in particolare dal segmento di tale mercato costituito dall'insieme dei servizi relativi a:

- movimento fondi (trasporto, scorta, custodia, contazione valori);
- vigilanza, fissa e mobile;
- sicurezza logica;
- tutela della informazioni sensibili.

A partire dal 2006, inoltre, la Società si occupa della gestione del servizio di trasporto e scorta di "valori postali" (tra cui Carte Valori Postali, Buoni Fruttiferi Postali e Libretti di Risparmio, Pacchi Valori).

L'operatività è garantita principalmente da tecnici preposti all'erogazione di servizi in materia di prevenzione e protezione nei luoghi di lavoro.

**4.2.2 RISULTATI****BANCOPOSTA**

<b>Ricavi (milioni di euro)</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Var.%</b>
<b>Conti Correnti</b>	<b>2.595</b>	<b>2.671</b>	<b>2,9</b>
Bollettini	658	639	-2,9
Proventi degli Impieghi della raccolta	1.438	1.492	3,8
Altri Ricavi c/c	500	541	8,2
<b>Trasferimento fondi <sup>(*)</sup></b>	<b>86</b>	<b>84</b>	<b>-1,4</b>
<b>Risparmio postale e Investimento</b>	<b>1.584</b>	<b>1.661</b>	<b>4,8</b>
Libretti e Buoni postali	1.189	1.210	1,8
Titoli di Stato	9	13	36,3
Azioni e obbligazioni	147	206	40,6
Polizze Vita	176	178	1,1
Fondi di investimento	31	25	-19,0
Deposito Titoli	32	28	-11,7
<b>Servizi Delegati</b>	<b>225</b>	<b>210</b>	<b>-6,5</b>
<b>Prodotti di finanziamento</b>	<b>65</b>	<b>52</b>	<b>-20,1</b>
<b>Altri prodotti <sup>(**)</sup></b>	<b>39</b>	<b>30</b>	<b>-20,9</b>
<b>Totale Ricavi</b>	<b>4.594</b>	<b>4.709</b>	<b>2,5</b>

<sup>(\*)</sup> La voce comprende tutti i ricavi da vaglia nazionali e internazionali e l'Eurogiro in entrata e in uscita.

<sup>(\*\*)</sup> La voce comprende i ricavi da Delega unica, da Modello Unico, valori bollati.

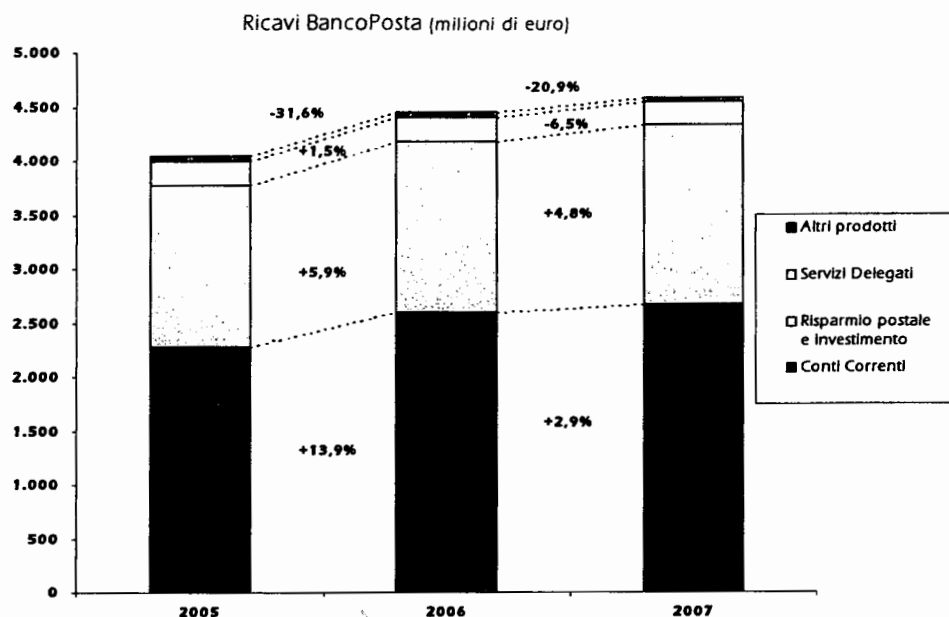
<b>Giacenze (milioni di euro)</b>	<b>31-dic-06</b>	<b>31-dic-07</b>	<b>Var.%</b>
<b>Conti Correnti <sup>(*)</sup></b>	<b>35.663</b>	<b>36.157</b>	<b>1,4</b>
<b>Libretti Postali <sup>(**)</sup></b>	<b>70.583</b>	<b>76.287</b>	<b>8,1</b>
<b>Buoni Postali Fruttiferi</b>	<b>176.162</b>	<b>184.136</b>	<b>4,5</b>

<sup>(\*)</sup> Trattasi della giacenza media dell'esercizio.

<sup>(\*\*)</sup> Le giacenze comprendono gli interessi maturati nel periodo di riferimento.

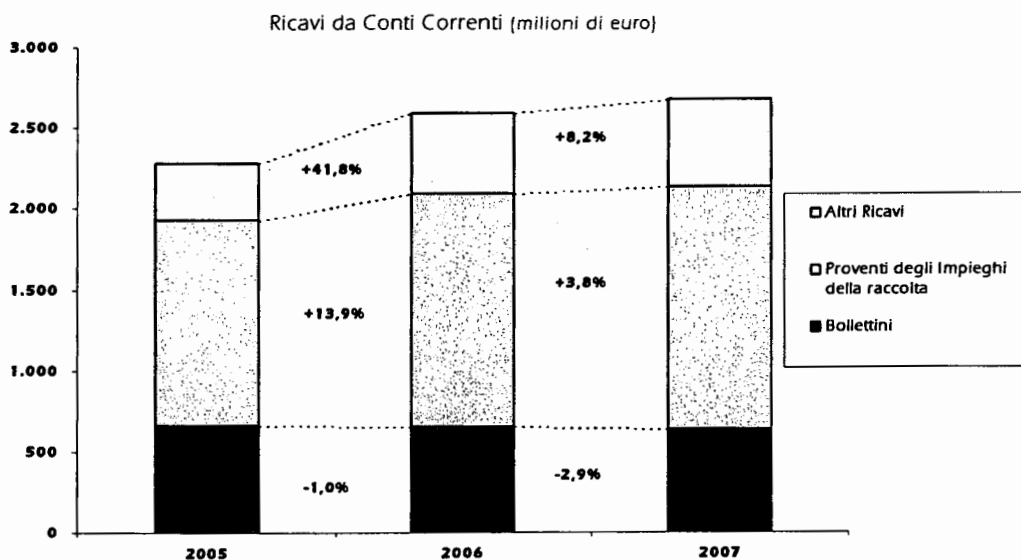
<b>Numero transazioni (migliaia)</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Var.%</b>
<b>Bollettini accettati</b>	<b>642.244</b>	<b>619.206</b>	<b>-3,6</b>
<b>Vaglia nazionali</b>	<b>10.793</b>	<b>9.926</b>	<b>-8,0</b>
<b>Vaglia Internazionali</b>	<b>1.619</b>	<b>1.505</b>	<b>-7,1</b>
<b>Pensioni e altri mandati</b>	<b>90.512</b>	<b>89.638</b>	<b>-1,0</b>
<b>Servizi Fiscali</b>	<b>9.701</b>	<b>9.951</b>	<b>2,6</b>

<b>Volumi (migliaia)</b>	<b>31-dic-06</b>	<b>31-dic-07</b>	<b>Var.%</b>
<b>Conti Correnti in essere con la clientela</b>	<b>4.880</b>	<b>5.230</b>	<b>7,2</b>
<b>Numero Carte di Credito</b>	<b>245</b>	<b>266</b>	<b>8,3</b>
<b>Numero Carte di Debito</b>	<b>5.612</b>	<b>5.957</b>	<b>6,1</b>
<b>Numero Carte Prepagate</b>	<b>2.801</b>	<b>3.526</b>	<b>25,9</b>



Il continuo arricchimento della gamma di prodotti offerti e l'attenzione verso le molteplici esigenze della clientela, hanno consentito di conseguire risultati di eccellenza che confermano la competitività dell'Azienda, con le altre realtà italiane, sul mercato bancario.

I ricavi per servizi BancoPosta sono cresciuti del 2,5%, passando da 4.594 milioni di euro al 31 dicembre 2006 a 4.709 milioni di euro al 31 dicembre 2007; il positivo andamento è da porre in relazione alla gestione dei conti correnti, che hanno contribuito alla formazione dei ricavi BancoPosta per il 57%, e alla buona performance del risparmio postale e del risparmio amministrato e gestito che hanno contribuito per il 35%.



Il risultato dei ricavi da conti correnti è cresciuto del 2,9% rispetto al 2006 per effetto sia dell'aumento della giacenza media giornaliera dell'esercizio (36,2 miliardi di euro del 2007 contro i 35,7 miliardi di euro del 2006), sia della positiva