

ibrida in Brasile<sup>19</sup>. A seguito dell'annullamento della gara, avvenuto nel 2008, nel 2010 il Consorzio è stato sciolto e conseguentemente Postel ha dato incarico all'amministratore unico di Postel do Brasil di avviare lo scioglimento della Società la cui unica finalità era la partecipazione all'iniziativa descritta.

#### Servizi on line

Nell'ambito dei servizi di comunicazione elettronica, nel 2010 è stata rivisitata l'offerta dei servizi di comunicazione ibrida al fine di rilanciare e/o in taluni casi ridisegnare le funzionalità dei prodotti veicolati on line. Le attività in tal senso mirano a perseguire una ancora maggiore semplificazione di accesso e una integrazione con i servizi di comunicazione digitale sicura e con i servizi di archiviazione elettronica documentale e conservazione sostitutiva.

Attraverso il progetto di isole digitali sono state portate avanti le attività finalizzate a estendere il servizio di MailRoom, che prevede la digitalizzazione e la protocollazione elettronica della posta in ingresso per le medie e grandi aziende, anche alla Piccola e Media Impresa e, in prospettiva, al mercato consumer.

#### 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 raccomandata, assicurata e pacco ordinario".

Nella tabella che segue sono riportati i risultati sulla qualità, confrontati con gli obiettivi assegnati.

	Consegna entro	2009		2010	
		Obiettivo	Risultato	Obiettivo	Risultato
<b>Posta Prioritaria</b> <sup>(*)</sup>	1 giorno	89,0%	90,7%	89,0%	92,0%
<b>Posta Internazionale</b> <sup>(**)</sup>					
in entrata	3 giorni	85,0%	93,6%	85,0%	90,9%
in uscita	3 giorni	85,0%	93,3%	85,0%	89,8%
<b>Posta Raccomandata</b> <sup>(****)</sup>	3 giorni	92,5%	94,3%	92,5%	95,1%
<b>Posta Assicurata</b> <sup>(****)</sup>	3 giorni	93,0%	98,1%	93,5%	98,5%

<sup>(\*)</sup> Elaborazione su dati certificati da IZI su incarico del Ministero dello Sviluppo Economico.

<sup>(\*\*)</sup> Dati IPC – UNEX End-to-End Official Rule.

<sup>(\*\*\*\*)</sup> Monitorata attraverso il sistema di tracciatura elettronica.

<sup>19</sup> All'interno di tale consorzio il Gruppo Postel rappresentava il partner tecnologico per la gestione del servizio di posta ibrida e la fornitura della relativa piattaforma software.

### Filatelia

È proseguito nell'esercizio l'impegno dell'Azienda volto ad arricchire l'offerta di prodotti esclusivi per il collezionismo mediante emissioni di particolare rilievo socio-culturale e a presidiare le attività promozionali tramite i referenti filatelici<sup>20</sup>, gli oltre 2mila servizi temporanei<sup>21</sup> e la partecipazione agli eventi filatelici nazionali e internazionali.

Le emissioni celebrative maggiormente significative sono state dedicate: al 150° anniversario della spedizione dei Mille; alla Solenne Ostensione della Sindone; all'Anno Giubilare Celestiniano; alla 50ª edizione del Plautus Festival di Sarsina e al 10° anniversario della scomparsa del latinista Ettore Paratore; nonché le emissioni promozionali del grande evento dell'Italia Unità quali i foglietti dedicati al 150° anniversario della Spedizione dei Mille e il francobollo commemorativo dedicato a Camillo Benso Conte di Cavour, nel bicentenario della nascita. Inoltre, tra le emissioni commemorative particolare rilievo assumono i francobolli dedicati: al Caravaggio, nel IV centenario della morte, a Joe Petrosino nel 150° anniversario della nascita e a Leonardo Sciascia.

Il patrimonio artistico e culturale italiano è stato ricordato, tra l'altro: dal foglietto raffigurante la Basilica Santa Maria di Collemaggio, espressione dell'arte romanica in Abruzzo; dalla emissione dedicata alla Basilica della Madonna dei Miracoli di Motta di Livenza (TV), in occasione del V centenario dell'apparizione della Vergine.

Per la serie tematica "Lo sport" oltre alla consueta emissione dedicata alla squadra vincitrice del Campionato italiano di Calcio di Serie A, sono stati celebrati: i XXI Giochi Olimpici Invernali "Vancouver 2010", i Giochi Olimpici della Gioventù "Singapore 2010", il 50° anniversario della celebrazione dei XVII Giochi Olimpici "Roma 1960", i Campionati del Mondo di Pallavolo Maschile, la Federazione Italiana Tennis nel centenario della fondazione.

Per la serie tematica "Made in Italy" si evidenziano: il francobollo dedicato al centenario della fondazione dell'Alfa Romeo e il francobollo, realizzato con inchiostro magnetico, dedicato a "Federacciai" in occasione del centenario dell'inaugurazione del primo stabilimento siderurgico italiano a ciclo continuo completo a Bagnoli. Dalla importante valenza sociale è inoltre il francobollo dedicato alla professione infermieristica, inserito nella serie tematica "Le Istituzioni", emesso con un sovrapprezzo da devolvere a favore della lotta ai tumori del seno.

### Corriere Espresso e Pacchi

L'esercizio, oltre ad essere stato caratterizzato dallo sviluppo di iniziative volte a garantire l'applicazione dell'IVA sui prodotti in libera concorrenza partita nel mese di agosto, ha visto l'Azienda impegnata in una politica di contenimento dei costi operativi e di rafforzamento del posizionamento sul mercato domestico attraverso una maggiore flessibilità del portafoglio di offerta.

In tale ottica, con l'obiettivo di consolidare l'offerta orientata alla clientela Business, è proseguita la proposta della soluzione Home Box comprensiva di pick up, con consegne programmate in J+6 ed è stato altresì introdotto un servizio accessorio con cui, attraverso un sms, il destinatario viene informato sullo stato della consegna.

È stata ampliata, inoltre, l'offerta del servizio di pick up (accessorio alla gamma di prodotti Postacelere 1 Plus, Paccocelere 1 Plus e Paccocelere 3) disponibile, a dicembre 2010, su 43 aree cittadine capoluoghi e località provinciali. Sempre con riferimento al Paccocelere 1 Plus e Paccocelere 3 si è proceduto alla riduzione delle tipologie di lettera di vettura elettroniche (da tre a due) e ne è stato semplificato il layout. Inoltre, per il Paccocelere3 e Paccocelere 1 plus, a partire da agosto 2010 è stato introdotto, presso oltre 2300 Uffici Postali, il servizio accessorio Pacco Voluminoso che ha esteso il limite di dimensione dei pacchi. Infine, nell'ambito del più ampio progetto di integrazione dei sistemi di

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

<sup>21</sup> Servizi di sportello filatelico che vengono attivati in occasioni di manifestazioni ed eventi.

tracciatura della Capogruppo e della controllata SDA Express Courier SpA, a partire dal mese di novembre è stato esteso il processo *"end to end"*<sup>22</sup> ai prodotti pacchi nazionali e internazionali.

SDA Express Courier SpA partecipata al 100% da Poste Italiane SpA, oltre ad essere uno dei principali operatori nel settore del corriere espresso a livello nazionale, è in grado di offrire alla propria clientela soluzioni integrate per la distribuzione, la logistica e la vendita a distanza. Poste Italiane, infatti, affida a SDA Express Courier l'intera distribuzione del Paccocelere nazionale e internazionale, del Pacco ordinario, di quello J+3 e dell'Home Box.

Nell'ambito del programma di razionalizzazione del Gruppo finalizzata a massimizzare le sinergie tra le diverse società, nel corso del 2010 si sono perfezionate alcune operazioni societarie di seguito descritte.

In data 17 marzo 2010 è stato deliberato un aumento di capitale sociale a fronte del conferimento del 100% della azioni che Poste Italiane SpA deteneva in Poste Italiane Trasporti SpA; successivamente, nel dicembre 2010, è stato stipulato l'atto di fusione per incorporazione di Poste Italiane Trasporti SpA in SDA Express Courier.<sup>23</sup>

In data 23 giugno 2010 è stata costituita la Kipoint SpA detenuta interamente da SDA Express Courier; successivamente. Nel mese di novembre 2010, inoltre, è stato conferito a Kipoint il ramo d'azienda Divisione Franchising Kipoint della società Posteshop SpA.

Tra le principali iniziative commerciali di SDA Express Courier, nel 2010 è stato riposizionato il servizio Economy, lanciato nel 2009 per offrire alle imprese la possibilità di sviluppare gli scambi commerciali contenendo i costi di spedizione, con l'obiettivo di destinarlo prevalentemente al trasporto merci e introducendo il pagamento in Porto Assegnato<sup>24</sup>.

A seguito dell'ottenimento, da parte del Ministero dello sviluppo Economico, della licenza individuale per la prestazione di servizi relativi agli invii raccomandati e assicurati che non siano attinenti alle procedure amministrative e giudiziarie, SDA ha lanciato un apposito servizio opzionabile con i supplementi Time definite (ore 9, Ore 10 e Ore 12). Tali servizi sono fruibili attraverso le soluzioni tecnologiche web e si caratterizzano per un'unica fascia di peso e prezzo (fino a 2 Kg).

#### Servizi on line

SDA Express Courier ha continuato a offrire molteplici servizi interattivi attraverso il sito web [www.sda.it](http://www.sda.it). Nel 2010 11,9 milioni di accessi sono stati registrati sul sito aziendale, di questi oltre 1,8 milioni hanno riguardato richieste di prenotazione dei ritiri e oltre 7,7 milioni il servizio di tracciatura delle spedizioni. Tra gli altri servizi fruibili dal portale aziendale: la ricerca di Filiali; la ricerca delle località servite; il calcolo della tariffa internazionale; i tempi di transito internazionale; la richiesta di materiali operativi; il tracking dei ritiri e delle spedizioni; la richiesta di ritiri; la ricerca dei tempi di consegna nonché la ricerca delle località servite dai servizi Time Definite.

Inoltre, sempre nel corso del 2010 sono stati introdotti dei servizi accessori tra cui lo svincolo spedizioni on line, servizio che consente di fornire le istruzioni relative alle spedizioni in giacenza anche attraverso il sito internet senza dover necessariamente chiamare il call center.

<sup>22</sup> *L'end to end* è un processo di tracciatura che permette di conoscere tutto il percorso (data e ora della lavorazione avvenuta in ogni centro che ha attraversato) effettuato dal pacco dal momento della accettazione, in cui il cliente l'affida all'Ufficio Postale, sino alla consegna al destinatario finale da parte del corriere.

<sup>23</sup> Gli effetti giuridici della fusione sono posticipati al 31 dicembre 2010, mentre; gli effetti contabili e fiscali sono retrodatati al 1° gennaio 2010.

<sup>24</sup> Porto Assegnato è il servizio accessorio che permette di pagare la spedizione al momento in cui la si riceve.

**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.

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

	Consegna entro	2009		2010	
		Obiettivo	Risultato	Obiettivo	Risultato
Pacco Ordinario	5 giorni	94%	97,4%	94%	98,9%
Corriere Espresso Postacelere	1 giorno	90%	94,3%	90%	95,0%
Paccocelere	3 giorni	98%	98,7%	98%	99,1%

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

**4.1.2 RISULTATI**

## CORRISPONDENZA E FILATELIA

	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in milioni di euro)		
	2009	2010	Var %	2009	2010	Var%
Posta Prioritaria	1.225.295	1.118.398	(8,7)	873	789	(9,6)
Posta Massiva	1.564.006	1.491.702	(4,6)	855	828	(3,2)
<b>Totale Posta Indescritta</b>	<b>2.789.301</b>	<b>2.610.100</b>	<b>(6,4)</b>	<b>1.728</b>	<b>1.617</b>	<b>(6,4)</b>
Raccomandate	253.564	245.196	(3,3)	911	934	2,5
Assicurate, Atti giudiziari	33.928	33.006	(2,7)	193	189	(2,1)
<b>Totale Posta Descritta</b>	<b>287.492</b>	<b>278.202</b>	<b>(3,2)</b>	<b>1.104</b>	<b>1.123</b>	<b>1,7</b>
<b>Prodotti Filatelici e Altri Servizi di Base</b>	<b>n.s.</b>	<b>n.s.</b>		<b>211</b>	<b>211</b>	<b>n.s.</b>
<b>Servizi Integrati</b>	<b>70.702</b>	<b>74.692</b>	<b>5,6</b>	<b>260</b>	<b>289</b>	<b>11,2</b>
<b>Servizi digitali e multicanale</b>	<b>15.961</b>	<b>14.912</b>	<b>(6,6)</b>	<b>73</b>	<b>66</b>	<b>(9,6)</b>
<b>Direct Marketing</b>	<b>1.256.721</b>	<b>1.267.947</b>	<b>0,9</b>	<b>204</b>	<b>315</b>	<b>10,9</b>
<b>Posta non indirizzata</b>	<b>879.358</b>	<b>694.307</b>	<b>18,1</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>(6,5)</b>
<b>Servizi per l'Editoria</b>	<b>881.848</b>	<b>673.898</b>	<b>(23,6)</b>	<b>153</b>	<b>192</b>	<b>25,5</b>
<b>Noie Caselle Postali</b>				<b>8,4</b>	<b>12,0</b>	<b>54,8</b>
<b>Totale Ricavi da mercato</b>				<b>3.852</b>	<b>3.855</b>	<b>0,1</b>
<b>di cui Filatelia e CVP</b>				<b>232</b>	<b>224</b>	<b>(3,4)</b>
<b>Rimborsi elettorali</b>				<b>67</b>	<b>67</b>	<b>n.s.</b>
<b>Compensazioni editoriali</b>				<b>220</b>	<b>53</b>	<b>(75,9)</b>
<b>Totale Corrispondenza e Filatelia <sup>(*)</sup></b>	<b>5.881.383</b>	<b>5.604.138</b>	<b>(4,7)</b>	<b>4.139</b>	<b>3.975</b>	<b>(4,0)</b>
<b>Gruppo Postel - Ricavi vs terzi</b>	-	-	-	<b>217</b>	<b>247</b>	<b>13,8</b>

Al fine di una più omogenea comparazione dei dati relativi ai due esercizi, sono state effettuate alcune riclassifiche dei valori dell'esercizio 2009.  
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 (2009 e 2010) tengono conto anche di tali valori.

(\*) I volumi complessivi della corrispondenza, considerando anche i pezzi lavorati da Postel e relativi al prodotto Promoposta (n.49 milioni), ammontano a ca. 5,7 miliardi di pezzi ai 31 dicembre 2010.

I risultati dei servizi postali di corrispondenza, in un quadro generale di diminuzione dei volumi complessivamente trattati sul mercato, evidenziano nel 2010 un arretramento dei volumi del 4,7% (5.604 milioni di invii nell'esercizio contro i 5.881 milioni del 2009) e dei ricavi del 4,0% (che passano da 4.139 milioni di euro del 2009 a 3.975 milioni di euro del 2010<sup>25</sup>).

La contrazione dei volumi è attribuibile, sia alla riduzione degli invii di Posta Indescritta (-6,4% corrispondente a -179 milioni di invii) determinata, in un contesto in cui perdurano gli effetti negativi della crisi recessiva, dalla razionalizzazione delle spedizioni da parte dei clienti, dalla progressiva digitalizzazione degli invii, nonché da un ulteriore inasprimento della concorrenza, sia alla riduzione dei servizi per l'Editoria che, per effetto del mutato contesto normativo del settore editoriale, hanno registrato una diminuzione del 23,6% (-208 milioni di pezzi).

I ricavi da mercato, non comprensivi delle integrazioni tariffarie per l'editoria e per le campagne elettorali (rispettivamente di 53 e 67 milioni di euro), appaiono in linea con quanto realizzato nel 2009 (3.855 milioni di euro nel 2010 contro 3.852 milioni di euro del 2009) quale risultante della riduzione dei ricavi di Posta Indescritta (che diminuiscono del 6,4% passando da 1.728 milioni di euro del 2009 a 1.617 milioni di euro del 2010) compensata essenzialmente dall'incremento dei ricavi generati dai prodotti a maggior valore (servizi integrati), dalla Posta Descritta e del Direct Marketing.

<sup>25</sup> Comprensivi dei risultati della Filatelia (224 milioni di euro nel 2010 contro 232 milioni di euro del 2009).

Nel dettaglio, il comparto della Posta Descritta evidenzia un incremento dei ricavi dell'1,7% (+19 milioni di euro) pur in presenza di una diminuzione del 3,2% dei volumi per effetto, sia dei positivi risultati del prodotto Raccomandata<sup>1</sup> (+4,4 milioni di invii registrati rispetto al 2009), sia della differente struttura tariffaria introdotta dal Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 19 giugno 2009, che ha disciplinato (a partire dal secondo semestre del 2009) la nuova offerta di Posta Raccomandata e Posta Assicurata.

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 5,6% sui volumi (+4 milioni di invii) e dell'11,2% sui ricavi (+29 milioni di euro) rispetto al 2009.

I servizi digitali e multicanale evidenziano minori ricavi rispetto a quelli registrati nel 2009, in quanto il buon andamento delle vendite realizzate tramite il canale on line (+11,1% di volumi e +9,1% di ricavi) non riesce ancora a compensare la riduzione dei servizi più tradizionali come il telegramma e il certofax. Il settore nel suo complesso registra una riduzione del 6,6% dei volumi accettati e del 9,6% dei ricavi rispetto al 2009.

In crescita il mercato del Direct Marketing che, con maggiori spedizioni per 11,2 milioni di invii (+0,9%), registra un aumento dei ricavi del 10,9% (+31 milioni di euro rispetto all'esercizio precedente).

Il mercato dei Servizi per l'Editoria, come già argomentato nei paragrafi che precedono, è stato influenzato da significativi interventi normativi che hanno abolito dal 1° aprile 2010 le tariffe agevolate per le spedizioni di prodotti editoriali salvo poi ripristinarle, limitatamente alle Onlus e associazioni no profit, con Legge n. 73 del 22 maggio 2010, ma rimandando ad un apposito Decreto interministeriale la rideterminazione delle medesime.

Tale scenario ha condotto, come sopra anticipato, a una riduzione dei volumi del 23,6% e a un incremento dei ricavi da mercato per 39 milioni di euro, passati da 153 a 192 milioni di euro, che però non riesce a compensare il decremento delle integrazioni tariffarie (-167 milioni di euro) che ammontano a 53 milioni di euro contro i 220 milioni di euro del 2009. Nel complesso, quindi, il settore registra una riduzione dei ricavi complessivi (ricavi da mercato e compensazioni editoriali) del 34% (-128 milioni di euro rispetto al 2009).

Nell'ambito delle Partite da Stato, si registrano compensazioni tariffarie elettorali pari al precedente esercizio (67 milioni di euro).

I ricavi verso terzi del Gruppo Postel ammontano a 247 milioni di euro (217 milioni di euro nel 2009), beneficiando dello sviluppo del comparto della Gestione Elettronica Documentale (i cui ricavi, conseguiti prevalentemente verso clienti esterni al Gruppo Poste Italiane, passano da 24 milioni di euro del 2009 a 32,3 milioni di euro del 2010), nonché dell'importante avvio di alcune attività di E-Procurement per il mercato esterno, che in passato hanno riguardato quasi esclusivamente il mercato captive, i cui ricavi sono passati da 38,3 milioni di euro del 2009 a 72,1 milioni di euro nel 2010. Tali positive performance hanno più che compensato la flessione registrata nei comparti del Mass Printing e della Normalizzazione, settori che sono caratterizzati da costanti e forti pressioni competitive.

Analogamente ai ricavi, anche i costi operativi verso terzi sono aumentati passando da 268,9 milioni di euro del 2009 a 307,4 milioni di euro del 2010.

Nel complesso, ricavi e costi operativi ammontano rispettivamente a 364,3 milioni di euro e 334,6 milioni di euro e confermano la positiva gestione del Gruppo, pur in presenza di un contesto macroeconomico del settore sfavorevole. Tali risultati di fatto hanno condotto a un risultato operativo di gruppo di 29,7 milioni di euro (27,1 milioni di euro nel 2009) e a un risultato netto di 13,8 milioni di euro (23,7 milioni di euro nell'anno precedente, influenzato positivamente, nella voce imposte da componenti straordinarie, in quanto aveva beneficiato dell'affrancamento degli avviamenti indeducibili iscritti negli esercizi precedenti).

I ricavi dei servizi postali di **Filatelia**, inclusivi della vendita di Carte Valori Postali, si attestano a 224 milioni di euro (232 milioni di euro nel 2009) a fronte di un Programma Filatelico che si è chiuso con 52 Emissioni per 69 francobolli, 3

Cartoline postali e 1 Busta Postale per un valore complessivo di 46,50 euro (52 Emissioni per 77 francobolli e 6 Cartoline postali per un valore complessivo di 66,65 euro realizzati nel 2009).

## CORRIERE ESPRESSO E PACCHI

	Volumi (In migliaia)			Ricavi (In milioni di euro)		
	2009	2010	Var %	2009	2010	Var%
<b>Postacelere</b>						
Nazionale	9.529	8.623	(9,5)	94,3	86,8	(8,0)
Internazionale	2.248	2.179	(3,1)	37,6	36,2	(3,7)
<b>Totale Postacelere</b>	<b>11.777</b>	<b>10.802</b>	<b>(8,3)</b>	<b>131,9</b>	<b>123,0</b>	<b>(6,7)</b>
<b>SDA Express Courier SpA</b>						
Espresso Nazionale	31.657	34.330	8,4	219,8	232,6	5,8
Espresso Internazionale	2.236	2.420	8,2	17,8	19,2	7,9
Servizi Dedicati	n.r.	n.r.	na.	36,1	34,0	(5,8)
Altri ricavi	n.r.	n.r.	na.	14,0	11,6	(17,1)
<b>Totale SDA Express Courier SpA - Ricavi vs terzi</b>	<b>33.893</b>	<b>36.750</b>	<b>8,4</b>	<b>287,7</b>	<b>297,4</b>	<b>3,4</b>
<b>Totale Corriere espresso</b>	<b>45.670</b>	<b>47.552</b>	<b>4,1</b>	<b>419,6</b>	<b>420,4</b>	<b>0,2</b>

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

Le spedizioni di prodotti del Corriere Espresso hanno registrato una crescita del 4,1% (passando da 45,7 milioni di euro del 2009 a 47,6 milioni di euro del 2010) per effetto della positiva dinamica del prodotto Espresso Nazionale, commercializzato da SDA Express Courier SpA, che rappresenta oltre il 70% dei volumi complessivamente realizzati nel comparto. Più in generale il complessivo aumento di invii (+4,1%) si è tradotto in un incremento piuttosto contenuto dei ricavi (+0,2% con 420,4 milioni di euro conseguiti nel 2010 contro i 419,6 milioni di euro dell'anno precedente) per effetto di un prezzo medio delle spedizioni inferiore nel 2010 rispetto al 2009.

Nel dettaglio, i prodotti del segmento retail Postacelere registrano un calo dei volumi dell'8,3% e dei ricavi del 6,7% rispetto all'esercizio 2009, continuando a risentire del protrarsi dell'incertezza economica che ha continuato a riflettersi negativamente sull'intero settore postale. Le minori spedizioni hanno interessato prevalentemente il mercato nazionale (-9,5%) caratterizzato da una forte pressione competitiva.

Come sopra anticipato, la leggera ripresa sul comparto del Corriere Espresso è stata resa possibile dal contributo fornito dalla controllata SDA Express Courier SpA che ha realizzato maggiori invii nel 2010 rispetto al 2009, con una crescita dell'8,4% dei volumi e del 3,4% dei ricavi. Nel complesso i ricavi verso terzi conseguiti dalla Società ammontano a 297,4 milioni di euro e si presentano in crescita del 3,4% rispetto al 2009 grazie agli interventi commerciali e di marketing messi in atto che hanno puntato al mantenimento del portafoglio clienti, assicurando un adeguato livello di servizio, pur operando con una strategia di contenimento dei costi operativi.

Tali positivi risultati sono stati conseguiti principalmente nell'ambito dell'Espresso Nazionale che, a fronte di una crescita sui volumi dell'8,4%, presenta un aumento dei ricavi del 5,8% ascrivibile a un'offerta commerciale orientata su prodotti a maggior valore, quali il prodotto Extra- Large i cui ricavi, in soli 4 anni dal lancio sul mercato, hanno raggiunto il 15% (42 milioni di euro) dei ricavi verso terzi di SDA.

Buoni i risultati conseguiti anche nel mercato internazionale i cui volumi e ricavi sono cresciuti rispettivamente del 8,2% e del 7,9% grazie all'incremento, sul territorio nazionale, delle spedizioni affidate da UPS.

In diminuzione i proventi dei Servizi Dedicati, servizi a forfait offerti essenzialmente alla clientela bancaria, che registrano un decremento del 5,8% quale conseguenza della forte concorrenzialità del settore, accentuata dalla politica di contenimento dei costi praticata dalle banche.

Nel complesso la Società ha conseguito 407 milioni di euro di ricavi e proventi delle vendite e delle prestazioni (392 milioni di euro nel 2009) e sostenuto costi per beni e servizi per 376 milioni di euro (366 milioni di euro nel 2009). Il risultato dell'esercizio è negativo per 35 milioni di euro (24 milioni di euro di risultato negativo nel 2009).



	Volumi (in migliaia)			Ricavi (in milioni di euro)		
	2009	2010	Var %	2009	2010	Var%
<b>Servizio Universale Pacchi</b>						
Pacchi Nazionali	6.952	3.392	(51,2)	22,9	16,2	(29,3)
Pacchi Internazionali Export	405	450	11,1	15,6	17,7	13,5
Pacchi Internazionali Import	275	256	(6,9)	3,6	3,3	(8,3)
Altri ricavi				1,5	1,0	(33,3)
<b>Totale</b>	<b>7.632</b>	<b>4.098</b>	<b>(46,3)</b>	<b>43,6</b>	<b>38,2</b>	<b>(12,4)</b>
Integrazioni Editoria				22,2	4,6	(79,3)
<b>Totale Pacchi</b>	<b>7.632</b>	<b>4.098</b>	<b>(46,3)</b>	<b>65,8</b>	<b>42,8</b>	<b>(35,0)</b>

I ricavi conseguiti nel comparto del Servizio Universale Pacchi, senza tener conto delle integrazioni tariffarie per l'editoria, sono 38,2 milioni di euro, in calo del 12,4% rispetto all'esercizio 2009; le integrazioni tariffarie diminuiscono del 79,3% rispetto all'anno precedente in virtù degli interventi normativi che, dal 1° aprile del 2010, hanno modificato il sistema tariffario dell'intero comparto editoriale.

#### Altre società

Mistral Air Srl è una compagnia aerea che svolge servizi di trasporto aereo per Poste Italiane SpA (tramite il Consorzio Logistica Pacchi ScpA) di effetti postali e attività di trasporto aereo di merci e passeggeri per conto di altri clienti al fine di assorbire e remunerare i costi di struttura.

La gestione è stata caratterizzata dalla prosecuzione delle attività di riposizionamento strategico avviate nell'anno precedente. In tale contesto il periodo ha visto il consolidamento delle nuove attività individuate nel piano di sviluppo della Società con l'incremento delle attività di trasporto aereo postale, essendo divenuta l'unico fornitore di trasporto aereo per la Controllante.

Nell'ambito del settore passeggeri le attività, dopo un avvio lento, hanno registrato una ripresa del traffico tanto da rendere necessario, nel mese di maggio, il noleggio su base stagionale di due aeromobili Boeing 737, ma l'aumento del costo del carburante e il rafforzarsi del dollaro hanno influito sui risultati che permangono negativi. Di fatto, l'aumentata incidenza del costo del carburante, pur in presenza di un incremento dei ricavi che passano da 51,6 milioni di euro del 2009 a 80,9 milioni di euro del 2010, conduce a un risultato operativo negativo per 0,8 milioni di euro (2,3 milioni di euro di risultato operativo negativo nel 2009).

Nel complesso la gestione dell'esercizio ha chiuso con un patrimonio netto positivo per 1,6 milioni di euro (0,7 milioni di euro di patrimonio netto negativo nel 2009) e un risultato netto negativo per 1,5 milioni di euro (2,3 milioni di euro di risultato netto negativo nel 2009).

Nel corso dell'esercizio Mistral Air ha inoltre rinnovato il contratto aziendale di lavoro per il settore piloti e quello per gli assistenti di volo.

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 alcuni aeroporti nazionali, forniti dal consorziato Mistral Air, e i servizi di logistica integrata ed archivio forniti dal consorziato Italia Logistica Srl.

#### Italia Logistica Srl

La società, partecipata pariteticamente da SDA Express Courier e da FS Logistica SpA (Gruppo Ferrovie dello Stato), svolge per conto terzi attività di logistica integrata e di logistica multimodale.

Gli eventi caratterizzanti l'esercizio hanno principalmente riguardato l'avvio di nuove commesse nell'ambito delle attività di logistica, di archivio e di legatoria per l'editoria.

L'offerta del comparto del trasporto e logistica multimodale è stata ampliata per effetto dell'apertura di nuove linee di traffico marittimo e aereo condivise per il tramite di accordi commerciali con operatori internazionali. Sono proseguite le attività di logistica per Fiera di Milano SpA.

La gestione dell'esercizio evidenzia un incremento dei ricavi e proventi delle vendite e delle prestazioni, che passano da 73 milioni di euro del 2009 a 87 milioni di euro del 2010, essenzialmente imputabile al positivo effetto dell'acquisizione dei nuovi clienti per i servizi di logistica e archivio. Analogamente alla crescita dei ricavi anche i costi per beni e servizi evidenziano un aumento attestandosi, a fine 2010, a 82 milioni di euro (67 milioni di euro nel 2009). Il risultato dell'esercizio registra un miglioramento passando da -5,7 milioni di euro del 2009 a -3,5 milioni di euro.

## 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 materia di servizi di investimento e con riferimento alla Direttiva Comunitaria in tema di "Markets in Financial Instruments" (MiFID), Poste Italiane a partire dal 19 luglio presta, in tutti gli Uffici Postali già attivi nell'offerta di strumenti/prodotti finanziari, il servizio di consulenza. L'avvio di tale ulteriore servizio ha rappresentato il completamento di un' articolata fase progettuale che ha riguardato principalmente:

- il rafforzamento della conoscenza delle caratteristiche della clientela tramite l'utilizzo di un nuovo e più ampio questionario di profilazione,
- la predisposizione della nuova documentazione e informativa contrattuale e precontrattuale,
- l'implementazione di procedure e di applicativi per la gestione della consulenza,
- l'erogazione di piani di formazione che hanno interessato oltre ventimila risorse di rete,
- l'integrazione del sistema dei controlli sulle modalità di prestazione del servizio.

Per quanto concerne l'area dei servizi di pagamento il 1° marzo 2010 è entrata in vigore la Direttiva 2007/64/CE<sup>26</sup> del Parlamento Europeo e del Consiglio – Payment Services Directive (PSD) per effetto della quale l'Azienda ha provveduto a effettuare una revisione dei documenti di trasparenza che sono stati resi disponibili presso tutti gli Uffici Postali e sul sito internet aziendale. Inoltre, a seguito dell'entrata in vigore della disciplina transitoria relativa agli addebiti diretti (5 luglio 2010), sono stati adeguati i processi aziendali interessati, i contratti e la modulistica inerente tale tipologia di operazioni.

Sempre in tema di Trasparenza, per i conti correnti dedicati ai "clienti al dettaglio"<sup>27</sup>, così come previsto dalla normativa, è stato inserito, con decorrenza 26 maggio, nei Fogli Informativi l'indicatore sintetico di costo (ISC) calcolato secondo i parametri indicati da Banca d'Italia ed è stato predisposto il rendiconto annuale delle spese complessivamente sostenute per la gestione della liquidità del conto. Il rendiconto è stato inviato alla clientela unitamente all'estratto conto annuale per il periodo che si è concluso il 31 dicembre.

Nell'esercizio sono state ultimate le attività del Tavolo di lavoro congiunto tra Banca d'Italia, l'azionista Ministero dell'Economia e delle Finanze e la Società, istituito con lo scopo di effettuare un'analisi circa le modalità più idonee alla individuazione, per le attività di BancoPosta, di un patrimonio giuridicamente autonomo per l'applicazione degli istituti di vigilanza prudenziale e a tutela dei creditori di BancoPosta. Al riguardo, nel mese di febbraio 2011 è stata approvata la Legge di conversione del Decreto Legge 29 dicembre 2010 c.d. "Milleproroghe" che ha stabilito che Poste Italiane costituisca, entro il 30 giugno 2011, con delibera dell'Assemblea, su proposta del Consiglio di Amministrazione, un Patrimonio Destinato esclusivamente all'esercizio dell'attività di BancoPosta, come disciplinata dal DPR 144/2001, per

<sup>26</sup> La Direttiva 2007/64/CE – PSD è stata recepita nel nostro ordinamento dal D.Lgs. 11 del 27 gennaio 2010 ed è entrata in vigore il 1° marzo, relativamente al comparto dei bonifici e della moneta, posticipando al 5 luglio 2010 gli aggiornamenti delle procedure di pagamento relative agli addebiti diretti e agli incassi commerciali.

<sup>27</sup> La Direttiva MiFID ha individuato tre categorie di investitori: "clienti al dettaglio", "clienti professionali", "controparti qualificate". I "clienti al dettaglio" sono i soggetti che necessitano di un maggior livello di protezione: sono gli investitori che non posseggono l'esperienza e le competenze in materia di investimenti proprie dei clienti professionali e delle controparti qualificate. Nei rapporti con i "clienti al dettaglio" si applicano tutte le regole poste a protezione degli investitori previste dalla MiFID.

un valore anche superiore al dieci per cento del patrimonio netto della Società. La deliberazione dell'Assemblea determinerà i beni e i rapporti giuridici compresi in tale patrimonio e le regole di organizzazione, gestione e controllo. La norma prevede inoltre che Poste Italiane possa acquistare partecipazioni anche di controllo in banche. Tale previsione è da porre in relazione alla determinazione di dare nuovo e più forte impulso alla realizzazione del progetto "Banca del Mezzogiorno", promosso dal Ministero dell'Economia e delle Finanze. Infatti, come emerso nella discussione in aula per la conversione in Legge, è stato individuato in Poste Italiane il soggetto deputato all'attuazione di tale progetto.

Al fine di accrescere la qualità del rapporto con la clientela, è proseguita la collaborazione con il Conciliatore Bancario Finanziario, organismo accreditato dal Ministero della Giustizia anche ai sensi del DM n. 180 del 18 ottobre 2010, che offre alla clientela in materia bancaria, finanziaria e societaria procedure di risoluzione delle controversie alternative a quella giudiziaria.

Inoltre, la Società, identificata espressamente tra gli intermediari in relazione all'attività di BancoPosta, partecipa, già dal 2009, al sistema di risoluzione stragiudiziale delle controversie che possono insorgere con la clientela denominato Arbitro Bancario Finanziario (ABF) e ha provveduto a fornire ampia informativa alla clientela.

In materia di antiriciclaggio, sono progredite le attività progettuali finalizzate a:

- rafforzare i controlli antiterrorismo con particolare riferimento al rispetto delle prescrizioni normative in materia di blocco immediato dell'operatività e congelamento dei fondi nei confronti di soggetti inclusi nelle apposite liste predisposte dall'Unione Europea;
- revisionare il questionario di adeguata verifica della clientela;
- informatizzare il processo di segnalazione delle operazioni sospette (scambio flussi centro/territorio) e introdurre nuovi strumenti di reporting per abilitare i controlli sull'efficacia del processo e l'analisi strutturata dei fenomeni oggetto di segnalazione;
- introdurre ulteriori e più sofisticati indicatori per la rilevazione tempestiva di operazioni anomale per frequenza/importo/canale su operazioni in contante e trasferimento fondi;
- revisionare il calcolo del profilo di rischio dei clienti e introdurre sul territorio processi di monitoraggio della clientela che presenta un rischio elevato;
- allineare le modalità di registrazione nell'Archivio Unico Informativo (AUI) ai nuovi adempimenti obbligatori previsti da Banca d'Italia.

Le disposizioni normative sulla Business Continuity & Disaster Recovery dei servizi finanziari di BancoPosta, già concluse nel precedente esercizio, sono state ulteriormente adeguate nel corso del 2010 con gli standard più elevati fissati dalla Banca d'Italia sui "processi a rilevanza sistemica". Tali adeguamenti, nel corso dell'ultimo trimestre del 2010, sono stati oggetto di ispezione da parte della Vigilanza che ne ha analizzato le soluzioni tecnico/organizzative adottate, sia per la salvaguardia del sistema informatico, sia per gli aspetti di processo a tutela del business finanziario.

A partire dal secondo semestre del 2010 infine, in virtù degli impegni assunti con l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in merito al Bollettino postale<sup>28</sup>, è possibile effettuare il pagamento dei bollettini relativi al pagamento di

<sup>28</sup> L'Antitrust, dopo aver chiuso (28 dicembre 2009) senza accertamento dell'infrazione e senza sanzione istruttoria avviata per verificare un possibile abuso di posizione dominante nel settore dei servizi di incasso e pagamento, ha accettato, rendendoli vincolanti gli impegni presentati dall'Azienda per il pagamento dei bollettini postali anche attraverso canali alternativi.

pratiche automobilistiche e dei servizi connessi anche con addebito su conto corrente bancario e in modalità del tutto automatizzata per gli operatori professionali.

#### **4.2.1 OFFERTA COMMERCIALE**

A dieci anni dalla nascita del Conto BancoPosta, nel mese di gennaio 2010 è stata lanciata la nuova offerta BancoPosta Più che consolida il posizionamento di Poste Italiane nel mercato dei conti correnti consumer. L'offerta BancoPosta Più nasce per premiare i clienti che scelgono BancoPosta come partner finanziario primario. Infatti, con l'utilizzo dei prodotti accessori al conto corrente, quali l'accredito dello stipendio o della pensione, la domiciliazione delle utenze e la nuova carta di credito BancoPosta Più il cliente ha la possibilità di azzerare le spese annue di gestione del conto, della carta Postamat e della carta di credito medesima.

La nuova offerta consente a Poste Italiane di rafforzare la propria posizione sul mercato dei conti correnti e di fidelizzare i clienti attuali incentivandoli a un uso più ampio del conto.

Sempre nell'ambito dei prodotti transazionali Privati, il 2010 è stato caratterizzato anche dai buoni risultati dei volumi di Conto BancoPosta Click grazie alla promozione del tasso creditore al 2% (lordo).

Oltre agli sviluppi in ambito consumer l'anno ha visto il consolidamento dei volumi del Conto BancoPosta In Proprio, destinato alla clientela PMI, caratterizzato da acquisizioni di qualità e da una maggiore fidelizzazione della clientela. L'attenzione alla vendita si è concentrata principalmente sull'offerta delle opzioni "In Proprio POS" (destinato ai clienti che intendono gestire i flussi delle vendite attraverso il POS e contenere così i costi del conto corrente) e "In Proprio WEB" (dedicato a chi preferisce gestire la propria attività in totale autonomia comodamente dal proprio personal computer) attraverso lo sviluppo di convenzioni con diverse associazioni di categoria (tra cui Confindustria, ordini professionali, FIVA-Federazione Italiana dei Venditori Ambulanti) e di promozioni e offerta congiunta con prodotti Poste Italiane *ad hoc*, quali agevolazioni per l'invio di pacchi nazionali e internazionali, per l'attivazione della Posta Elettronica Certificata, servizi di corrispondenza personalizzata e infine, piani tariffari e VAS di telefonia mobile per le PMI.

Come sopra annunciato, il settore della monetica è stato, tra l'altro, interessato dal lancio della Carta di credito BancoPosta Più che, oltre alle peculiari caratteristiche in grado di differenziarla nell'ambito dell'offerta di carte di credito sul mercato (tra cui la doppia linea di credito a saldo e rateale; il servizio di *alerting* via SMS e le coperture assicurative incluse) rappresenta anche il primo strumento di pagamento dotato di un programma di *loyalty* dedicato ("Sconti BancoPosta") che premia i clienti con sconti che vengono accreditati direttamente in conto.

Tale iniziativa di fidelizzazione, peraltro, è stata estesa nella seconda metà del 2010 anche alle carte Postamat, associate, sia al Conto BancoPosta, sia al Conto BancoPosta Click.

In generale il comparto continua a essere fortemente presidiato dalla carta Postamat Maestro (6,3 milioni di carte a dicembre 2010) e dalla carta Postepay standard (6,8 milioni di prepagate a dicembre 2010).

La Postepay, pur continuando a mantenere la leadership di settore, ha puntato sulla differenziazione di prodotto e sull'innovazione tecnologica, attraverso la commercializzazione di nuove linee dedicate a target diversi: sono nate così le Postepay Newgift AS Roma e SS Lazio, carte prepagate ricaricabili NewGift like, che riportano il logo e i colori delle squadre di calcio. Nel 2010 inoltre l'Azienda è entrata nel settore delle carte multiapplicazione con Postepay Lunch (per le aziende che vogliono fornire ai dipendenti la funzione di buono pasto tramite la carta prepagata) e con Postepay&Go (che presenta la funzionalità per accedere ai mezzi di trasporto pubblico locale).

Il primo canale di ricarica esterno delle postepay, rappresentato dalle oltre 40mila ricevitorie SISAL (28mila al 31 dicembre 2009), ha registrato, nel secondo anno dalla sua attivazione, un ottimo successo realizzando circa 10 milioni

di ricariche (3 milioni di ricariche in tutto il 2009). All'inizio del mese di dicembre è stato inoltre attivato un ulteriore canale di ricarica, costituito dai punti vendita (oltre 7.000 tra tabaccai e ricevitorie) collegati alla Banca ITB<sup>29</sup>.

Nel settore dei finanziamenti è stata lanciata una promozione su Prontissimo BancoPosta che ha permesso alla clientela di ottenere condizioni economiche particolarmente vantaggiose rispetto a quelle di mercato ampliando l'importo massimo sottoscrivibile (da 6mila a 10mila euro) e la durata del finanziamento (da 60 a 72 mesi) del prodotto.

Nel mese di giugno è stato lanciato il Mutuo BancoPosta Doppio Gusto, il mutuo con la duplice finalità sostituzione più ristrutturazione che consente ai clienti di trasferire in Poste Italiane il mutuo in essere presso un altro istituto di credito e allo stesso tempo ottenere una somma aggiuntiva per effettuare i lavori di ristrutturazione, il tutto con un solo mutuo e una sola rata.

A novembre è stato inoltre lanciato BancoPosta Fotovoltaico, il primo finanziamento di Poste italiane, offerto in Partnership con Enel.si, per promuovere la cultura delle fonti rinnovabili e il rispetto dell'ambiente.

Sempre nel 2010 è stata progressivamente ampliata la rete degli Uffici Postali abilitati alla vendita del prodotto Quinto BancoPosta, portando a fine anno la rete degli Uffici abilitati a quota 7.500 circa (1.400 Uffici a tutto il 2009).

Con l'obiettivo di lanciare nuovi prodotti di Risparmio Postale nel 2010 sono state condotte, congiuntamente con Cassa Depositi e Prestiti, tutte quelle attività di re-ingegnerizzazione dei Buoni Fruttiferi Postali indicizzati al fine di conciliare le necessità dell'Emittente di adattare i prodotti alle condizioni di mercato, con le strategie commerciali e di tutela degli interessi dei clienti risparmiatori di Poste.

Nel mese di marzo sono altresì terminate le attività tese alla stesura definitiva della Convenzione 2010, che regola l'attività di collocamento e gestione amministrativo-contabile del Risparmio Postale tra Poste Italiane e Cassa Depositi e Prestiti.

Nell'ambito dei prodotti di Investimento, a fronte del perdurare di un clima di incertezza dei mercati finanziari, la scelta dell'emittente per le obbligazioni BancoPosta è stato il frutto di un'attenta selezione finalizzata a ridurre il rischio di controparte senza trascurare, altresì, la leva *fundng*.

Per l'anno 2010 è stato selezionato, infatti, Royal Bank of Scotland plc, un emittente europeo che, oltre ad offrire la tranquillità di avere nella propria compagine il governo Inglese, ha consentito di realizzare un prodotto con un rendimento superiore alla media di mercato, sia dei titoli similari, sia dei titoli di Stato di pari durata finanziaria.

Infine, Poste Italiane ha partecipato dal 18 al 29 ottobre, in qualità di collocatore, all'Offerta Pubblica di Vendita di Enel Green Power, società del Gruppo Enel dedicata allo sviluppo e alla generazione di energia da fonti rinnovabili. Sono state sottoscritte presso Poste Italiane 21.350.000 azioni.

#### Servizi on line

I servizi di internet banking associati al conto BancoPosta Online e al Conto BancoPosta Click, per i cui clienti, tra l'altro, è stato completato il passaggio al sistema di strong authentication, hanno registrato anche nel 2010 un trend di crescita positivo; a fine 2010 infatti risultano attivi oltre un milione di conti on line afferenti alla clientela consumer (886mila i conti consumer attivi a fine 2009) e circa 211 mila conti business (183mila a fine 2009).

<sup>29</sup> La Banca ITB è la prima banca on line rivolta ai tabaccai italiani.

Nel corso del 2010 sono state eseguite dalla clientela on line quasi 16 milioni di operazioni dispositive che hanno riguardato principalmente:

- per 3,3 milioni i bollettini pagati dalla clientela retail (2,7 milioni nel 2009) attraverso addebito su conto corrente e carte di credito/carta Postepay (di questi oltre 300mila attraverso il canale BancoPosta Click),
- per 1,7 milioni i bonifici (1,5 milioni nel 2009), di cui 264mila attraverso il canale BancoPosta Click (compresi 14mila verso l'estero);
- per 5,2 milioni le ricariche telefoniche (5,3 milioni nel 2009);
- per 4 milioni le ricariche PostePay (3,8 milioni nel 2009);
- per 1,4 milioni i postagiro tra clienti consumer e business (1,1 milioni nel 2009).

Anche la vendita di prodotti finanziari ha riscosso un positivo apprezzamento da parte della clientela con oltre 3,5migliaia di prestiti approvati e 51mila sottoscrizioni di Buoni Fruttiferi Postali.

Nel corso dell'anno, infine, è stato attivato il nuovo sito internet [www.postepay.it](http://www.postepay.it), sorto per rinnovare e ampliare la sezione dedicata alla Postepay presente in [www.poste.it](http://www.poste.it) affinando e aggiungendo valore alle opportunità di interazione con i possessori della carta anche al fine di creare una "web community".

#### Poste Tutela SpA

Il contesto di riferimento in cui opera Poste Tutela è rappresentato dal mercato della sicurezza complementare, ovvero l'insieme dei servizi relativi a:

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

Coerentemente con l'orientamento strategico teso a valorizzare il *know how* maturato nell'attività di gestione, monitoraggio e controllo dei servizi di sicurezza complementare resi alle strutture operative della Capogruppo, la Società ha esteso al mercato esterno i servizi già resi internamente al Gruppo.

Le iniziative avviate da PosteTutela per accogliere la domanda di servizi di logistica in sicurezza proveniente dal mercato esterno hanno consentito di avere importanti referenze commerciali sulle quali consolidare il proprio posizionamento nel mercato. Tali nuove attività hanno consentito di realizzare buoni risultati con ricavi delle vendite e prestazioni per 80 milioni di euro (79 milioni di euro nel 2009) e un utile di 971mila euro (771mila euro nel 2009) per effetto della maggior movimentazione di valori effettuata nell'anno.

**4.2.2 RISULTATI**

BancoPosta

Ricavi (milioni di euro)	2009	2010	Var.%
<b>Conti Correnti</b>	<b>2.537</b>	<b>2.580</b>	<b>1,7</b>
Bollettini	641	622	(3,0)
Proventi degli Impieghi della raccolta	1.320	1.376	4,2
Altri Ricavi c/c e Carte prepagate	576	582	1,0
<b>Trasferimento fondi <sup>(1)</sup></b>	<b>78</b>	<b>77</b>	<b>(1,3)</b>
<b>Risparmio postale e investimento</b>	<b>2.004</b>	<b>1.891</b>	<b>(5,6)</b>
Libretti e Buoni postali	1.600	1.557	(2,7)
Titoli di Stato	8	7	(12,5)
Azioni e obbligazioni	151	19	(87,4)
Polizze Assicurative	218	283	29,8
Fondi di investimento	2	2	n.s.
Deposito Titoli	25	23	(8,0)
<b>Servizi Delegati</b>	<b>202</b>	<b>195</b>	<b>(3,5)</b>
<b>Prodotti di finanziamento</b>	<b>181</b>	<b>185</b>	<b>2,2</b>
<b>Altri prodotti <sup>(**)</sup></b>	<b>37</b>	<b>34</b>	<b>(8,1)</b>
<b>Totale Ricavi</b>	<b>5.039</b>	<b>4.962</b>	<b>(1,5)</b>

Al fine di una più omogenea comparazione dei dati relativi ai due esercizi, sono state effettuate alcune riclassifiche dei valori dell'esercizio 2009.

n.s.: non significativo

<sup>(1)</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.

Giacenze (milioni di euro)	31-dic-09	31-dic-10	Var.%
<b>Conti Correnti <sup>(1)</sup></b>	<b>34.741</b>	<b>35.949</b>	<b>3,5</b>
<b>Libretti Postali <sup>(**)</sup></b>	<b>91.120</b>	<b>97.656</b>	<b>7,2</b>
<b>Buoni Fruttiferi Postali <sup>(**)</sup></b>	<b>192.618</b>	<b>198.489</b>	<b>3,0</b>

<sup>(1)</sup> Trattasi della giacenza media dell'esercizio.

<sup>(\*\*)</sup> Le giacenze comprendono gli interessi maturati nell'anno.

Numero transazioni (migliaia)	2009	2010	Var.%
<b>Bollettini accettati</b>	<b>564.289</b>	<b>555.350</b>	<b>(1,6)</b>
<b>Vaglia nazionali</b>	<b>8.647</b>	<b>7.876</b>	<b>(8,9)</b>
<b>Vaglia internazionali</b>	<b>3.230</b>	<b>3.235</b>	<b>0,2</b>
Import	1.745	1.719	(1,5)
Export	1.485	1.516	2,1
<b>Pensioni e altri mandati</b>	<b>87.461</b>	<b>86.695</b>	<b>(0,9)</b>
<b>Servizi Fiscali</b>	<b>11.531</b>	<b>12.191</b>	<b>5,7</b>

  

Volumi (migliaia)	31-dic-09	31-dic-10	Var.%
<b>Conti Correnti in essere con la clientela</b>	<b>5.526</b>	<b>5.533</b>	<b>0,1</b>
<b>Numero Carte di Credito</b>	<b>340</b>	<b>379</b>	<b>11,5</b>
<b>Numero Carte di Debito <sup>(1)</sup></b>	<b>6.210</b>	<b>6.261</b>	<b>0,8</b>
<b>Numero Carte Prepagate</b>	<b>5.593</b>	<b>6.794</b>	<b>21,5</b>

<sup>(1)</sup> Sono incluse le Carte office

I risultati dei servizi BancoPosta evidenziano una riduzione dei ricavi dell'1,5%, passando da 5.039 milioni di euro del 2009 a 4.962 milioni di euro nel 2010, in quanto la positiva performance dei ricavi da conti correnti (+43 milioni di