

4. AREE DI BUSINESS

Il Gruppo Poste Italiane offre prodotti e servizi integrati di comunicazione, logistici e finanziari su tutto il territorio nazionale attraverso la rete dei circa 14mila Uffici Postali, il portale internet e il contact center. Poste Italiane SpA è fornitore del Servizio Universale postale fino al 2015.

Il Gruppo fornisce in misura sempre crescente servizi integrati e soluzioni innovative ai suoi clienti (privati cittadini, imprese, Pubblica Amministrazione centrale e periferica), valorizzando i propri canali commerciali, nonché le molteplici e complementari competenze delle proprie strutture organizzative.

Il Gruppo offre altresì alla Pubblica Amministrazione diversi servizi di incasso, pagamento e rendicontazione in sintonia con lo sviluppo dei processi di e-government. Attraverso la rete degli Uffici Postali, il Gruppo garantisce anche servizi di rilevanza sociale favorendo, l'accesso a servizi pubblici di carattere amministrativo (per esempio, progetto "Reti Amiche") e finanziario (per esempio, "Social Card").

L'attività commerciale è riconducibile a tre segmenti di business nel seguito descritti: Servizi Postali, Servizi Finanziari e Servizi Assicurativi.

- I Servizi Postali comprendono le attività della Corrispondenza, del Corriere Espresso e Pacchi e della Filatelia, svolte dalla Società e da alcune società controllate (SDA Express Courier SpA, Gruppo Postel, Poste Italiane Trasporti SpA, Mistral Air Srl, Consorzio Logistica Pacchi ScpA, Italia Logistica Srl).
- I Servizi Finanziari comprendono le attività del BancoPosta e della controllata Poste Tutela SpA.
- I Servizi Assicurativi accolgono le attività condotte da Poste Vita SpA (i cui prodotti vengono distribuiti presso gli Uffici Postali) e dalla sua controllata Poste Assicura SpA.
- Altre attività complementari svolte da Poste Italiane e altre ulteriori attività svolte da alcune società del Gruppo (BancoPosta Fondi SpA SGR, EGI SpA, Postecom SpA, PosteShop SpA, Poste Link Scrl, PosteMobile SpA, Poste Energia SpA e Poste Tributi SpA) sono comprese nel segmento Altri Servizi.

4.1 SERVIZI POSTALI

L'area dei Servizi Postali comprende i seguenti settori di attività:

- l'area della Corrispondenza, che riguarda l'offerta di servizi postali tradizionali, servizi di direct marketing e servizi innovativi all'interno del più ampio settore delle comunicazioni cartacee ed elettroniche, è di competenza di Poste Italiane SpA e, relativamente al comparto del Mass Printing, l'attività è svolta dal Gruppo Postel;
- l'area della Filatelia riguarda le attività di commercializzazione delle Carte Valori Postali e dei prodotti filatelici;
- l'area del Corriere Espresso e dei Pacchi è relativa ai prodotti di corriere espresso offerti, in regime di libera concorrenza, da Poste Italiane SpA alla clientela Retail e PMI e da SDA Express Courier alla clientela Business. L'offerta del Pacco Ordinario è soggetta all'obbligo del Servizio Universale.

Le società controllate Mistral Air Srl e Poste Italiane Trasporti SpA svolgono attività di supporto e si occupano del trasporto aereo e terrestre, mentre il Consorzio Logistica Pacchi ScpA svolge attività strumentali di ripartizione, trazione e consegna dei pacchi.

Il Contratto di Programma regola i rapporti fra il Ministero dello Sviluppo Economico e Poste Italiane per l'espletamento del Servizio Postale Universale. Il contratto relativo al triennio 2009-2011 è ancora in fase di elaborazione. Fino alla data della sua sottoscrizione, continuano ad avere efficacia le disposizioni contenute nel Contratto di programma 2006-2008. Lo schema di Atto aggiuntivo al Contratto di programma 2006-2008, predisposto congiuntamente con il Ministero dello Sviluppo Economico e che prevedeva il recupero delle somme residue a compensazione del Servizio Universale secondo il meccanismo del *subsidy cap*, è stato modificato dal CIPE, che nel proprio parere del 18 dicembre 2008 (pubblicato nella G.U. del 18 aprile 2009) ha rideterminato gli stanziamenti per gli esercizi 2006, 2007 e 2008. Il testo, così come modificato dal CIPE, è in attesa di ricevere avviso conforme del Ministero dell'Economia e delle Finanze, prima della firma delle parti.

Il Contratto di Programma regola anche il comparto **filatelico**; in particolare disciplina le attività inerenti l'emissione delle carte valori postali, attribuendo all'esclusiva competenza del Ministero dello Sviluppo Economico la formulazione dei programmi di emissione delle Carte Valori Postali e demandando a Poste Italiane la relativa distribuzione e commercializzazione. Il programma di emissione annuale è sottoposto al parere della "Consulta per l'emissione delle Carte Valori Postali e la Filatelia" che è presieduta dal Ministro competente.

Il quadro normativo vigente prescrive l'effettuazione con cadenza triennale di interventi sui prezzi e sulle tariffe dei prodotti postali, al fine di garantire il necessario recupero dell'inflazione maturata nel periodo precedente e di tenere conto dei livelli di qualità conseguiti in tale periodo. Il D.Lgs. 261/1999 prevede che gli interventi sui prodotti in concorrenza vengano disposti direttamente dall'Autorità di regolamentazione del settore postale (Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento per le Comunicazioni), su proposta di Poste Italiane.

In data 29 giugno è entrato in vigore il Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 19 giugno 2009 recante disposizioni in materia di invii di corrispondenza raccomandata e assicurata, per l'interno e per l'estero, rientranti nell'ambito del Servizio Postale Universale e non attinenti alle procedure amministrative e giudiziarie. Il Decreto prevede alcune modifiche alla struttura tariffaria vigente dal 1° gennaio 2004 e attribuisce sempre maggiore importanza al criterio di orientamento dei prezzi al costo reale del servizio e alle dinamiche di mercato.

Le principali innovazioni consistono nella variazione dei prezzi di *Posta Raccomandata* e *Assicurata* retail e nell'introduzione dei nuovi prodotti non retail, *Posta Raccomandata Smart* e *Posta Assicurata Smart*, che possono

essere accettati esclusivamente presso i centri abilitati della rete logistica di Poste Italiane e che prevedono una diversificazione del prezzo in base al luogo di destinazione degli invii. Le nuove tariffe continuano a mantenersi al di sotto della media europea.

La Legge n. 69 del 18 giugno 2009 recante *“Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività nonché in materia di processo civile”* ha introdotto alcune novità rinvenienti dalle disposizioni degli articoli 16, *“Misure in tema di concorrenza e tutela degli utenti nel settore postale”* e 33, *“Delega al Governo per la modifica del codice dell'amministrazione digitale, di cui al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82”*

In particolare, l'art. 16 ha modificato in più parti il Decreto Legislativo 261/99, accentuando il ruolo dell'Autorità di Regolamentazione alla quale viene riconosciuta la facoltà: di adottare i provvedimenti necessari al fine di assicurare la continuità del Servizio Universale, di promuovere l'adozione di provvedimenti atti a realizzare l'accesso ad elementi propri dei servizi postali quali il Codice di Avviamento Postale, di accertare che sia fornita la pubblicità delle informazioni relative a prezzi e obiettivi di qualità. È stata inoltre evidenziata *“la funzione di adesione sociale e territoriale”* del servizio postale grazie alla sua rete distribuita in tutto il Paese.

Infine, è stato ridefinito il disposto di cui all'art. 14 del D.Lvo 261/99 mediante una più puntuale descrizione dei contenuti della Carta della Qualità relativamente alla parte dedicata alla gestione dei reclami, attività estesa alle procedure conciliative. In particolare, è richiesto che la Carta della Qualità descriva in maniera dettagliata ed esplicita i termini di trattazione dei reclami e le procedure adottate per la gestione dei casi afferenti lo smarrimento, il furto, il danneggiamento di un invio e in genere il mancato rispetto delle norme di qualità del servizio¹⁷.

Sulla base delle modifiche apportate, andranno, invece, approfonditi i criteri di attribuzione della responsabilità qualora sia coinvolto più di un operatore.

L'art. 33 della Legge 69/2009 ha, tra l'altro, delegato il Governo a rimodulare il Codice dell'Amministrazione Digitale (D.lgs. 82/2005) in merito a: firma digitale al fine di semplificarne l'adozione e l'uso; equiparazione delle società interamente partecipate da enti pubblici e/o con prevalente capitale pubblico alle pubbliche amministrazioni; disciplina delle copie informatiche.

Il Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 26 ottobre 2009, recante *“Disposizioni in ordine all'identificazione dell'operatore postale sugli invii e la relativa modulistica”*, in un contesto caratterizzato da una crescente concorrenza, mira ad assicurare la trasparenza del mercato e a tutelare i clienti, imponendo agli operatori postali titolari di licenza individuale e di autorizzazione generale di indicare su ogni invio e sulla relativa modulistica, a partire dal 2010, la denominazione della ditta responsabile del servizio nonché le eventuali categorie di prodotto o servizio reso.

Con riferimento alle integrazioni tariffarie per l'Editoria, la Legge n. 99 del 23 luglio 2009 recante *“Disposizioni per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese, nonché in materia di energia”* ha previsto, nelle more della liberalizzazione dei servizi postali e fino alla rideterminazione delle tariffe agevolate per la spedizione di prodotti editoriali, che *“il costo unitario cui si rapporta il rimborso in favore della società Poste Italiane Spa nei limiti dei fondi stanziati sugli appositi capitoli di bilancio autonomo della Presidenza del Consiglio dei ministri”* sia pari a *“quello riveniente dalla convenzione in essere in analogo materia più favorevole al prenditore”*.

Gli impatti della legge e le modalità di adeguamento alla stessa sono tuttora oggetto di approfondimenti.

Con delibera dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) del 15 ottobre 2009 ha preso avvio il procedimento A/413 al fine *“di accertare se le condotte poste in essere dalla Società integrino abusi di posizione*

¹⁷ Elementi già presenti nell'ultima versione concordata tra Poste e le Associazioni dei consumatori.

dominante ai sensi dell'art. 82 del Trattato CE", con particolare riferimento all'offerta Posta Time e alla partecipazione ad alcune gare. La Società si è conseguentemente attivata con lo scopo di illustrare all'Autorità la "ratio" dei propri comportamenti commerciali e nella convinzione che suddetti comportamenti siano pienamente conformi alla normativa a tutela della concorrenza ha ritenuto comunque opportuno presentare in data 1° marzo 2010 alcuni specifici impegni tesi a superare eventuali profili anticoncorrenziali.

Allo stato si è quindi in attesa dello svolgimento delle fasi successive dell'istruttoria in essere.

In data 9 febbraio 2010 l'AGCM, nell'ambito della propria attività consultiva al Parlamento e al Governo, ha segnalato la necessità che nell'ambito del processo di progressiva liberalizzazione dei mercati, al settore postale venga assegnata una particolare attenzione procedendo all'istituzione di una figura di Regolatore indipendente, superando l'attuale contesto normativo che colloca questa responsabilità nell'ambito delle competenze previste per il Ministero dello Sviluppo Economico. Al contempo ha anche suggerito che questo ruolo venga attribuito, coerentemente a quanto già in essere in campo in tema nazionale e comunitario, all'AGCM.

4.1.1 OFFERTA COMMERCIALE

Corrispondenza

Nell'ambito della posta indescritta è stato lanciato Posta Time, prodotto a valore aggiunto che grazie al supporto di una innovativa componente tecnologica rappresentata dai palmari in dotazione ai portalettere, consente la certificazione dell'invio e il recapito a data e ora certa per le spedizioni nelle aree metropolitane e nei capoluoghi di provincia.

Nella posta descritta l'offerta di Raccomandata 1 è stata estesa anche alla clientela Business. Il nuovo prodotto consente di spedire la corrispondenza registrata in modo veloce e sicuro (primo tentativo di consegna in J+1).

La gamma dei servizi accessori è stata ampliata con i pacchetti Posta Easy Basic e Posta Easy Full attraverso cui Poste Italiane è in grado di offrire la filiera completa delle attività legate alla stampa, al confezionamento e all'allestimento delle spedizioni. È stata estesa l'offerta Pick up Light¹⁸ anche alla clientela Business, target a cui è stato rivolto anche il lancio del prodotto Consegna a domicilio che consente di ricevere presso la sede del cliente la corrispondenza registrata e non registrata, in determinate fasce orarie e/o giorni concordati.

A partire dal mese di giugno è inoltre possibile attivare on line i servizi di consegna personalizzata al destinatario¹⁹.

Tra i servizi per l'editoria è stato lanciato Consegna Multicopie il servizio che consente alle imprese editrici di spedire in un unico plico, del peso non superiore a 20 Kg, le copie dei periodici non dirette alla filiera distributiva, destinate in modo continuativo ai clienti dell'editore, quali grandi aziende, studi professionali, associazioni, reti di *franchising*.

Nei servizi integrati a conferma dell'impegno continuo nel realizzare servizi ad alto valore aggiunto, sono state lanciate nuove offerte modulari del SIN tra cui: il Servizio Integrato Notifiche Territoriale, la nuova offerta rivolta a coloro che hanno necessità di notificare gli Atti Giudiziari spediti in originale e/o firmati manualmente e caratterizzati da volumi

¹⁸ Il servizio prevede il ritiro presso la sede del cliente della corrispondenza registrata e non registrata fino a 2 kg di peso.

¹⁹ Trattasi dei servizi Seguimi, dedicato a chi cambia indirizzo perché consente di continuare a ricevere regolarmente tutta la corrispondenza al nuovo recapito anche se inviata a quello vecchio; Aspettami, che consente di richiedere la custodia della corrispondenza non a firma per un periodo compreso tra 1 e 4 settimane e Dimmiquando, servizio attraverso cui è possibile scegliere in quale giorno della settimana ricevere Raccomandate e Assicurate

relativamente bassi; la Notifica con Messo, lo strumento che consente di portare a conoscenza del destinatario copia conforme all'originale di un atto o provvedimento a lui destinato perché espletati gli effetti giuridici nei suoi confronti.

È stato infine lanciato Poste Packaging, nuovo servizio rivolto alla clientela Business che permette di gestire, in via modulare, le varie fasi del recapito di spedizioni fino a 5 kg di peso: gestione del magazzino e micrologistica, gestione dei pagamenti, rendicontazione e gestione dei ritorni. Il cliente potrà decidere quali moduli attivare a seconda delle proprie necessità.

Il Gruppo Postel opera nel settore dei servizi di comunicazione per le aziende e la Pubblica Amministrazione. Oltre al servizio di stampa e imbustamento della corrispondenza, che tradizionalmente rappresenta il core business del Gruppo, l'offerta contempla i servizi di *Mass Printing* (insieme dei servizi per la gestione in outsourcing di grandi quantità di corrispondenza), di *Direct Marketing* (servizi integrati di comunicazione e marketing e attività di stampa di documentazione commerciale), di *Door to Door* (servizi di supporto alle aziende nella gestione di campagne di comunicazione "non indirizzata"), di *Gestione Elettronica Documentale* che il Gruppo svolge offrendo ai propri clienti, sia servizi tradizionali di acquisizione ottica e *storage*, sia servizi innovativi come l'archiviazione ottica sostitutiva e la fattura elettronica e di *e-procurement* (attività di gestione, distribuzione e fornitura di materiale di cancelleria, prodotti per l'informatica, modulistica, stampati, materiali di consumo e altri prodotti accessori a favore della rete dei circa 14mila Uffici Postali di Poste Italiane).

In data 30 settembre 2009 il Consiglio di Amministrazione ha approvato l'acquisto del 15% delle quote del consorzio Poste Contact, operazione propedeutica alla successiva fusione del consorzio con la s.c.r.l. Poste Link, di cui Postel detiene il 15% delle quote consortili.

Servizi on line

L'offerta di servizi di comunicazione elettronica, garantita dalla NPCE (Nuova Piattaforma Integrata di Comunicazioni Elettroniche).

Le spedizioni di posta ibrida vengono effettuate on line e arrivano a destinazione in formato cartaceo, conservando lo stesso valore della corrispondenza tradizionale. Tali servizi sono disponibili attraverso i canali del sito www.poste.it, del nuovo portale web dedicato alla clientela Business www.posta-online.it oppure attraverso le soluzioni Host to Host dedicate alle aziende che hanno l'esigenza di integrare la posta on line direttamente nelle piattaforme gestionali e informative già utilizzate (intranet/CRM o altro).

Per i clienti che utilizzano la Raccomandata On Line e che accedono alla NPCE (Nuova Piattaforma di Comunicazione Elettronica) tramite collegamento 'Host to Host' è disponibile il servizio *Track and Trace* (T&T); i clienti possono monitorare le proprie spedizioni e accertarsi dell'avvenuta consegna della raccomandata direttamente all'interno della stessa interfaccia utilizzata per accedere al servizio di raccomandata on line.

È stato infine lanciato il servizio di Data Certa Digitale che offre la possibilità ai clienti di apporre ai documenti un timbro digitale, che ne certifichi orario e data, senza doversi recare presso gli Uffici Postali.

Qualità nei servizi

Gli obiettivi di qualità sono stabiliti dall'Autorità di regolamentazione del settore postale e riguardano i tempi del recapito che devono essere garantiti per determinate percentuali di flussi di invii postali.

Con Decreto del 23 novembre 2009, pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 1° dicembre 2009, il Ministero dello Sviluppo Economico ha fissato gli "Obiettivi di qualità per il triennio 2009-2011 relativi ai servizi di posta massiva, posta

XVI LEGISLATURA – DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI - DOCUMENTI

raccomandata, assicurata e pacco ordinario". Il Ministero ha stabilizzato i livelli degli obiettivi della posta massiva, posta raccomandata e pacco ordinario a quelli del 2008, ed ha aumentato in modo contenuto e graduale i livelli degli obiettivi di recapito in J+3 della posta assicurata.

Nella tabella che segue sono riportati i risultati sulla qualità, confrontati con gli obiettivi assegnati dal Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico.

	Consegna entro	2008		2009		
		Obiettivo	Risultato	Obiettivo	Risultato	
Posta Prioritaria ^(*)	1 giorno	89,0%	90,6%	89,0%	90,7%	
Posta Internazionale ^(**)						
	in entrata	3 giorni	85,0%	94,6%	85,0%	93,6%
	in uscita	3 giorni	85,0%	94,1%	85,0%	93,3%
Posta Raccomandata ^(***)	3 giorni	92,5%	94,4%	92,5%	94,3%	
Posta Assicurata ^(****)	3 giorni	92,5%	98,6%	93,0%	98,1%	

^(*) Elaborazione su dati certificati da IZI su incarico del Ministero dello Sviluppo Economico.

^(**) Elaborazione su dati certificati IPC- Unipost External Monitoring System (UNEX-Country System).

^(****) Monitorata 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. La promozione dei prodotti filatelici è proseguita prevalentemente per il tramite dei referenti filatelici²⁰ cui è affidata, tra l'altro, la gestione delle forniture dei prodotti ai 295 sportelli filatelici. L'offerta è stata altresì promossa dagli oltre 2mila servizi temporanei (servizi di sportello filatelico), attivati nel corso dell'anno in occasioni di manifestazioni ed eventi, e dai negozi "Spazio Filatelia" che si sono incrementati con l'allestimento del nuovo negozio di Trieste²¹.

Oltre ai consueti eventi annuali, nel mese di ottobre si è tenuto a Roma il Festival Internazionale della Filatelia "Italia 2009", il più grande evento filatelico internazionale tenutosi in Italia negli ultimi dieci anni. L'organizzazione, curata da Poste Italiane in collaborazione con la FSFI (Federazione fra le Società Filateliche Italiane), l'AFIP (Associazione Filatelisti Italiani Professionisti) e l'USFI (Unione Stampa Filatelica Italiana), ha visto la presenza di circa cinquanta amministrazioni postali e ottanta operatori commerciali provenienti da 15 Paesi diversi. L'area di esposizione filatelica è stata articolata nelle classi di competizione di aerofilatelia, filatelia tematica e tradizionale, maximafilia, storia postale, letteratura filatelica; di particolare interesse sono state le cinquecento collezioni, alcune esposte per la prima volta, e i libri arrivati da tutta Europa, dal bacino del Mediterraneo, nonché da Canada, Stati Uniti d'America, Argentina, Sudafrica e Australia.

L'offerta filatelica è stata particolarmente ricca, anche per la concomitanza del Festival Internazionale della Filatelia con le emissioni dedicate alle sue giornate: la Lingua Italiana, Lo Sport, il Collezionismo, la Musica, l'Europa; la composizione del Programma si è sviluppata, come di consueto, in diverse serie tematiche quali: "I maestri del novecento", "Il Santo Natale", "Il patrimonio artistico e culturale italiano", "Il turismo", "Le moto", "Made in Italy" e "Le istituzioni".

Tra gli eventi celebrativi, le emissioni più significative sono state dedicate: alla 5^a Conferenza Nazionale sulle Droghe, a Roma Capitale, a Bulgari nel 125° anniversario della fondazione e al Prosciutto S. Daniele nel V centenario della prima documentazione nota per la serie tematica "Made in Italy", al Comando dei Carabinieri per la Tutela del Patrimonio Culturale per la serie tematica "Le Istituzioni", ai XIII Campionati del mondo delle discipline acquatiche, al vertice del G8 e al Museo del tesoro di san Gennaro a Napoli per la serie tematica "Il patrimonio artistico e culturale italiano".

Tra le serie commemorative vanno ricordati, tra gli altri, i francobolli dedicati: a Charles Darwin occasione del bicentenario della sua nascita, a Don Luigi Sturzo ed Emilio Alessandrini, rispettivamente per il 50° e 30° anniversario dalla morte e a San Giovanni Leonardi per il IV centenario dalla sua morte.

Corriere Espresso e Pacchi

Al fine di contrastare le avverse condizioni del mercato del corriere espresso, fortemente in crisi e condizionato dal contesto macroeconomico nazionale, è proseguito l'impegno dell'Azienda nel miglioramento della redditività dei prodotti domestici e nel rafforzamento della presenza sul mercato internazionale.

In ambito nazionale è stato lanciato il servizio accessorio *Time definite* per la consegna in oltre 700 località di destinazione dei prodotti Postacelere1 plus e Paccocelere1 plus entro le ore 10 del giorno successivo all'accettazione ed è stata introdotta, in via sperimentale, l'opzione Pacco voluminoso che consente di spedire, senza incremento di prezzo e presso gli Uffici Postali e i Centri di Rete Postali abilitati, il Paccocelere1 plus e il Paccocelere3 plus che eccedono le dimensioni massime stabilite (140x80x80) a condizione che rientrino nel limite di peso di 30 Kg.

²⁰ Sono risorse appositamente dedicate e formate per supportare l'attività di promozione dei prodotti offerti.

²¹ I negozi "Spazio Filatelia" già attivi sono su Roma, Milano, Venezia e Napoli.

È stato lanciato in via sperimentale e in alcuni Uffici Postali di Roma e Milano, *City* il nuovo servizio di Postacelere 1 Plus che consente di recapitare, all'interno della rete urbana cittadina, le spedizioni entro lo stesso giorno di accettazione e senza costi aggiuntivi.

Con l'obiettivo di consolidare l'offerta orientata alla Clientela Business, è stata introdotta la soluzione Home Box comprensiva di pick up, con consegne programmate in J+6.

È proseguito il piano di estensione sul territorio dell'offerta del servizio di pick-up (accessorio alla gamma di prodotti Postacelere 1 Plus, Paccocelere 1 Plus e Paccocelere 3) disponibile, a fine 2009, su 27 aree cittadine capoluoghi e su 16 aree provinciali²².

SDA Express Courier SpA oltre ad essere uno dei principali operatori nel settore del Corriere Espresso a livello nazionale, in particolare per la distribuzione dei prodotti postali Paccocelere nazionale e internazionale nonché del Pacco Ordinario e di quello J+3, offre al contempo soluzioni integrate per la distribuzione, la logistica e la vendita a distanza.

Nel corso del 2009, al fine di contrastare le avverse condizioni congiunturali, sono state adottate misure, sia sul piano operativo, mediante azioni rivolte a ottimizzare i processi produttivi, sia di carattere commerciale. A tale ultimo riguardo è stata ampliata l'offerta Espresso nazionale con il lancio del servizio Economy, nuovo servizio di spedizione pacchi che offre alle aziende la possibilità di incentivare gli scambi commerciali contenendo i costi di spedizione. Il servizio, fruibile esclusivamente on line, è svolto mediamente in tre giorni lavorativi e consente di risparmiare circa il 20% rispetto all'Espresso Nazionale.

Sempre nel corso dell'anno è stato lanciato il portale web "mySDA", che rende disponibili anche ai "piccoli" clienti tutte le funzionalità on line precedentemente riservate ai medi e grandi speditori. L'accesso a tale modalità è possibile da qualsiasi postazione Internet 24 ore su 24, senza dover contattare il Call Center.

Nell'ambito di un programma di razionalizzazione del Gruppo Poste Italiane al fine di massimizzare le sinergie tra le società del Gruppo, è stato deciso il conferimento nella Società, delle azioni che Poste Italiane detiene in Poste Italiane Trasporti; tale conferimento avverrà nei primi mesi del 2010.

Servizi on line

In ambito e-commerce prosegue l'impegno volto a trovare soluzioni personalizzate per le imprese che fanno ricorso a Postecommerce, l'offerta integrata che, tra le varie funzionalità, consente alla clientela, che durante l'anno effettua molte spedizioni, di seguire on line la tracciatura degli invii di pacchi e dei prodotti di corriere espresso.

Qualità nei servizi

Nella tabella che segue sono indicati i risultati della qualità del servizio di Corriere Espresso e Pacchi.

Per quanto concerne il prodotto Pacco Ordinario, oggetto del Servizio Universale, il risultato è confrontato con gli "Obiettivi di qualità per il triennio 2009-2011 relativi ai servizi di posta massiva, posta raccomandata, assicurata e pacco ordinario" assegnati con Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 23 novembre 2009.

²² Milano e provincia inclusa Monza, Roma e provincia, Firenze, Prato, Salerno, Verona, Vicenza, Bari, Bologna, Catania, Torino, Varese, Brescia, Lecce, Napoli, Palermo, Pistoia, Rimini, Taranto, Genova, Parma, Modena, Fermo, Ancona, Perugia, Pescara, Cagliari, aree delle province di: Latina, Pisa, Ferrara, Macerata, Padova, Biella, Caserta, Lodi, Teramo, Ascoli Piceno, Potenza, Avellino, Cosenza, Crotone, Enna, Trapani.

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

	Consegna entro	2008		2009	
		Obiettivo	Risultato	Obiettivo	Risultato
Pacco Ordinario	5 giorni	94%	95,8%	94%	97,4%
Corriere Espresso Postacelere	1 giorno	90%	94,4%	90%	94,3%
Paccocelere	3 giorni	98%	99,1%	98%	98,7%

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

Altre società

Poste Italiane Trasporti SpA opera nel settore del trasporto merci su strada e svolge l'attività prevalente nei confronti della Capogruppo 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.

Nel corso del 2009 la qualità del trasporto ha registrato nel complesso una percentuale di puntualità elevata, sia per quanto concerne gli orari di partenza/arrivi, sia per il grado di efficienza delle attività di scambio presso gli Hub. È altresì proseguita, ed ha registrato un positivo riscontro da parte della clientela, l'attività di erogazione di servizi di trasporto nazionale per clienti esterni al Gruppo.

I ricavi dell'esercizio, dati quasi esclusivamente (99,6%) dal corrispettivo dei servizi offerti alla Capogruppo, registrano una riduzione del 9,6% rispetto al 2008 (31,2 milioni di euro nel 2009 contro 34,5 milioni di euro del 2008) dovuta principalmente alla variazione delle tariffe contrattuali relative alla rete nazionale e alla contrazione delle corse straordinarie a causa della riduzione dei volumi di traffico. Coerentemente con la riduzione dei ricavi, il 2009 segna una flessione dei costi per beni e servizi del 15,8% (24,6 milioni di euro nel 2009 contro 29,2 milioni di euro del 2008) legata soprattutto alla rinegoziazione dei principali contratti di fornitura. L'utile dell'esercizio passa da 258mila euro del 2008 a 803mila euro del 2009.

Mistral Air Srl, svolge servizi di trasporto aereo di corrispondenza per Poste Italiane e attività di trasporto aereo di merci e passeggeri per conto di altri clienti al fine di assorbire e remunerare i costi di struttura.

Il 2009 è stato caratterizzato dal consolidamento delle nuove attività individuate nel piano di sviluppo della Società e dall'espansione dell'operatività, quale vettore principale del trasporto aereo postale italiano, nell'ambito della rete aerea della Capogruppo, acquisendo, nel corso dell'anno, nuove tratte (Roma-Brescia andata e ritorno e da Cagliari, Bari, Ancona e Pescara verso l'HUB di Brescia e ritorno). In tale contesto la Società ha sostituito la flotta di BAe146, precedentemente utilizzati per conto di TNT (il cui contratto di servizio è terminato nel mese di luglio 2009), con due ATR42 Cargo che affiancano i Boeing B737-300 Quick Change impiegati nella rete postale notturna della Capogruppo.

La gestione dell'anno tuttavia è stata influenzata anche da un rallentamento delle attività passeggeri che, iniziato nel 2008, è perdurato per tutto il 2009, per effetto soprattutto della difficile congiuntura economica che incide fortemente sul business della Società.

Nel complesso i risultati della gestione evidenziano un arretramento dei ricavi e proventi delle vendite e prestazioni del 3,2% (51,6 milioni di euro nel 2009 contro 53,3 milioni nel 2008) e un importante decremento dei costi per beni e servizi del 14,3% (47,5 milioni nel 2009 contro i 55,4 milioni di euro nel 2008) reso possibile anche grazie ad un'attenta gestione degli stessi.

Il risultato operativo migliora, passando da -9,7 milioni di euro del 2008 a -2,3 milioni di euro del 2009, in linea con il piano di riequilibrio economico predisposto dal management nel corso del 2008, e il patrimonio netto presenta un saldo negativo per circa 0,7 milioni di euro, al netto degli effetti delle due tranche di ricapitalizzazione da parte della Capogruppo.

Nonostante il significativo miglioramento della gestione sopra descritto, nel mese di febbraio 2010 si è reso necessario procedere al ripianamento delle perdite conseguite nell'esercizio 2009, essendosi determinata, la fattispecie di cui all'art. 2482-ter c.c. (capitale al di sotto del minimo legale). L'Assemblea dei Soci ha deliberato la ricapitalizzazione della Società per un importo complessivo di 3,5 milioni di euro, facendo venir meno i presupposti di cui all'art. 2482-ter.

La società Consorzio Logistica Pacchi ScpA, interamente posseduta dal Gruppo (51% Poste Italiane SpA e 39% SDA Express Courier SpA, 5% Italia 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, e i servizi di logistica integrata ed archivio forniti dal consorzio Italia Logistica Srl. Inoltre, al fine di favorire una più incisiva integrazione tra le attività svolte dal Gruppo, a partire dal 2008, sono stati ceduti al Consorzio dalla SDA Express Courier i contratti relativi ai servizi di Postacelere 1 Plus e Paccocelere 1 Plus nonché le attività accessorie.

Italia Logistica Srl

La società, costituita il 1° agosto 2008, a seguito di un accordo di integrazione delle attività di Omnia Logistica (Gruppo Ferrovie dello Stato) e di SDA Logistica srl, e controllata pariteticamente dalla FS Logistica SpA (Gruppo Ferrovie dello Stato) e da SDA Express Courier SpA, svolge per conto terzi attività di logistica integrata e di logistica multimodale²³.

Il 2009 è stato caratterizzato dall'ampliamento delle attività tradizionali, anche per effetto dell'operazione di affitto dalla Obiettivo Logistica SpA di tre rami d'azienda riconducibili ad attività di logistica integrata e dell'aggiudicazione di nuove importanti commesse verso il mercato; nonché dall'avvio delle attività di trasporto internazionale industriale (via mare e via aerea) delle attività di logistica per Fiera Milano SpA, volte alla diversificazione verso settori della logistica a maggior valore aggiunto.

La gestione dell'esercizio è stata segnata dalla crisi generale del settore del trasporto merci e dalla necessità di svalutare alcuni crediti e parte del valore d'avviamento attribuito alle attività di trasporto e logistica multimodale.

Poiché le attività di trasporto multimodale, derivanti dall'acquisizione del ramo d'azienda Omnia Logistica, sono operative solo a partire dal 1° agosto 2008, il confronto tra i due esercizi risente di tale differente perimetro di attività.

Il valore della produzione ammonta a 73,2 milioni di euro ed evidenzia una crescita del 58,6% rispetto al 2008 (46,2 milioni di euro il fatturato 2008) beneficiando degli effetti dell'acquisizione dei nuovi contratti. I costi analogamente ai ricavi crescono del 63,5% e passano da 45 milioni di euro del 2008 a 73,6 milioni di euro del 2009 e il risultato operativo evidenzia un peggioramento passando da 0,3 milioni di euro del 2008 a -5,4 milioni di euro del 2009.

²³ Le attività della logistica multimodale sono operative solo dal 1° agosto 2008 in seguito all'acquisizione del ramo d'azienda Omnia Logistica.

4.1.2 RISULTATI

CORRISPONDENZA E FILATELIA

	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in milioni di euro)		
	2008	2009	Var %	2008	2009	Var%
Posta Prioritaria	1.471.029	1.225.295	(16,7)	1.049	873	(16,8)
Posta Massiva	1.708.885	1.564.006	(8,5)	935	855	(8,6)
Totale Posta Indescritta	3.179.914	2.789.301	(12,3)	1.984	1.728	(12,9)
Raccomandate	251.176	253.564	1,0	834	911	9,2
Assicurate, Atti giudiziari	36.797	33.928	(7,8)	203	193	(4,9)
Totale Posta Descritta	287.973	287.492	(0,2)	1.037	1.104	6,5
Prodotti Filatelici e Altri Servizi di Base	n.s.	n.s.		181	211	16,6
Servizi Integrati	45.073	70.702	56,9	217	260	19,8
Servizi digitali e multicanale	17.867	15.961	(10,7)	77	73	(5,2)
Direct Marketing	1.457.303	1.258.183	(12,5)	331	284	(14,2)
Posta non indirizzata	990.858	579.358	(1,9)	32	31	(3,1)
Servizi per l'Editoria	969.606	881.848	(9,1)	177	153	(13,6)
Note Caselle Postali				8,6	8,4	(2,3)
Totale Ricavi da mercato				4.045	3.852	(4,8)
di cui Filatelia e CVP				219	232	5,9
Rimborsi elettorali				78	67	(4,3)
Compensazioni editoriali				247	220	(10,9)
Totale Corrispondenza e Filatelia ⁽¹⁾	6.528.592	5.882.845	(9,9)	4.362	4.139	(5,1)
Gruppo Postal - Ricavi vs terzi	-	-	-	241	217	(10,0)

Al fine di una più omogenea comparazione dei dati relativi ai due esercizi, sono state effettuate alcune riclassifiche dei valori dell'esercizio 2008.

n.s.: non significativo

A partire dal 2009 sono stati isolati gli Avvisi di Ricevimento associati al prodotto Raccomandata, per cui i volumi della posta prioritaria (2008 e 2009) tengono conto anche di tali valori.

⁽¹⁾ I volumi complessivi della corrispondenza, considerando anche i pezzi lavorati da Poste! e relativi al prodotto Promoposta (n.40 milioni), ammontano a ca. 5,9 miliardi di pezzi al 31 dicembre 2009.

Il perdurare della fase recessiva avviatasi nel 2008 ha determinato un ulteriore calo dell'attività economica in tutti i settori dell'economia reale anche nel 2009, investendo il mercato postale, già fortemente contratto e soggetto all'inasprimento della concorrenza per effetto del graduale processo di liberalizzazione. L'industria postale a livello internazionale segna una grande trasformazione e i volumi dei servizi postali tradizionali sono destinati a un lento declino; invero, il 2009 registra un arretramento dei volumi dei prodotti postali che si attestano a 5.883 milioni di pezzi lavorati contro 6.529 milioni di spedizioni realizzate nel 2008 (-9,9%) per effetto essenzialmente dei minori invii di Posta Indescritta, che ha registrato un decremento dei volumi del 12,3% (-391 milioni di invii) e della Posta Commerciale (Direct Marketing e Posta non indirizzata) la cui diminuzione degli invii è stata del 9,4% (-191 milioni di spedizioni).

I ricavi da mercato, non comprensivi delle integrazioni tariffarie per l'editoria e per le campagne elettorali (rispettivamente di 220 e 67 milioni di euro) ammontano a 3.852 milioni di euro contro 4.045 milioni di euro del 2008 (-4,8%).

La tendenza al calo dei volumi postali di Posta Indescritta ha inciso sull'andamento dei ricavi, che diminuiscono del 12,9% passando da 1.984 milioni di euro del 2008 a 1.728 milioni di euro del 2009.

Il comparto della Posta Descritta registra un aumento del fatturato del 6,5% (+67 milioni di euro) in presenza di una sostanziale tenuta dei volumi (-0,2% corrispondenti a 481 mila invii in meno rispetto ai valori 2008); tale risultato si è determinato grazie al diverso mix di prodotto che si è sviluppato nel corso dell'anno e alle intervenute modifiche alla struttura tariffaria conseguenti l'entrata in vigore del Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 19 giugno 2009, che ha disciplinato la nuova offerta di Posta Raccomandata e Posta Assicurata.

Le maggiori vendite di Raccomandata I, la cui crescita è stata sostenuta dall'aumento degli Uffici Postali abilitati, hanno compensato la perdita dei volumi dei prodotti registrati più tradizionali (Raccomandata e Assicurata), determinando un beneficio incrementale sul fatturato in ragione di tariffe unitarie maggiori.

I servizi integrati per la notifica degli atti amministrativi e delle cartelle esattoriali continuano a fornire un positivo apporto ai ricavi del settore registrando un incremento del 56,9% sui volumi (+26 milioni di invii) e del 19,8% sui ricavi (+43 milioni di euro) rispetto al 2008 grazie alle maggiori spedizioni delle cartelle esattoriali e degli invii raccomandati SIN.

I servizi digitali e multicanale evidenziano minori ricavi rispetto a quelli dell'anno precedente, per effetto della fisiologica riduzione dei servizi più tradizionali come il telegramma e il certofax. Il settore nel suo complesso realizza una riduzione di fatturato del 5,2% (pari a quasi 5 milioni di euro) dovuta a un decremento dei volumi accettati del 10,7% (-1,9 milioni di invii) rispetto al 2008.

Come anticipato, la Posta Commerciale registra una flessione, risentendo fortemente della crisi globale e della fase di recessione in corso. In particolare, il Direct Marketing, per effetto della decisa contrazione del mercato pubblicitario avvenuta nel corso del 2009, ha conseguito minori ricavi per 47,5 milioni di euro (-14,2%) rispetto al 2008 a fronte di una riduzione delle spedizioni di 179 milioni di pezzi (-12,5%).

La recessione del settore pubblicitario si riflette anche sul mercato editoriale. I servizi editoriali, infatti, registrano cali nei volumi e nelle vendite rispettivamente del 9,1% e del 13,6% rispetto al 2008, così come le integrazioni tariffarie per il settore (-10,9% rispetto al 2008) che risentono degli effetti della manovra di contenimento della spesa pubblica.

Peraltro, queste spedizioni sono gravate dalle incertezze che allungano i tempi e le modalità di incasso delle integrazioni di prezzo a favore degli editori dovute dallo Stato a Poste.

I ricavi dei servizi postali di **Filatelia**, inclusivi della vendita di Carte Valori Postali, si attestano a 232 milioni di euro (219 milioni di euro nel 2008) a fronte di un Programma Filatelico che si è chiuso con 52 Emissioni per 77 francobolli e 6 Cartoline postali per un valore complessivo di 66,65 euro (51 Emissioni per 63 francobolli ed 1 Cartolina postale per un valore complessivo di 50,25 realizzati nel 2008). Il francobollo si conferma come prodotto leader registrando alti risultati di consenso anche in un momento di congiuntura economica sfavorevole. I prodotti filatelici collegati al francobollo (folder, cartoline, ecc.) hanno mantenuto un andamento costante nelle vendite.

I Ricavi verso terzi del Gruppo PosteL ammontano a 217 milioni di euro (241 milioni di euro nel 2008) e risentono delle flessioni registrate nei comparti del Mass Printing e del Direct Marketing, per i quali la perdita di volumi deriva essenzialmente dalla pressione concorrenziale e dal perdurare della negativa congiuntura di mercato, che solo in parte sono state compensate dalla positiva performance dell'area innovativa della Gestione Elettronica Documentale (i cui ricavi passano da 14,5 milioni di euro del 2008 a 24 milioni di euro del 2009).

Nel complesso comunque la gestione dell'esercizio è stata positiva, pur in presenza di un contesto macroeconomico sfavorevole, e orientata a sostenere lo sviluppo del business attraverso processi di innovazione e differenziazione delle linee di business e di costante attenzione all'efficientamento continuo e costante dei processi operativi e di supporto di prodotto.

CORRIERE ESPRESSO E PACCHI

	Volumi (In migliaia)			Ricavi (In milioni di euro)		
	2008	2009	Var %	2008	2009	Var%
Postacelere						
Nazionale	10681	9529	(10,8)	110,2	94,3	(14,4)
Internazionale	2.357	2.248	(4,6)	40,6	37,6	(7,4)
Totale Postacelere	13.038	11.777	(9,7)	150,8	131,9	(12,5)
SDA Express Courier SpA						
Espresso Nazionale	33538	31.657	(5,6)	234,1	219,8	(6,1)
Espresso Internazionale	2.004	2.236	11,6	17,5	17,8	1,7
Servizi Dedicati	n.r.	n.r.	na	38,0	36,1	(5,0)
Altri ricavi	n.r.	n.r.	na	16,3	14,0	(14,1)
Totale SDA Express Courier SpA - Ricavi vs terzi	35.542	33.893	(4,6)	305,9	287,7	(5,9)
Totale Corriere espresso	48.580	45.670	(6,0)	456,7	419,6	(8,1)

Al fine di una più omogenea comparazione dei dati relativi ai due esercizi, sono state effettuate alcune riclassifiche dei valori dell'esercizio 2008.
n.r.: non rilevabile in quanto trattasi di servizi dedicati (*tailor made*) resi a banche e assicurazioni, non quantificabili tramite volumi.
na: non applicabile

L'andamento del mercato del corriere espresso, sia nazionale, sia internazionale, nonostante alcuni segnali di ripresa registrati nel corso dell'ultimo trimestre, è stato fortemente influenzato dal contesto macroeconomico negativo del Paese. In particolare, la difficile congiuntura ha dato vita a una generalizzata sfiducia da parte dei consumatori e una conseguente diminuzione dei consumi e quindi della produzione industriale che ha influito negativamente sull'intero settore, determinando un decremento del fatturato rispetto all'anno precedente. L'inasprimento poi della competizione sui prezzi da parte dei concorrenti, finalizzata a contrastare gli andamenti negativi del mercato in crisi, ha generato una significativa diminuzione dei ricavi medi unitari.

In sintesi, il mercato del corriere espresso ha registrato nel 2009, sia decrementi di spedizioni (-6% sui volumi rispetto al 2008), in conseguenza dell'andamento della produzione industriale, sia una tendenza a un decremento del prezzo medio di vendita. La combinazione dei due fenomeni ha impattato negativamente sui ricavi del settore che nel complesso calano, rispetto al 2008, dell'8,1% corrispondenti a -37,1 milioni di euro a fronte di minori spedizioni per 2,9 milioni di invii. Tali minori ricavi, per 18,9 milioni di euro attengono il segmento Postacelere, in special modo l'ambito nazionale e per 18,2 milioni di euro sono attribuibili alla diminuzione di spedizioni effettuate da SDA Express Courier.

In particolare, il prodotto Espresso Nazionale presenta una diminuzione del 5,6% sui volumi e del 6,1% sui rispettivi ricavi risentendo fortemente del difficile contesto di mercato, caratterizzato da una forte pressione competitiva, soprattutto sul prezzo. Tale risultato, tuttavia, ove si consideri che il mercato nazionale del trasporto del corriere espresso ha subito una diminuzione di circa il 10%²⁴ rispetto al 2008, conferma la solidità del Gruppo e l'appropriatezza delle scelte strategiche operate.

L'Espresso Internazionale, in controtendenza rispetto a tutti gli altri prodotti, registra una lieve crescita (+1,7%) dei ricavi rispetto al 2008 per effetto dell'accordo con l'operatore UPS.

Nel complesso SDA Express Courier, al fine di arginare i fattori negativi che hanno influenzato i risultati, ha posto in essere nell'esercizio un'azione di riduzione e ottimizzazione dei costi per beni e servizi (366 milioni di euro nel 2009 contro 385 milioni di euro del 2008), che ha contribuito a limitare gli effetti della predetta flessione dei ricavi. L'esercizio chiude con un risultato netto negativo per 23,5 milioni di euro (302mila euro di risultato netto positivo nel 2008).

²⁴ Fonte DATABANK.

XVI LEGISLATURA – DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI - DOCUMENTI

	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in milioni di euro)		
	2008	2009	Var %	2008	2009	Var%
Servizio Universale Pacchi						
Pacchi Nazionali	8.235	6.952	(15,6)	29,8	22,9	(23,2)
Pacchi Internazionali Export	354	405	14,4	15,3	15,6	2,0
Pacchi Internazionali Import	295	275	(6,8)	3,7	3,6	(2,7)
Altri ricavi				1,5	1,5	-
Totale	8.884	7.632	(14,1)	50,3	43,6	(13,3)
Integrazioni Editoria				25,6	22,2	(13,3)
Totale Pacchi	8.884	7.632	(14,1)	75,9	65,8	(13,3)

I ricavi conseguiti nel comparto del Servizio Universale Pacchi, senza tener conto delle integrazioni tariffarie per l'editoria, sono 43,6 milioni di euro, in calo del 13,3% rispetto all'esercizio 2008.

4.2 SERVIZI FINANZIARI

L'area finanziaria copre l'offerta di conti correnti, servizi di pagamento, 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.

In relazione alla Decisione della Commissione Europea, relativa al procedimento inerente la configurazione di presunti aiuti di Stato riguardanti la remunerazione della raccolta del risparmio mediante conti correnti, riconosciuta dal MEF sulla base di quanto previsto dalla convenzione del 2006 e che ha comportato per l'Azienda la restituzione, già nel 2008, delle somme disposte dal MEF, la Società ha proposto in data 1° dicembre 2008 davanti al Tribunale di primo grado delle Comunità Europee un'azione per l'annullamento della decisione del 16 luglio 2008.

La Commissione ha presentato il 2 luglio 2009 la controreplica (notificata alla Società il 7 luglio 2009), pertanto è iniziata la fase istruttoria da parte del Tribunale. E' ora attesa la fissazione dell'udienza orale, che non dovrebbe svolgersi prima della prossima estate, salvo che il Tribunale decida per l'esperimento di mezzi istruttori.

Dal 1° gennaio 2008, gli impieghi della raccolta del risparmio mediante conti correnti sono remunerati a un tasso variabile calcolato su un paniere di titoli di Stato e indici, in linea con le modalità previste dalla Commissione Europea nella sua Decisione del 16 luglio 2008 e stabilito con apposita convenzione, stipulata in data 25 marzo 2009 e resa esecutiva con Decreto Ministeriale del 7 aprile 2009, che disciplina le modalità di calcolo del tasso di remunerazione della raccolta dei conti correnti postali detenuti presso il MEF, a decorrere dal 1° gennaio 2008²⁵.

Nel corso dell'esercizio 2008 è stata imputata alla Società la violazione di talune disposizioni del DLgs 231/2001 per aver permesso, nel corso dell'esercizio 2003, in difetto di idonei modelli organizzativi e gestionali di prevenzione, l'artificiosa sovrastima della raccolta del risparmio postale al fine di godere di un indebito ricavo. Sebbene non sia al momento possibile formulare una previsione circa l'esito del procedimento, tuttora in corso di fronte al Tribunale di Napoli, si rileva che gli effetti economici e commerciali della vicenda contestata sono stati riflessi nei Bilanci dei precedenti esercizi e che Poste Italiane SpA ha da tempo adottato idonei modelli organizzativi e gestionali in linea con quanto prescritto dal DLgs 231/2001.

A seguito delle risultanze della verifica ispettiva svolta dalla Banca d'Italia nel 2008 sulle attività di BancoPosta, nel mese di aprile 2009 la Società ha formulato all'Autorità le proprie controdeduzioni, definendo in particolare, tramite specifiche attività progettuali, le iniziative idonee a rispondere compiutamente alle aree di miglioramento evidenziate, cui viene fornito periodico e continuo aggiornamento.

Con lettera del 13 agosto l'Autorità di Vigilanza ha preso atto della volontà della Società di avviare i necessari interventi correttivi sull'assetto contabile e organizzativo di BancoPosta per allinearli compiutamente al quadro normativo di riferimento e ha raccomandato a Poste Italiane di proseguire nell'attività di pianificazione e/o realizzazione dei progetti volti al superamento delle specifiche problematiche emerse in sede ispettiva. In data 25 febbraio 2010 la Società ha

²⁵ A decorrere dal 1° gennaio 2008, la remunerazione è calcolata come media ponderata dei rendimenti medi annui dei titoli di Stato o indici, secondo il seguente paniere e i relativi pesi:

- BTP a 5 anni, peso 90%;

- BOT a 3 mesi, peso 5%;

- indice EONIA (Euro Overnight Index Average), peso 5%.