

4. Strategia

- L'integrazione della Sostenibilità nella Strategia di Poste Italiane
- La Strategia di Sostenibilità di Poste Italiane
- Il Percorso di Sostenibilità di Poste Italiane

PRINCIPALI CAPITALI COLLEGATI



L'integrazione della Sostenibilità nella Strategia di Poste Italiane

DNF

Per Poste Italiane essere sostenibili significa definire una chiara strategia sulle tematiche ESG e integrarle in maniera strutturale negli obiettivi strategici definiti nel Piano "2024 Sustain & Innovate Plus"⁵⁴. Nell'arco del Piano, sono previsti investimenti per 3,1 miliardi di euro nelle attività strategiche per raggiungere obiettivi finanziari.

Piano Strategico "2024 Sustain & Innovate Plus"



CORRISPONDENZA
PACCHI E DISTRIBUZIONE

L'obiettivo strategico del segmento Corrispondenza, Pacchi e Distribuzione è quello di accelerare la propria trasformazione da puro operatore di corrispondenza a operatore logistico completo, garantendo la Sostenibilità economica e ambientale delle proprie operazioni. La realizzazione della strategia si basa sull'efficientamento delle reti distributive, ivi inclusa l'integrazione di Nexive, acquisita a fine 2020, il consolidamento della *leadership* nel mercato B2C e la crescita nei segmenti C2X e B2B grazie all'introduzione di offerte specifiche e di iniziative finalizzate al miglioramento della *customer experience*. In tale ottica, l'acquisizione di Plurima permette di rafforzare il comparto *contract logistics*. Tramite l'implementazione di queste linee strategiche, il segmento mira al raggiungimento di un utile operativo nel 2024.

OBIETTIVI FINANZIARI

- Ricavi: 3,9 miliardi di euro (2019: 3,5 miliardi), con un aumento dei ricavi del comparto Pacchi e un'attenuazione del calo del comparto Corrispondenza.
- Ricavi del comparto Pacchi: 2,0 miliardi di euro (2019: 0,85 miliardi di euro).
- EBIT: atteso utile operativo entro il 2024.

OBIETTIVI OPERATIVI

- Raddoppio del volume dei pacchi smistati automaticamente.
- Quota di mercato pacchi B2C: 38% entro il 2024.
- Quota di mercato C2X: 57% entro il 2024 (2019: 41%).

54. Gli obiettivi finanziari e operativi riportati nelle tabelle si riferiscono al 2024.

PAGAMENTI E
MOBILE

L'area Pagamenti e *Mobile* mira ad affermarsi come una piattaforma completa e omnicanale per i propri clienti, affiancando alle tradizionali linee di *business* dei pagamenti e delle telecomunicazioni l'offerta dedicata all'Energia dal 2022, mercato nel quale l'azienda entrerà sfruttandone la liberalizzazione. L'acquisizione di LIS, in quest'ottica, è un ulteriore contributo alla strategia omnicanale del Gruppo. L'ampliamento dei prodotti, unitamente alla possibilità di poter sfruttare i canali fisici, digitali e le reti terze, permetterà di sfruttare appieno le opportunità di *cross-selling* della clientela, aumentando così il valore per Poste Italiane nel suo complesso.

OBIETTIVI FINANZIARI

- Ricavi: 1,9 miliardi di euro (2019: 0,7 miliardi di euro).
- EBIT: 0,4 miliardi di euro (2019: 0,2 miliardi), con CAGR dell'1%.

OBIETTIVI OPERATIVI

- Portafoglio di Postepay Evolution atteso a 11,6 milioni di carte emesse.
- Transazioni su carte attese in aumento del 14% in CAGR, a 2,7 miliardi di euro.

SERVIZI
FINANZIARI

Servizi Finanziari si pone come obiettivo un'ulteriore evoluzione del modello di servizio, affiancando al tradizionale modello fisico le opportunità fornite dall'innovazione tecnologica. Le priorità del Piano Strategico prevedono una crescita in ambito *wealth management*, grazie alla diversificazione dei portafogli dei clienti per ottimizzarne il profilo di rischio-rendimento, l'integrazione delle polizze danni all'interno del modello di consulenza ed un rinnovato *focus* sui prestiti, con particolare enfasi sul segmento CQS, anche grazie alle *partnership* siglate con primari operatori del settore. Il *business* legato all'acquisto dei crediti di imposta sui bonus edilizi rappresenta un'opportunità di diversificazione del portafoglio investimenti.

OBIETTIVI FINANZIARI

- Ricavi: 6,1 miliardi di euro (2019: 5,8 miliardi di euro).
- EBIT: 0,7 miliardi di euro (2019: 0,9 miliardi di euro).
- *Common Equity Tier 1 Capital*: 17%.

OBIETTIVI OPERATIVI

- Attività finanziarie totali: aumento a 615 miliardi di euro da 569 miliardi nel 2020, con l'aumento della penetrazione di prodotti vita.

SERVIZI
ASSICURATIVI

Nei Servizi Assicurativi, Poste Italiane mira ad affermarsi come operatore assicurativo in grado di servire tutti i bisogni di investimento e protezione della clientela. Poste Vita ha l'obiettivo di confermarsi *leader* nel ramo Vita, continuando ad offrire ai clienti prodotti sicuri e al contempo più profittevoli ed efficienti dal punto di vista del capitale. La strategia del ramo Danni prevede, infine, l'aumento della profittabilità grazie all'offerta modulare, completata dall'assicurazione auto, fornita ai clienti senza assunzione di rischio grazie agli accordi distributivi siglati con primarie società di assicurazione italiane.

OBIETTIVI FINANZIARI

- Ricavi: 2,7 miliardi di euro (2019: 1,7 miliardi di euro).
- EBIT: 1,3 miliardi di euro (2019: 0,8 miliardi di euro).
- Utile netto: 5% CAGR nel periodo 2019-2024.
- **Solvency Ratio** : >200%.

OBIETTIVI OPERATIVI

- Premi lordi: 26,5 miliardi di euro (2020: 16,7 miliardi di euro).
- Raddoppio del premio medio dell'offerta modulare.
- 8.000 Uffici Postali abilitati alla vendita di polizze auto entro il 2024.

La Strategia di Sostenibilità di Poste Italiane

DNF

PRINCIPALI CAPITALI COLLEGATI



Per contribuire al conseguimento degli obiettivi nazionali e internazionali di sviluppo sociale e ambientale, Poste Italiane ha adottato una Strategia di Sostenibilità, costituita da un insieme di Politiche di Sostenibilità e da un Piano Strategico ESG. Nel contesto del quadro strategico più ampio definito dal Gruppo, tale strategia risulta coerente con le attività e i criteri di *business* di Poste Italiane.

Tutti i principi, gli obiettivi qualitativi e le differenti modalità di gestione sono incorporati nelle politiche adottate, che, in maniera sinergica, regolamentano le diverse tematiche emerse dall'analisi di materialità e gli ambiti richiesti dal D.Lgs. 254/2016. Il Piano Strategico ESG, invece, comprende tutti gli obiettivi e i *target* specifici, sia di natura qualitativa che quantitativa, fissati dal Gruppo in un'ottica di costante miglioramento delle proprie *performance* di Sostenibilità.

Temi di Sostenibilità rilevanti per Poste Italiane

Poste Italiane ha elaborato un processo di analisi di materialità, in conformità ai requisiti del D.Lgs. 254/16 e degli *standard* di rendicontazione, finalizzato a una comprensione sempre più approfondita delle tematiche non-finanziarie più rilevanti, in termini di rischi e opportunità, relative al raggiungimento degli obiettivi aziendali. L'analisi ha consentito l'identificazione delle tematiche ESG materiali considerate maggiormente impattanti sul processo decisionale degli *stakeholder* e che rivestono un ruolo di primaria importanza nella definizione della strategia del Gruppo, tenendo presente la sua struttura, l'estensione della rete servita e la diversificazione dei settori di mercato in cui opera.

Il processo di definizione dei temi materiali per Poste Italiane, approvato in ultimo dal CdA, si è articolato in 3 fasi principali ed è stato condotto in accordo alle indicazioni degli **Standards Global Reporting Initiative** (GRI *Standards*), e recependo in anticipo le richieste della **Direttiva Europea 2014/95/UE** relative al processo di «*double-materiality*», la cui entrata in vigore è prevista per il FY 2023.



Per definire l'universo dei temi potenzialmente rilevanti per il settore e guidare il processo di analisi di materialità, Poste Italiane ha condotto un'analisi interna ed esterna, che ha preso in considerazione *input* derivanti da diverse fonti. Nello specifico, l'analisi interna ha considerato il Piano Strategico e il modello di gestione dei rischi di Gruppo, i risultati dell'analisi di materialità svolta ai fini del Bilancio Integrato 2020 e i risultati emersi dalle attività di *stakeholder engagement* implementate nel 2021; l'analisi esterna, invece, ha tenuto conto delle disposizioni derivanti dalle fonti normative e dalle principali linee guida di Sostenibilità a livello internazionale, delle richieste dei principali questionari predisposti dalle agenzie di *rating* di Sostenibilità e delle analisi dei *trend* attuali nei diversi settori in cui opera il Gruppo.

La rilevanza dei temi materiali è stata successivamente definita attraverso il coinvolgimento diretto dei portatori di interesse tramite le iniziative di ascolto ed *engagement* realizzate.

A partire dal 2021, anticipando le richieste introdotte dalla nuova proposta di modifica della Direttiva Europea 2014/95/UE, Poste Italiane ha avviato il processo di doppia materialità, introducendo nel processo di valutazione dei temi materiali una duplice

prospettiva: “*Inside-out*” e “*Outside-in*”. Attraverso l’*engagement* esterno (*Inside-out*), l’Azienda ha preso in considerazione gli impatti significativi attuali o potenziali sulla società e sull’ambiente generati dalle proprie attività e dalle attività della propria catena del valore. L’*engagement* interno (*Outside-in*) invece, ha tenuto conto dei temi di Sostenibilità che possono influenzare positivamente o negativamente la strategia, la *performance* e il posizionamento dell’Azienda nel breve, medio o lungo termine e quindi creare o erodere il suo valore.

Il coinvolgimento degli *stakeholder*

Il Gruppo Poste Italiane ha sempre tenuto conto delle visioni e delle priorità mutevoli dei propri *stakeholder*, integrandole all’interno dei processi di definizione e gestione della propria strategia di Sostenibilità e costruendo, in tal modo, solidi rapporti basati sulla fiducia e la trasparenza. Questo contribuisce sia alla creazione di valore per tutti i soggetti direttamente ed indirettamente coinvolti nella realtà del Gruppo, che alla crescita reputazionale dell’Azienda nel contesto sociale in cui opera.

Al fine di identificare i portatori d’interesse che influenzano maggiormente o che vengono a loro volta influenzati dal processo di raggiungimento degli obiettivi strategici di Gruppo, Poste Italiane ha condotto, in conformità con lo *Standard* Internazionale AA1000-*Stakeholder Engagement Standard* (SES), un’accurata mappatura delle categorie di *stakeholder* con i quali interagisce nel corso dello svolgimento delle proprie attività. La suddetta analisi ha consentito l’identificazione di sette macrocategorie di *stakeholder*, ovvero: Azionisti e Investitori, Comunità e Territorio (associazioni di categoria, media, mondo accademico), Clienti (associazioni di consumatori), Enti ed Istituzioni (Autorità, Fondimpresa), Fornitori (*Business Partner*), Personale (persone di Poste Italiane, sindacati) e Ambiente.

La seguente tabella riporta tutte le macrocategorie di *stakeholder* sopra menzionate, indicando le principali modalità di coinvolgimento e di comunicazione relative ad ognuna di esse.

Modalità di coinvolgimento degli *stakeholder* da parte di Poste Italiane

CATEGORIA DI STAKEHOLDER	PRINCIPALI MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
Azionisti e Investitori	Assemblea degli Azionisti; Relazione <i>Corporate Governance</i>; Relazioni Finanziarie e presentazioni periodiche; <i>Roadshow</i> e incontri dedicati; Sito <i>web</i> istituzionale; Comunicati stampa.
Clienti	Sistemi di <i>customer experience</i>; Indagini periodiche di soddisfazione.
Personale	Strumenti di comunicazione interna (<i>intranet</i> aziendale, <i>newsletter</i>, <i>mailing list</i>, <i>Postenews</i>, ecc.); Eventi interni ed esterni dedicati ai dipendenti; Incontri periodici; Contrattazione di primo e secondo livello; Indagini periodiche di soddisfazione.
Fornitori e <i>Business Partner</i>	Incontri specifici.
Enti e Istituzioni	Convegni; Incontri specifici; Comunicazione istituzionale; Comunicazioni periodiche; Organizzazione di eventi.
Comunità e territorio	Progetti in favore della collettività; <i>Partnership</i>; Comunicati stampa; Sponsorizzazioni, Liberalità; Dialogo con le istituzioni locali; Contatti in occasione del lancio di progetti rilevanti, Pubblicazione di documenti, interviste, eventi.
Ambiente	Comunicati Stampa; Eventi dedicati; <i>Partnership</i>; Collaborazioni; Convegni.

II Multistakeholder Forum 2021

Dei diversi strumenti utilizzati dal Gruppo per dialogare con gli *stakeholder*, il *Forum Multistakeholder*, che si svolge con cadenza annuale, è tra i più efficaci in termini di riflessione e di confronto strategico per quel che riguarda i temi di Sostenibilità rilevanti per il settore.

FOCUS GROUP

Novembre 2021

5° Forum Multistakeholder

~500

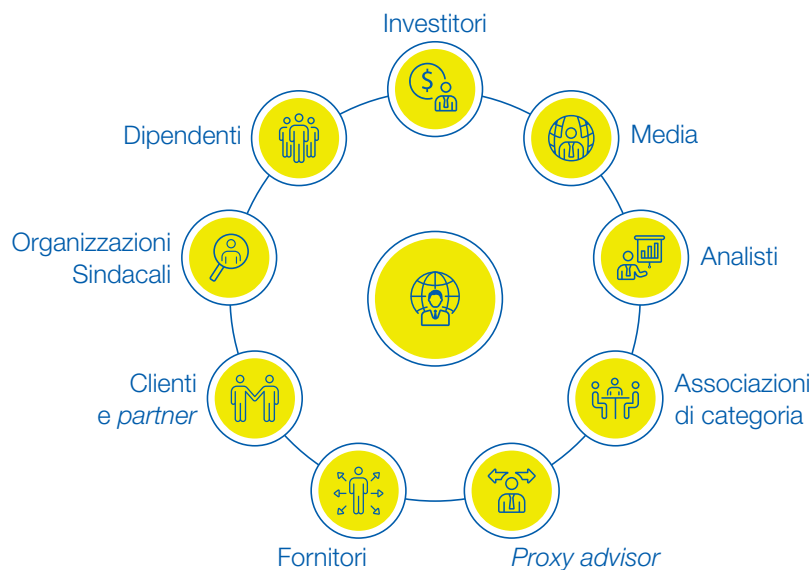
Stakeholder presenti
al Forum

4

Focus Group tematici

18

Temi di sostenibilità
discussi



La quinta edizione del *Forum*, tenuta in diretta *streaming* nel rispetto delle limitazioni imposte dall'emergenza sanitaria, ha coinvolto circa 500 partecipanti, circa 100 in più rispetto all'edizione 2020, e ha rappresentato un prezioso momento di dialogo, fatto di ascolto e di confronto delle opinioni dei partecipanti, determinante al fine di comprendere l'ambiente esterno e individuare le azioni necessarie per la creazione di valore condiviso con i principali *stakeholder* e il raggiungimento degli obiettivi strategici aziendali. Nello svolgimento dell'attività, gli *stakeholder* hanno preso parte, a seconda della categoria di appartenenza, a quattro *Focus Group* legati ai diversi Pilastri di Sostenibilità. Nello specifico, le prime tre sessioni si sono concentrate sui pilastri *Customer experience*, *Innovazione*, *Valorizzazione delle persone*, *Valore al territorio*, *Diversità e inclusione*, *Integrità e trasparenza* e *Transizione green*. Il quarto *Focus Group*, condotto in inglese, è stato invece dedicato interamente al pilastro *Finanza sostenibile* in modo da fornire un'occasione di confronto rispetto al tema dell'integrazione dei fattori ESG all'interno delle politiche di investimento e di assicurazione del Gruppo.

Tramite un *tool* digitale accessibile da *smartphone* e *pc* che ha favorito una visualizzazione immediata e dinamica dei risultati, i partecipanti al *Forum* hanno espresso le proprie valutazioni rispetto ai temi materiali potenzialmente rilevanti per l'Azienda.

A valle del processo di coinvolgimento dei principali interlocutori sociali del Gruppo, è stato possibile rilevare, rispetto al 2020, una maggiore importanza attribuita alle tematiche inerenti alle pari opportunità nei percorsi di carriera, agli impatti ambientali degli immobili e della logistica, al supporto allo sviluppo socio-economico del territorio e al *welfare* e al benessere del personale.

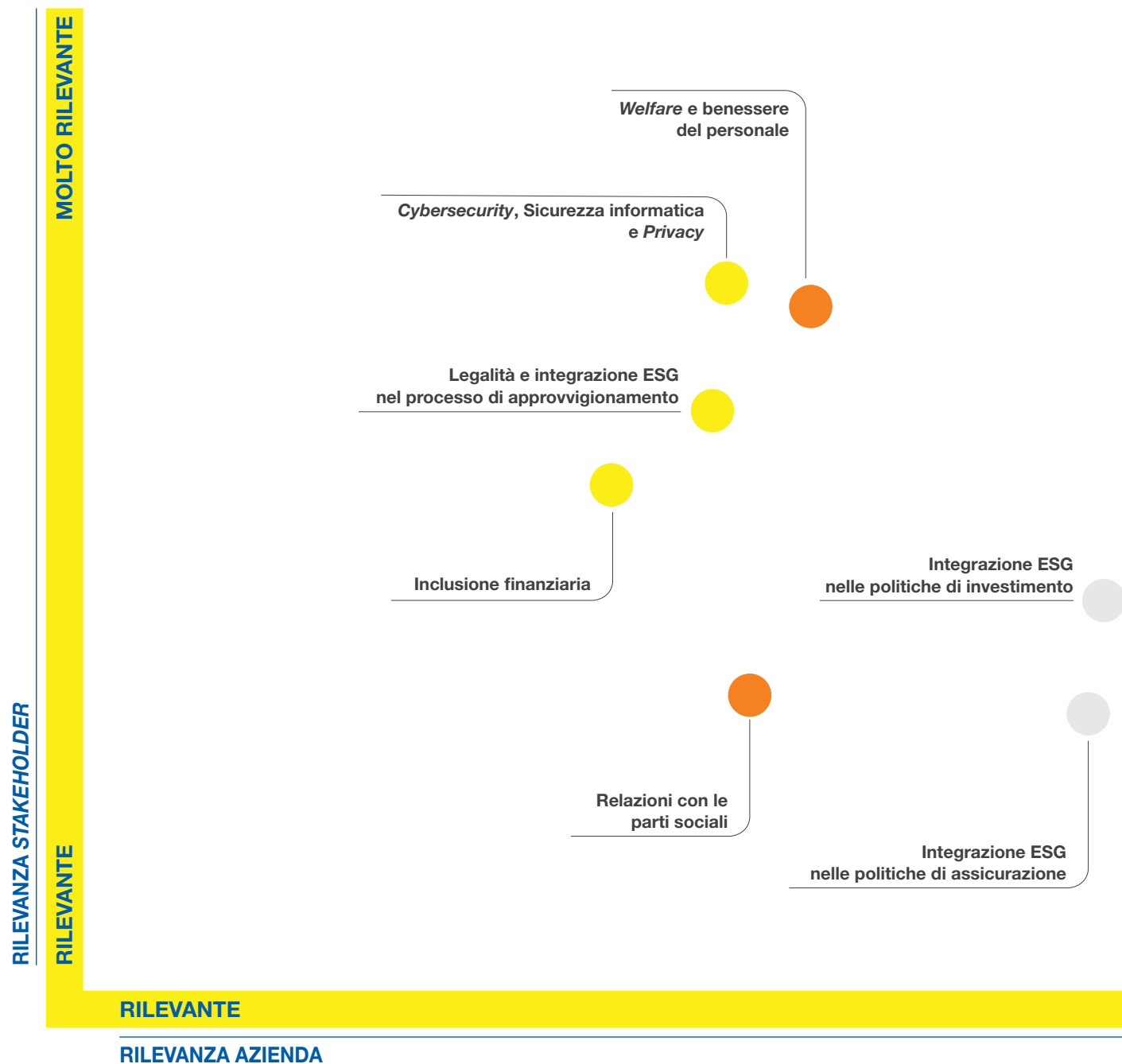


La matrice di materialità

La matrice di materialità riportata di seguito esprime la sintesi delle priorità del *management* di Poste Italiane (*engagement* interno), del proprio personale e di tutte le categorie di portatori di interesse con cui il Gruppo interagisce nello svolgimento delle proprie attività (*engagement* esterno). La matrice identifica quindi i diciotto temi ritenuti maggiormente rilevanti che risultano necessari al fine di assicurare un'adeguata comprensione dell'andamento e degli impatti economici, sociali e ambientali delle attività aziendali. L'ordine di priorità dei temi è stato definito tenendo conto della rilevanza strategica di ciascun tema per l'Azienda e la rilevanza percepita per gli *stakeholder* esterni.

Ogni tema materiale identificato presenta un impatto generato direttamente dall'organizzazione, fatta eccezione per i temi "Impatti ambientali della logistica" e "Salute e sicurezza sul lavoro", le cui influenze derivano anche dai fornitori che operano per conto di Poste Italiane rispetto a una parte considerevole delle operazioni del Gruppo.

La matrice di materialità del Gruppo Poste Italiane



Ambiti D.Lgs. 254/16

Personale

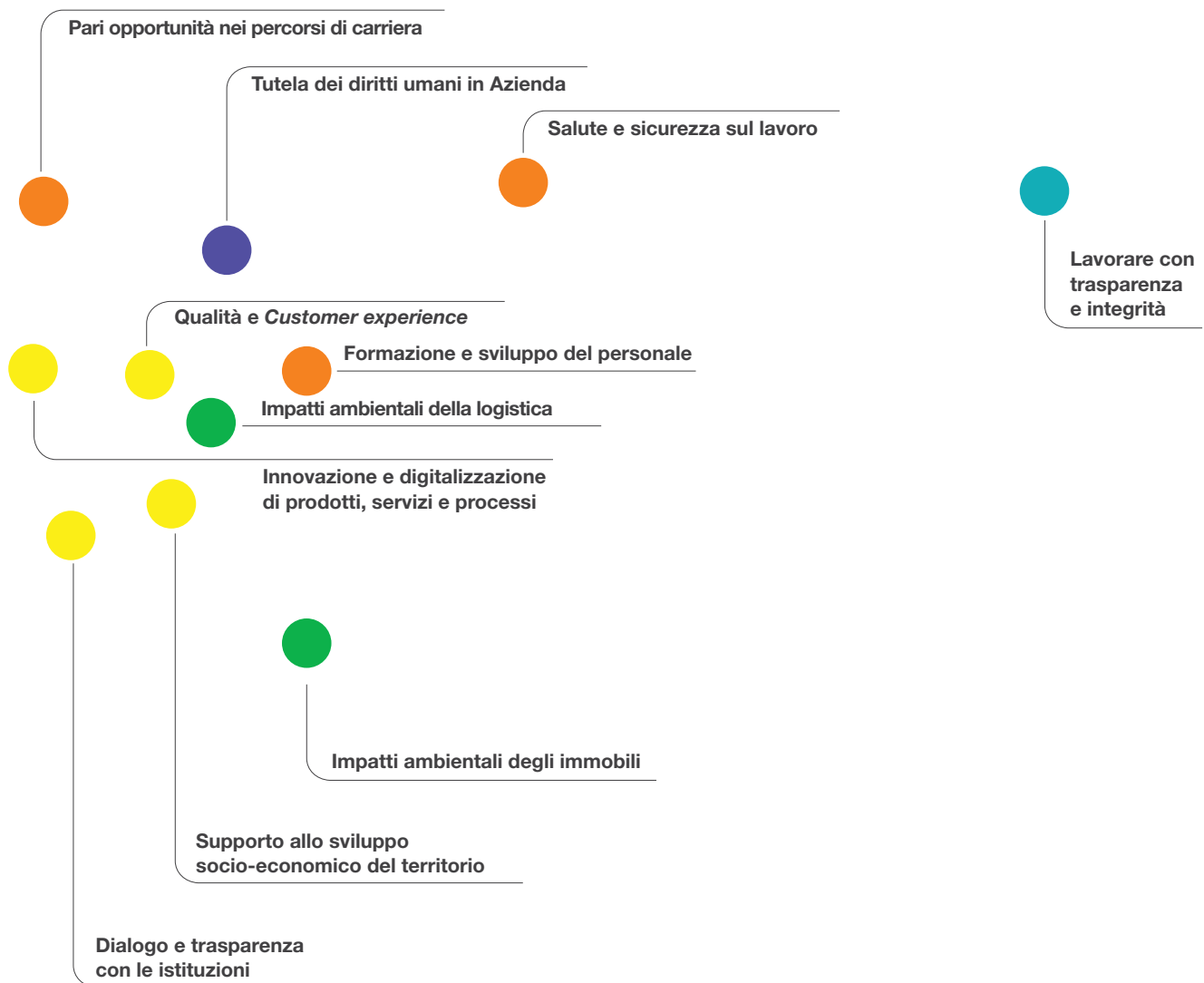
Società

Diritti Umani

Ambiente

Corruzione

Trasversale

**MOLTO RILEVANTE**

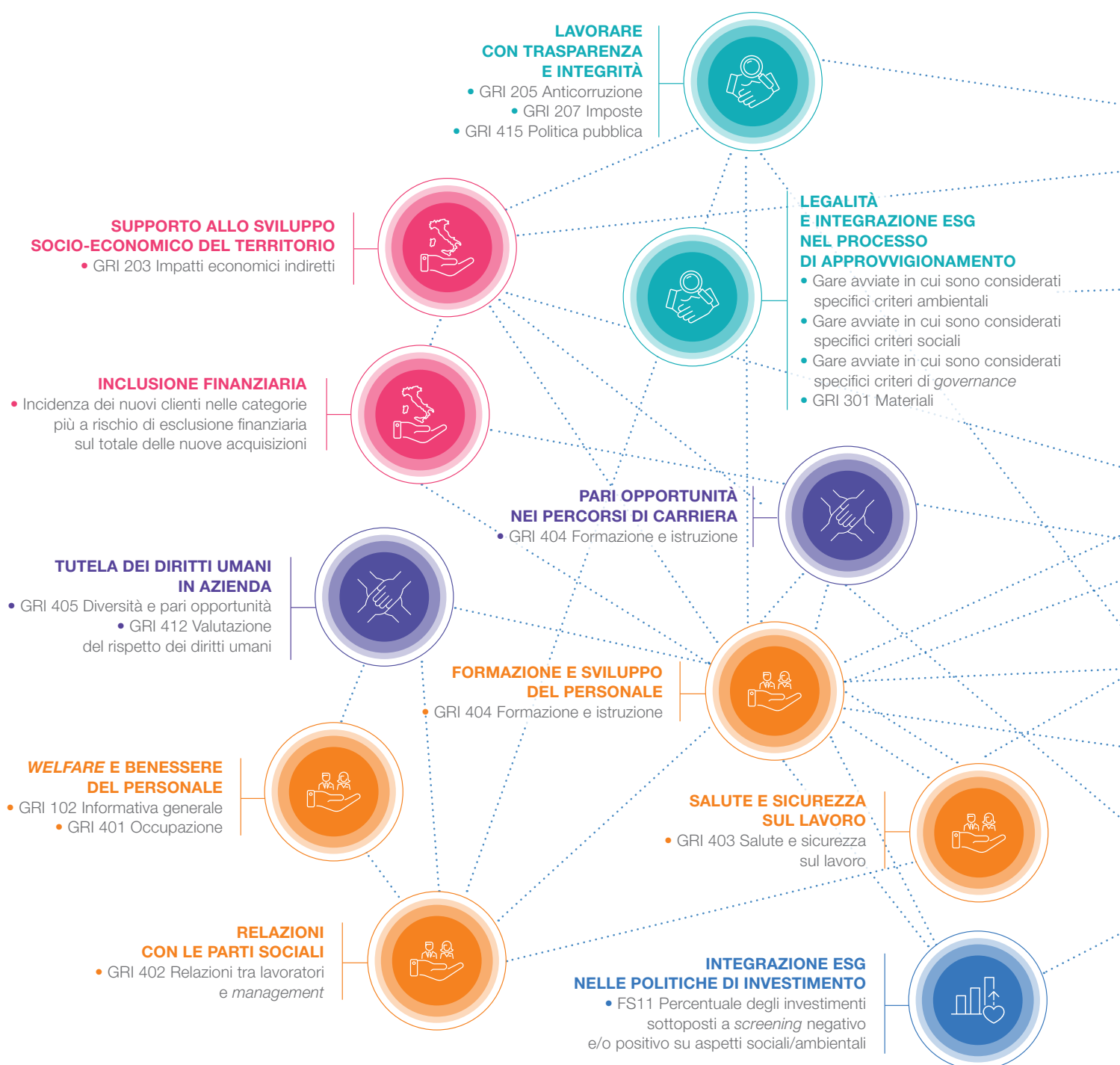
Descrizione dei temi materiali

TEMI MATERIALI	CHE COSA SIGNIFICA PER POSTE ITALIANE
Lavorare con trasparenza e integrità	Predisporre adeguati presidi di controllo interno e diffondere nell'organizzazione una cultura aziendale fondata sull'integrità, l'etica professionale e l'onestà per costruire rapporti di fiducia con i propri <i>stakeholder</i> e condurre correttamente la propria attività con trasparenza in ogni singola operazione, in particolare nella lotta alla corruzione attiva e passiva.
Salute e sicurezza sul lavoro	Tutelare la salute, sicurezza e integrità psicofisica delle persone, anche con riferimento alla qualità dei luoghi di lavoro, incoraggiando lo sviluppo di una solida cultura interna e aderendo ai più alti standard nazionali e internazionali sul tema.
Tutela dei diritti umani in Azienda	Garantire la tutela dei diritti umani e la promozione di comportamenti non discriminatori all'interno del Gruppo, anche attraverso l'adesione a standard riconosciuti, l'integrazione del rischio di violazione nel modello di <i>risk assessment</i> di Gruppo e la valorizzazione di elementi di diversità (in termini di diversi livelli di età, genere, conoscenze ed esperienze) che favoriscano lo sviluppo di una cultura d'impresa e la risposta a nuove sfide e opportunità del mercato.
Formazione e sviluppo del personale	Garantire ai propri dipendenti lo sviluppo continuo delle proprie conoscenze e competenze e l'opportunità di raggiungere il pieno potenziale grazie a percorsi formativi tesi ad assicurare la crescita e il rafforzamento del <i>know-how</i> in linea con le esigenze espresse dagli stessi e dal mercato, anche per gestire al meglio eventuali cambiamenti di <i>business</i> /organizzativi.
Pari opportunità nei percorsi di carriera	Garantire le pari opportunità nello sviluppo delle carriere dei singoli, promuovendo percorsi di crescita professionale a tutti i dipendenti indipendentemente dalle loro caratteristiche personali (età, genere, orientamento sessuale, disabilità, origine etnica, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose) secondo i principi di imparzialità e non discriminazione.
Qualità e <i>Customer experience</i>	Rispettare tempi e modalità di esecuzione delle attività (livello di servizio e <i>performance</i>) e fornire al cliente un'esperienza di qualità che vada oltre la fruizione del prodotto o del servizio tradizionale, costruendo anche una relazione di fiducia mediante l'attivazione di canali di ascolto di aspettative, esigenze e soddisfazione dei clienti sui prodotti e servizi offerti e la corretta gestione dei reclami.
Impatti ambientali della logistica	Monitorare gli impatti ambientali delle attività di logistica e favorire un processo di cambiamento orientato alla salvaguardia dell'ambiente tramite l'adozione di soluzioni meno impattanti per l'erogazione dei servizi postali e logistici, quali: utilizzo di mezzi ibridi/elettrici, razionalizzazione delle distanze percorse, corretta gestione dei rifiuti, sviluppo di infrastrutture per la ricarica dei mezzi dei clienti.
Supporto allo sviluppo socio-economico del territorio	Dare un contributo al benessere socio-economico del sistema Paese attraverso l'attivazione di impatti diretti, indiretti e indotti sul territorio (es. in termini di PIL e occupazione) e l'avvio o il sostegno ad attività a scopo sociale che rispondano ai bisogni espressi dalla società individuati altresì mediante il dialogo e la collaborazione con il Terzo Settore.
Innovazione e digitalizzazione di prodotti, servizi e processi	Contribuire alla modernizzazione del Paese e all'evoluzione tecnologica digitale mediante lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi e l'adozione di tecnologie digitali da integrare nei prodotti, nei servizi e nei processi aziendali, al fine di essere pronti nel rispondere ai cambiamenti di scenario, ai nuovi bisogni dei clienti e alle opportunità offerte dai mutamenti sociali ed ambientali.
Impatti ambientali degli immobili	Diffondere la cultura del rispetto dell'ambiente e adottare soluzioni concrete per la gestione efficiente delle risorse energetiche, delle risorse idriche e dei rifiuti in ottica di economia circolare, quali ad esempio: acquisto di energia rinnovabile, installazione di impianti per la produzione di energia rinnovabile, progetti di efficientamento degli edifici, organizzazione della raccolta differenziata, ecc.

TEMI MATERIALI	CHE COSA SIGNIFICA PER POSTE ITALIANE
Dialogo e trasparenza con le istituzioni	Promuovere un dialogo sistematico e trasparente con le istituzioni nazionali e locali, improntato alla ricerca di soluzioni condivise che consentano di rispondere ai bisogni sociali della comunità, incidere positivamente sul tessuto sociale nei territori in cui l'azienda opera e, al tempo stesso, accrescere la competitività e la continuità del <i>business</i> .
Welfare e benessere del personale	Offrire ai dipendenti strumenti e modelli di lavoro moderni e flessibili in grado di rispondere a specifici bisogni personali e garantire equilibrio tra vita privata e vita lavorativa (es. iniziative di lavoro agile, trattamenti economici di miglior favore connessi alla tutela della maternità e paternità, erogazione di benefit nel campo della sanità, ecc.).
Cybersecurity, Sicurezza informatica e Privacy	Garantire la <i>privacy</i> dei dati dei clienti, tutelare la proprietà intellettuale e assicurare un efficace sistema di gestione della sicurezza informatica e <i>cybersecurity</i> al fine di garantire la continuità aziendale, proteggere il patrimonio informativo dell'azienda, dei suoi clienti e degli altri <i>stakeholder</i> e la sicurezza delle transazioni.
Integrazione ESG nelle politiche di investimento	Incorporare gli aspetti ESG all'interno del processo di investimento per gestire meglio i rischi non-finanziari e considerare nuove opportunità d'investimento che supportino anche lo sviluppo sostenibile e un futuro <i>low-carbon</i> .
Legalità e integrazione ESG nel processo di approvvigionamento	Improntare i propri processi di acquisto su comportamenti precontrattuali e contrattuali orientati al pieno rispetto della legalità e della trasparenza e adottare criteri di selezione, valutazione e monitoraggio dei fornitori in grado di misurare la loro performance sociale e ambientale, al fine di garantire alti livelli di funzionalità e qualità degli approvvigionamenti e mitigare eventuali rischi ESG.
Integrazione ESG nelle politiche di assicurazione	Incorporare gli aspetti ESG all'interno delle politiche di assicurazione, delle strategie di sviluppo dei prodotti assicurativi e delle comunicazioni con i clienti.
Inclusione finanziaria	Estendere l'offerta di prodotti e Servizi Finanziari alle categorie tradizionalmente escluse per garantire l'accesso a servizi fondamentali per il sostentamento economico e rendere l'esperienza di acquisto dei clienti più consapevole grazie a iniziative di educazione finanziaria, in particolare in materia di risparmio, investimenti, pagamenti, previdenza e assicurazione.
Relazioni con le parti sociali	Considerare il dialogo con il personale e le rappresentanze sindacali fondamentale per trovare soluzioni condivise sui temi che possono avere impatti significativi sull'organizzazione, sul <i>business</i> e, in particolare, sul capitale umano, un <i>asset</i> aziendale fondamentale per l'Azienda.

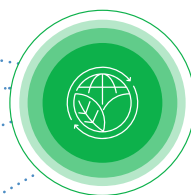
Interconnessione tra temi materiali e metriche

Il processo decisionale integrato adoperato da Poste Italiane prevede azioni specifiche mirate alla creazione di valore nel breve, medio e lungo termine e tiene conto delle connessioni e le interdipendenze tra la moltitudine di fattori che influenzano la capacità dell'Azienda di creare valore durevole nel tempo. Tale approccio consiste nella comprensione del grado di combinazione, correlazione e interdipendenza fra le tematiche che impattano in maniera rilevante le *performance* economiche, sociali e ambientali. A tale scopo, in accordo con le indicazioni fornite dall'*International <IR> Framework*, di seguito vengono illustrate le interconnessioni esistenti tra i temi materiali per Poste Italiane e le principali metriche di misurazione adottate.

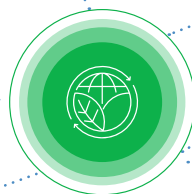


**Integrità
e trasparenza****Transizione
green****Valorizzazione
delle persone****Customer
experience****Diversità
e inclusione****Innovazione****Valore
al territorio****Finanza
sostenibile****DIALOGO E TRASPARENZA
CON LE ISTITUZIONI**

- Contributi monetari relativi ad attività aventi capacità di influenzare le politiche pubbliche

**IMPATTI AMBIENTALI DELLA LOGISTICA**

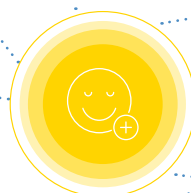
- GRI 302 Energia
- GRI 305 Emissioni

**IMPATTI AMBIENTALI DEGLI IMMOBILI**

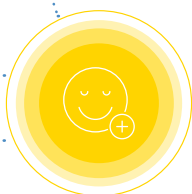
- GRI 302 Energia
- GRI 303 Acqua e scarichi idrici
- GRI 306 Rifiuti
- GRI 305 Emissioni

**INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE
DI PRODOTTI, SERVIZI E PROCESSI**

- Numero dei servizi digitali offerti
- Numero delle transazioni digitali

**CYBERSECURITY, SICUREZZA
INFORMATICA E PRIVACY**

- GRI 418 Privacy dei clienti

**QUALITÀ
E CUSTOMER EXPERIENCE**

- Qualità del Servizio Universale
- Esperienza dei clienti negli Uffici Postali
- Reclami dei clienti per tipologia
- Soddisfazione dei clienti
- Conciliazioni

**INTEGRAZIONE ESG NELLE
POLITICHE DI ASSICURAZIONE**

- FS 11 Percentuale degli investimenti sottoposti a *screening* negativo e/o positivo su aspetti sociali/ambientali

Le Politiche di Sostenibilità del Gruppo

L'integrazione della Sostenibilità all'interno del sistema normativo dell'Azienda ha portato alla definizione delle seguenti politiche.

Politiche di Sostenibilità adottate da Poste Italiane

POLITICHE DEL GRUPPO POSTE ITALIANE	OBIETTIVI DELLA POLITICA
Strategia fiscale	La Strategia si configura quale insieme di principi e regole volti a promuovere la diffusione di valori di onestà, correttezza e di osservanza della normativa tributaria favorendo, in tal modo, lo sviluppo di comportamenti collaborativi e trasparenti nei confronti dell'Amministrazione Finanziaria e dei terzi, al fine di minimizzare ogni impatto sostanziale in termini di rischio sia esso fiscale o reputazionale.
Politica aziendale in materia di salute e sicurezza sul lavoro	La Politica definisce i principi e le modalità attuate dal Gruppo per tutelare e promuovere il benessere psicofisico delle persone attraverso la prevenzione, la diffusione della cultura sulla sicurezza e l'implementazione di sistemi di gestione.
Politica Integrata	La Politica contiene l'impegno al rispetto puntuale delle norme vigenti: ISO 37301:2021 per la gestione della <i>compliance</i> , UNI EN ISO 9001:2015 per la gestione della qualità, ISO 45001:2018 per la gestione della salute e sicurezza sul lavoro, ISO 37001:2016 per prevenire fattispecie che potrebbero concretizzarsi in reati potenziali e/o reali di corruzione, della ISO/IEC 27001:2013 e ISO/IEC 20000-1:2018 rispettivamente per la gestione della sicurezza delle Informazioni e per la gestione dei sistemi informativi a supporto dei processi aziendali.
Politica sulle iniziative per la comunità	La Politica contiene l'impegno a rispondere ai bisogni sociali del territorio e del Paese con integrità e trasparenza, secondo procedure che hanno l'obiettivo di garantire l'efficacia delle iniziative supportate, evitando ogni possibile conflitto di interesse.
Policy aziendale in materia di protezione dei dati personali	La Politica del Gruppo Poste Italiane evidenzia come la protezione dei dati personali sia un valore fondamentale a cui ogni Società del Gruppo deve ispirarsi nella propria attività quotidiana. Il Gruppo tutela e promuove la salvaguardia dei dati personali e dei diritti degli interessati, attraverso politiche e campagne di informazione e di sensibilizzazione per la tutela dei dati.
Politica di Sostenibilità Ambientale	La Politica definisce i principi generali, gli obiettivi e le modalità di gestione degli impatti ambientali del Gruppo e sancisce l'impegno di Poste Italiane a promuovere, nella sua catena del valore, un uso efficiente delle risorse naturali e un'attenzione alla ricerca di soluzioni innovative, a tutela della salvaguardia dell'ambiente.
Politica di Investimento Responsabile del Gruppo Poste Vita	Attraverso la Politica di Investimento Responsabile, Poste Vita definisce i principi che consentono di includere considerazioni ESG nella gestione delle proprie attività d'investimento, contribuire positivamente agli impatti che gli emittenti, presenti nei propri portafogli finanziari, hanno sulla comunità e aderire concretamente a principi e linee guida riconosciute a livello nazionale ed internazionale per l'integrazione di criteri di Sostenibilità nei tradizionali processi di investimento.
Politica di Assicurazione Responsabile del Gruppo Poste Vita	Attraverso la Politica di Assicurazione Responsabile, Poste Vita definisce i principi che consentono di includere considerazioni di aspetti ESG nella gestione delle proprie attività assicurative e aderire concretamente ai principi e alle linee guida riconosciute a livello nazionale ed internazionale per l'integrazione di criteri di Sostenibilità nei tradizionali processi assicurativi.
Politica di Investimento Responsabile di BancoPosta Fondi S.p.A. SGR	Attraverso la Politica di Investimento Responsabile, BancoPosta Fondi SGR definisce principi che consentano di includere considerazioni ESG nella gestione delle proprie attività d'investimento, contribuire positivamente agli impatti che le controparti presenti nei propri portafogli finanziari hanno sulla comunità e aderire concretamente a principi e linee guida riconosciute. La politica è stata aggiornata a gennaio 2021.

POLITICHE DEL GRUPPO POSTE ITALIANE	OBIETTIVI DELLA POLITICA
Linea Guida per l'investimento in settori sensibili BancoPosta Fondi SGR	La Linea Guida per l'investimento in settori sensibili di BancoPosta Fondi SGR definisce misure per individuare, valutare e monitorare l'esposizione ad attività che presentano un rischio intrinseco rilevante dal punto di vista ESG, consentendo quindi di incorporare aspetti di natura ambientale, sociale e di <i>governance</i> nel processo d'investimento.
Linea Guida in materia di esercizio del diritto di voto ed attività di <i>engagement</i> BancoPosta Fondi SGR	La Linea Guida della SGR definisce misure e procedure per esercitare i diritti di voto conformemente ai principi di riferimento affermati in ambito nazionale e internazionale e promuovere la corretta gestione di tematiche ESG attraverso un proficuo dialogo con gli emittenti dei titoli presenti nei propri portafogli finanziari.
Linea Guida Politica di Gestione del Dialogo con la Generalità degli azionisti di Poste Italiane S.p.A. – <i>Engagement Policy</i>	L'obiettivo della Politica è quello di disciplinare la gestione del dialogo con Investitori e altri Operatori di Mercato adottata da Poste Italiane, con riferimento alle molteplici forme di <i>engagement</i> che la Società pone in essere, sia che esse riguardino le attività ordinariamente gestite dalle competenti funzioni aziendali (es. tenuta del sito <i>internet</i>), sia che contemplino un dialogo diretto con i componenti del Consiglio di Amministrazione (c.d. " <i>Shareholder-Director Engagement</i> ").
Linea Guida per l'investimento in settori sensibili del Gruppo Poste Vita	La Linea Guida per l'investimento in settori sensibili di Poste Vita S.p.A. definisce misure per individuare, valutare e monitorare l'esposizione ad attività che presentano un rischio intrinseco rilevante dal punto di vista ESG, consentendo quindi di incorporare aspetti di natura ambientale, sociale e di <i>governance</i> nel processo d'investimento.
Linea guida in materia di esercizio del diritto di voto ed attività di <i>engagement</i> del Gruppo Poste Vita	La Linea Guida della Compagnia definisce misure e procedure per esercitare i diritti di voto conformemente ai principi di riferimento affermati in ambito nazionale e internazionale e promuovere la corretta gestione di tematiche ESG attraverso un proficuo dialogo con gli emittenti dei titoli presenti nei propri portafogli finanziari.
Politica in materia di diversità degli organi di amministrazione e controllo di Poste Italiane	Il documento fornisce indicazioni in ordine ad aspetti di diversità dei componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale quali, l'età, il genere, l'etnia, la provenienza geografica, il percorso formativo e professionale.
Politica aziendale in materia di tutela e protezione dei Diritti Umani	La Politica definisce un approccio chiaro sul tema dei diritti umani, più ampio di quello previsto dalla legge e che consente di monitorare e gestire rischi e opportunità legati ai diritti umani in tutte le loro forme, anche confermando l'impegno del Gruppo a perseguire un'attività di investimento e di gestione socialmente responsabile.
<i>Policy Diversity and Inclusion</i>	La Politica indica come il Gruppo Poste Italiane si sia impegnato nel sostegno dei valori della diversità e dell'inclusione attraverso l'adozione di meccanismi societari, organizzativi e gestionali improntati al rispetto dei diritti e della libertà delle persone. In tale direzione, il percorso intrapreso mira ad evolvere le modalità di presidio delle tematiche legate alla diversità, passando da un approccio volto alla tutela ed integrazione della " <i>diversity</i> " a una strategia proattiva per il superamento di ogni stereotipo culturale e per identificare e risolvere i fattori che impediscono alle persone l'inclusione lavorativa.
Linea Guida di <i>compliance</i> per la tutela della concorrenza e del consumatore	La Linea Guida intende assicurare il rispetto delle regole in materia di concorrenza e di tutela del consumatore, rafforzare la consapevolezza dell'importanza delle normative a riguardo, consolidare un ambiente operativo e di controllo volto a mitigare il rischio di illeciti <i>antitrust</i> e anticoncorrenziali, fornire una guida per prevenire azioni, comportamenti, omissioni che violino le normative di tutela della concorrenza e di tutela dei consumatori, delineare strumenti di monitoraggio che consentano di individuare eventuali violazioni.

Il Piano Strategico *Environmental, Social e Governance* (ESG) del Gruppo

Il Piano Strategico ESG di Poste Italiane si struttura in 8 Pilastri relativi agli ambiti ESG rilevanti per il Gruppo. L'analisi di materialità, tenutasi durante il *Multistakeholder Forum*, ha consentito l'identificazione dei temi rilevanti per il *management* aziendale e per gli *stakeholder*, da inserire all'interno della Strategia di Sostenibilità di Gruppo. Ogni Pilastro comprende obiettivi e *target* specifici che contribuiscono al raggiungimento dei "Sustainable Development Goals" (SDGs) delle Nazioni Unite. Per la trattazione degli obiettivi, modalità di gestione e *performance* conseguiti all'interno dei Pilastri del Piano Strategico ESG del Gruppo si rimanda al capitolo 6 "Creazione di Valore". Tale Piano Strategico ESG risulta essere perfettamente integrato all'interno del nuovo Piano Industriale di Gruppo, definito a marzo 2021 e aggiornato a marzo 2022 in "2024 *Sustain & Innovate Plus*", permettendo all'Azienda di creare valore condiviso per le comunità in cui opera nel conseguimento dei propri obiettivi di *business*.

Il Piano "2024 *Sustain & Innovate Plus*" mira a conseguire una crescita responsabile e accompagnare il percorso di Sostenibilità e di inclusione sociale del Paese. Nel definire le scelte di investimento del Piano Strategico è stato valutato anche il contributo di ciascun intervento agli 8 Pilastri di Sostenibilità del Gruppo.

Nel 2021 Poste Italiane ha modificato il nome dei due Pilastri Sostegno al territorio e al Paese e Decarbonizzazione immobili e logistica al fine di riflettere l'approccio più ampio adottato dal Gruppo rispetto alle due tematiche. Rispettivamente, la ride-nominazione del pilastro "Sostegno al territorio e al Paese" in "Valore al territorio" è strettamente correlata ad una migliore rappresentazione del commitment di Poste Italiane. Il Gruppo, infatti, non si limita a sostenere il territorio in cui opera ma si impegna costantemente nella creazione e nell'erogazione di valore condiviso anche in relazione al raggiungimento degli SDGs. Il passaggio da "Decarbonizzazione immobili e logistica" a "Transizione *green*" è avvenuto in considerazione della rinnovata strategia *green* di Poste Italiane che ha l'ambizione di accelerare il processo di transizione energetica in particolar modo attraverso la cosiddetta *Green Challenge* che comprende l'ingresso nel mercato *energy* con un'offerta 100% da fonti rinnovabili e la compensazione delle emissioni di CO₂ tramite lo sviluppo di strumenti ad hoc, traghettando così il Paese nel raggiungimento degli obiettivi 2030 di *carbon neutrality*. Il nuovo nome "Transizione *green*" trasmette al meglio l'innovativa filosofia d'impresa *green* adottata dal Gruppo, ovvero, un approccio olistico che incorpora tutti i prodotti, i servizi e i processi di Poste Italiane. Tali rivisitazioni dei *naming* dei due Pilastri sono state realizzate anche in funzione di quanto emerso durante la quinta edizione del *Forum Multistakeholder*, per via della maggiore rilevanza attribuita alle tematiche ambientali e alle tematiche relative alla creazione di valore condiviso per la comunità.

Pagina volutamente lasciata in bianco

I Pilastri del Piano Strategico ESG di Poste Italiane a supporto del Piano “2024 Sustain & Innovate Plus”

1 Integrità e trasparenza



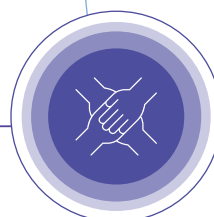
CORRISPONDENZA,
PACCHI
E DISTRIBUZIONE

2 Valorizzazione delle persone



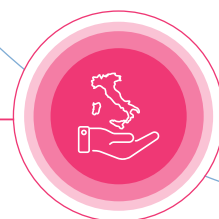
2024 SUSTAIN

3 Diversità e inclusione



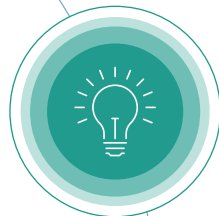
SERVIZI
ASSICURATIVI

4 Valore al territorio

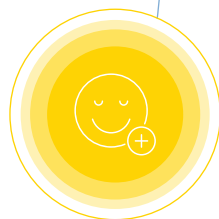




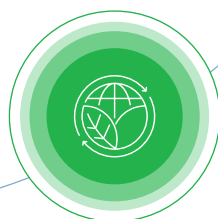
PAGAMENTI
E MOBILE



& INNOVATE PLUS

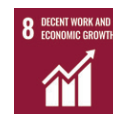


SERVIZI
FINANZIARI



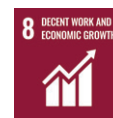
Finanza **sostenibile**

8



Innovazione

7



Customer *experience*

6



Transizione **green**

5



Al fine di proporre una strategia al passo con l'evoluzione del contesto globale in materia ESG, Poste Italiane è parte di un *network* di associazioni che operano in ambito nazionale e internazionale. Tale *network* si pone l'obiettivo di ricercare continui stimoli ed occasioni di confronto riguardo i temi di Sostenibilità.



UN Global Compact: è la più grande iniziativa di Sostenibilità corporativa al mondo. Un appello alle aziende per allineare strategie e operazioni ai principi universali in materia di diritti umani, lavoro, ambiente e anticorruzione e intraprendere azioni che promuovano gli obiettivi della società. È un'iniziativa volontaria per attuare i principi di Sostenibilità universale e adottare misure per sostenere gli obiettivi delle Nazioni Unite.



Principles for Responsible Investment: i PRI sono un insieme di sei principi che indicano le principali azioni da svolgere per l'investitore e offrono strumenti specifici (es. *framework*, linee guida) finalizzati all'integrazione di fattori di natura ambientale, sociale e di *governance* (ESG) all'interno delle politiche di investimento tradizionali.



Principles for Sustainable Insurance: i PSI sono un'iniziativa ad adesione volontaria, supportata dalle Nazioni Unite, con lo scopo di affrontare i rischi e le opportunità connessi a tematiche ESG nel settore assicurativo. Lanciati nel 2012, i PSI sono allineati e costituiscono un completamento dei principi del UN Global Compact.



UN Women: è l'entità delle Nazioni Unite dedicata all'uguaglianza di genere e all'*empowerment* delle donne. *UN Women* è stata istituita per accelerare i progressi nel soddisfare le loro esigenze in tutto il mondo. Supporta gli Stati membri delle Nazioni Unite mentre definiscono gli *standard* globali per raggiungere l'uguaglianza di genere e collabora con i governi e le società civili per progettare leggi, politiche, programmi e servizi necessari per garantire che gli *standard* siano attuati efficacemente e vadano davvero a beneficio delle donne e delle ragazze di tutto il mondo.



Salone CSR: è il più importante evento in Italia dedicato alla Sostenibilità. È un'occasione per condividere idee e trovare percorsi comuni attraverso decine di incontri, centinaia di relatori e migliaia di visitatori. Il Salone permette di conoscere le imprese che hanno fatto della Sostenibilità un *driver* strategico, incontrare i giovani, contribuire a costruire il futuro della CSR. Il Salone si svolge per due giorni, che sono intensi grazie a un ricco programma culturale, molti appuntamenti stimolanti, tante occasioni per fare *networking*.



Sodalitas: fondazione che nasce nel 1995 su iniziativa di Assolombarda, come prima realtà a promuovere la Sostenibilità d'impresa in Italia, contribuendo all'evoluzione del ruolo dell'impresa come attore sociale e non solo economico, mettendo al servizio della società civile i punti di forza della cultura d'impresa. Realtà unica nel Paese, perché capace di unire l'impegno di oltre 100 imprese *leader* e di un gruppo di *manager* volontari e punto di riferimento delle aziende che considerano la Sostenibilità una dimensione strategica fondamentale, si accredita come il *partner* delle Istituzioni Europee per attuare in Italia l'Agenda sulla Sostenibilità; si distingue per la capacità di realizzare iniziative *multi-stakeholder* con cui generare valore sociale condiviso.



Anima per il Sociale: associazione che riunisce un gruppo di *manager* e aziende con la missione di diffondere tra le imprese del territorio la cultura della responsabilità sociale d'impresa e della Sostenibilità, sul piano economico, sociale e ambientale. La *partnership* consente al Gruppo di accedere al *network* dell'associazione – costituito da grandi imprese, associazioni, onlus, enti ed istituzioni – di tenersi aggiornato attraverso attività di monitoraggio, comunicazione e formazione, nonché partecipando ad iniziative ed eventi in tema di *Corporate Social Responsibility*.



CSR Manager: *network* costituito da professionisti che presso ogni tipo di organizzazione (imprese, fondazioni d'impresa, società professionali, Pubblica Amministrazione, enti *non profit*) si dedicano alla gestione delle problematiche socio-ambientali e di Sostenibilità connesse alle attività aziendali. La rete associativa offre l'opportunità di partecipare ai convegni organizzati, accedere ai documenti e agli studi elaborati dal *network* e condividere *best practice* con gli altri associati.



Valore D: nata nel 2009, è la prima associazione di imprese che promuove la diversità, il talento e la *leadership* femminile a sostegno di un maggior equilibrio di genere all'interno delle 150 organizzazioni associate. Tale collaborazione permette a Poste Italiane, in qualità di socio sostenitore dal 2012, di partecipare attivamente a programmi e laboratori organizzati dall'Associazione, oltre che di prendere parte a *benchmark* e allo scambio di *best practice* sui temi del *diversity management*, della conciliazione dei tempi di vita lavorativa e tempi di vita privata e familiare e del *welfare*.



ASPHI: organizzazione che promuove da oltre 30 anni l'integrazione di persone disabili nella scuola, nel lavoro e nella società attraverso l'uso della tecnologia ICT. La collaborazione con Poste Italiane è consolidata da diversi anni in relazione all'adesione a programmi di inclusione e valorizzazione dei disabili nei contesti aziendali.

Il Percorso di Sostenibilità di Poste Italiane

La Sostenibilità per il Gruppo Poste Italiane è una componente integrante delle attività, dei processi e della strategia dell'Azienda, rappresentando quindi un *driver* essenziale nelle scelte strategiche e finanziarie del Gruppo.

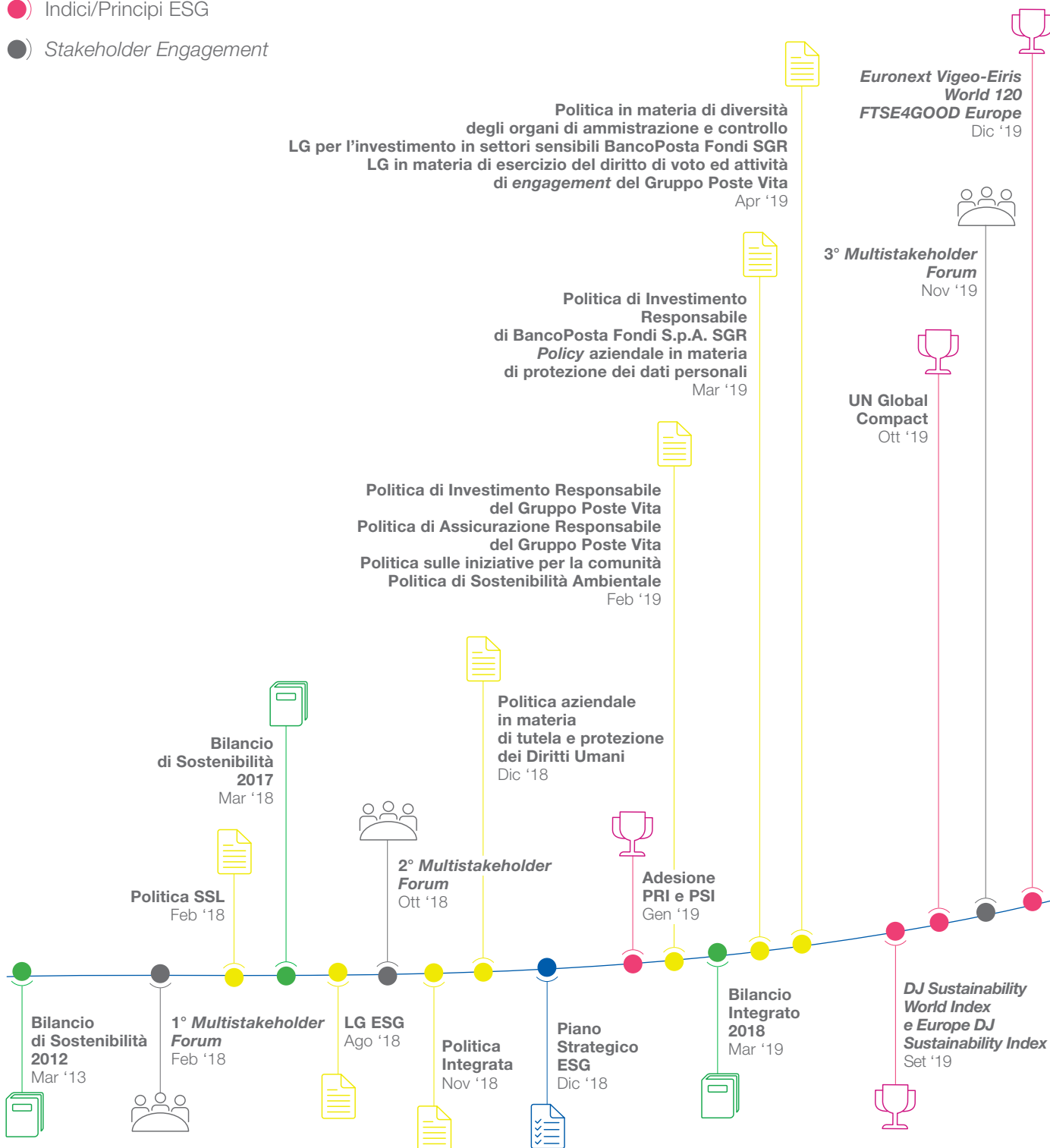
A testimonianza dell'importanza attribuita alla Sostenibilità, negli anni il Gruppo ha intrapreso un ambizioso percorso volto al consolidamento della propria strategia di Sostenibilità incentrata sulla creazione di valore condiviso per gli *stakeholder* del Gruppo e sulla propria crescita reputazionale.

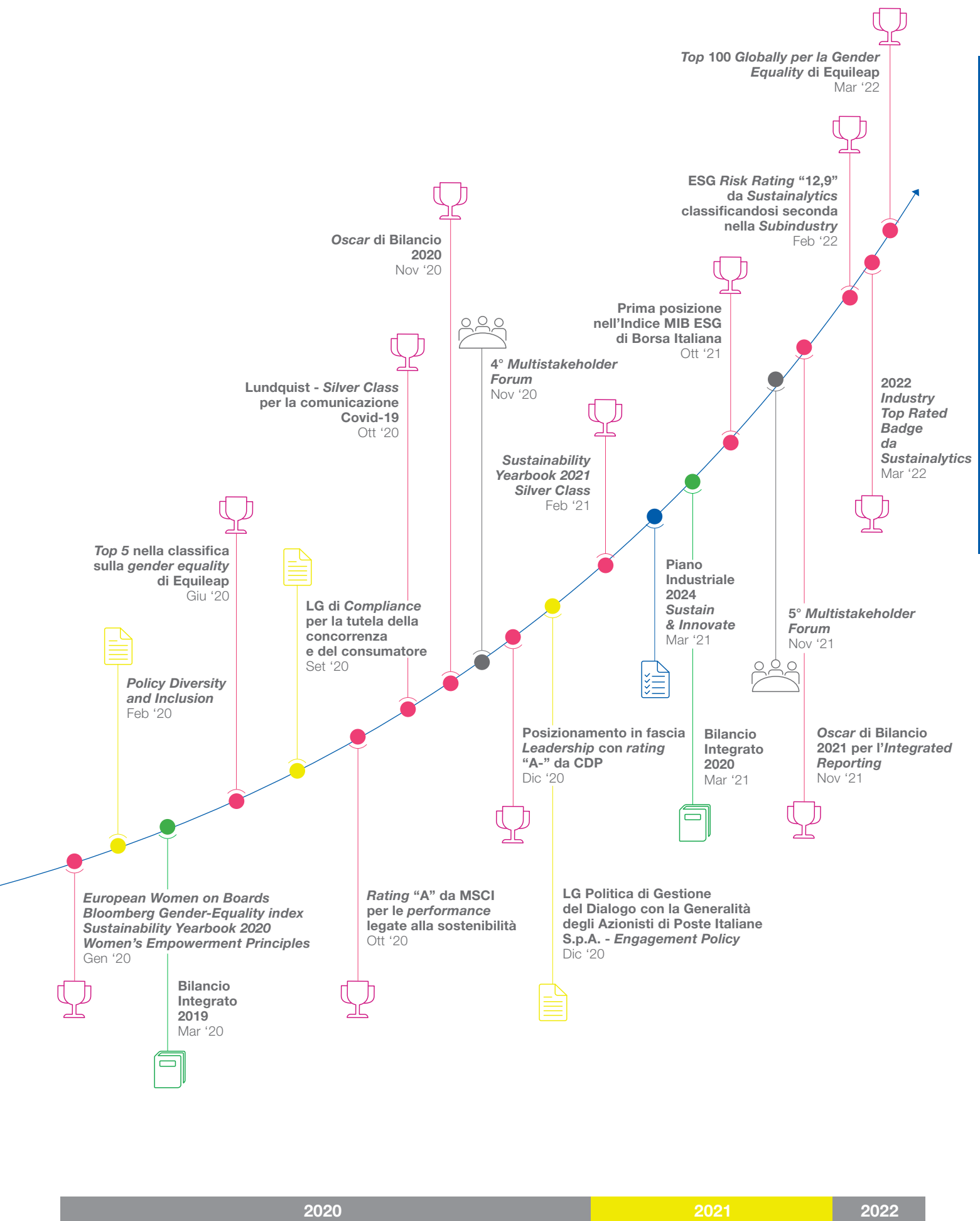
Al tempo stesso, Poste Italiane si è impegnata nel diffondere una cultura aziendale permeata dalle tematiche di Sostenibilità, che trovano attuazione concreta grazie alla declinazione di tre principali direttrici – *Reporting*, *Strategia* e *Governance*. L'impegno messo in campo ha consentito il conseguimento nel breve termine di importanti trasformazioni evolutive e il raggiungimento di numerosi e prestigiosi traguardi nazionali ed internazionali.

PRINCIPALI CAPITALI COLLEGATI



-  Reporting
-  Policy/Linee Guida
-  Piano Strategico
-  Indici/Principi ESG
-  Stakeholder Engagement





2020

2021

2022

Il valore della reputazione e gli Indici di Sostenibilità in cui è presente Poste Italiane

Consapevole che la creazione di valore si basa sempre più su capitali intangibili, Poste Italiane considera la reputazione un *asset* fondamentale capace di indirizzare le decisioni dei propri *stakeholder*. Una buona reputazione aziendale, infatti, non solo rafforza la fiducia nei suoi confronti ma ne accresce la competitività. Durante la pandemia da Covid-19, che ha segnato uno dei momenti più difficili della storia democratica italiana, il Gruppo ha confermato la propria vocazione tradizionale di vicinanza al territorio portando avanti una serie di iniziative eccezionali e avviandone numerose altre. Ad esempio, il Gruppo ha continuato l'attività di pagamento anticipato delle pensioni con turnazioni in ordine alfabetico, potenziando inoltre i canali elettronici per consentire il pagamento delle pensioni a distanza, ha dato seguito all'accordo con l'Arma dei Carabinieri per la consegna a domicilio della pensione agli *over 75* e ha continuato la collaborazione con le Istituzioni nella distribuzione delle mascherine alla popolazione.

A testimonianza dell'impegno e dell'efficacia delle scelte strategiche intraprese, il Gruppo ha ricevuto negli ultimi anni molteplici premi e riconoscimenti che hanno contribuito a rafforzarne l'immagine e la reputazione.

Premi e riconoscimenti ESG

Top Employer Italia 2022



Poste Italiane è azienda *Top Employer Italia 2022*, per il terzo anno consecutivo. Il prestigioso riconoscimento è stato assegnato a Poste Italiane dal *Top Employers Institute*, l'ente certificatore globale dell'eccellenza delle pratiche *HR*.

Poste Italiane scala il *Brand Finance Global 500*



Poste Italiane scala il *Brand Finance Global 500*, la classifica che comprende i 500 marchi a maggior valore finanziario in tutto il mondo. Nel 2022, Poste Italiane si è classificata 266° dopo aver risalito 51 gradini del *ranking*, con una valorizzazione da 7,8 miliardi di dollari (quasi 7 miliardi di euro) a +26% e un *brand* più forte del 2,5% in termini di influenza, attrattività e solidità.

1° nella Top 100 mondiale dei *brand* assicurativi



Per il secondo anno consecutivo Poste Italiane conquista il primo posto per forza del marchio nell'*"Insurance 100"*, la graduatoria mondiale del settore assicurativo stilata da *Brand Finance*, società leader nella valutazione economica dei *brand*. Poste Italiane ha ottenuto il primato nella comparazione globale tra i marchi del settore assicurativo con il punteggio di 86,2 (in aumento rispetto all'anno scorso) e il *rating* corrispondente di AAA sulla base della valutazione dell'indicatore di forza *Brand Strength Index* (BSI), elaborato da *Brand Finance* per analizzare l'efficacia dell'immagine e della reputazione, la gestione e gli investimenti che influenzano il marchio, la vicinanza al cliente, la soddisfazione dei dipendenti e il ritorno economico.

Postepay Digital prodotto dell'anno



Nel 2022, Postepay Digital ha ricevuto il premio "Elettto Prodotto dell'Anno 2021" nella categoria "servizi pagamenti *smart*" come prima carta *full digital* facilmente richiedibile tramite l'app Postepay. Questo premio è un importante riconoscimento della capacità di innovazione di Poste Italiane, che ha saputo realizzare prodotti *leader* di mercato, centrali nella vita dei clienti.

Postepay Digital vince l'*Interactive Key Award* 2021

INTERACTIVE KEY AWARD 2021

La campagna pubblicitaria realizzata per il lancio commerciale della Postepay Digital vince l'*Interactive Key Award* nella categoria *Display Advertising*. Il premio, uno dei più prestigiosi a livello italiano, è dedicato alla comunicazione pubblicitaria *all digital* su *Web/Mobile* e viene riconosciuto alle Aziende che nel corso dell'anno si sono distinte con progetti di comunicazione creativi ed innovativi.

Leader nella comunicazione *media*



Dopo aver ottenuto nel 2020 lo *special Prize "Bic-Best in Media Communication"* nella sezione CSR (*Corporate Social Responsibility*), nel 2021 Poste Italiane si conferma tra le 21 aziende premiate per l'impatto della loro comunicazione aziendale con il BIC, la certificazione ideata da *Fortune Italia* ed Eikon *Strategic Consulting*. Per la categoria "*Corporate*" Poste Italiane ha vinto con Tg Poste che racconta quotidianamente l'Azienda e il suo ruolo sempre più centrale a sostegno del Paese.

3° posizione



Nell'ambito della ventesima edizione italiana della ricerca "Webranking", condotta da Lundquist in collaborazione con Comprend, sulla qualità e la trasparenza dell'attività di comunicazione digitale delle aziende, Poste Italiane si colloca in terza posizione, salendo per la prima volta sul podio, scalando 261 posizioni in 5 anni. Il Gruppo ha anche ottenuto il primo posto tra le aziende del settore assicurativo, ottenendo le "5 stars", il secondo posto nella sezione *Investor Relations* e il secondo posto nella sezione carriere.

Poste al top per i giovani



Poste Italiane è stata riconosciuta come una tra le aziende più attrattive per gli studenti nel mercato del lavoro in Italia dalle classifiche "Most Attractive Employer 2021 – Studenti". Il Gruppo, negli studi curati da *Universum Global*, società svedese leader nell'*employer branding*, è in ventunesima posizione nel segmento "Business", in decima posizione nell'ambito delle discipline legali e in diciottesima posizione nel ranking "Humanities/Liberal Arts/Education students".

Oscar di Bilancio



Poste Italiane si è aggiudicata il Premio Speciale Oscar di Bilancio 2021 per l'"Integrated reporting", che premia le aziende più efficaci e trasparenti nell'integrare la comunicazione sul *business* con la rendicontazione dei risultati in tema di politiche ambientali, sociali e di governo d'impresa (ESG). Il riconoscimento segue la vittoria dell'Oscar di Bilancio per la sezione "Grandi imprese" assegnato nel 2020 a Poste Italiane come azienda più virtuosa per qualità e trasparenza della comunicazione finanziaria e per la cura dei rapporti con gli *stakeholder*.

Primo posto al
Financial Innovation-Italian Award

Nel 2021 BancoPosta si è aggiudicata il primo posto nella categoria "Investment Advisory" al "Financial Innovation – Italian Awards" promosso dall'Associazione Italiana *Financial Innovation*, per il progetto "La Consulenza 4.0". Il premio, che si basa sui principi di indipendenza, obiettività ed eticità ed è aperto a tutte le istituzioni finanziarie, è un osservatorio e un riconoscimento annuale che ha lo scopo di promuovere il ruolo dell'innovazione nel settore bancario, assicurativo e finanziario.

European Funds Trophy 2021
a BancoPosta Fondi SGR

BancoPosta Fondi SGR si è aggiudicata il premio *European Funds Trophy 2021* come "Best Italian Asset Management Company" per la categoria da 4 a 7 fondi con rating *FUNDCLASS*. Il riconoscimento, giunto alla 15a edizione, è un premio dei Fondi Comuni d'Investimento europei che viene assegnato annualmente da *FUNDCLASS*, società parigina di analisi tecnica quantitativa che analizza quasi 80 mila fondi di investimento commercializzati in Europa, e da un gruppo di testate giornalistiche europee sulla base della qualità della gestione dei fondi in un periodo di almeno 4 anni.

Premiato il prodotto "Poste Vivere Protetti" di Poste Assicura



Nel 2021 il prodotto Poste Vivere Protetti della società del Gruppo Poste Assicura è stato riconosciuto con il premio "2021 *Celent Model Insurer Award for Customer Experience Transformation*", per la sua capacità di offrire ai clienti un'offerta multicanale che raggruppi tutte le coperture in un'unica polizza.

Poste Italiane tra i migliori datori
di lavoro per le donne

A seguito dell'analisi condotta dall'Istituto Tedesco Qualità ITQF in collaborazione con il *Media Partner* La Repubblica Affari&Finanza, il Gruppo Poste Italiane ha ottenuto il riconoscimento "Italy's Best Employers for Women 2021", figurando come uno dei 200 migliori datori di lavoro per le donne in Italia.

Primati nelle classifiche
di Comscore

Nel 2021 Poste Italiane si è classificata in prima posizione nella classifica italiana stilata da Comscore per aver registrato il maggior numero di utenti unici mensili (33 milioni nel mese di gennaio) che accedono ai Servizi Finanziari tramite il sito *web* e le app del Gruppo. Sempre nel 2021, la stessa Comscore ha riconosciuto a Poste Italiane il primato alle app Ufficio Postale e Poste ID, classificandole in cima alla classifica *Top 10* di quelle più utilizzate dagli italiani.

LinkedIn – Best Talent Acquisition Team



Poste Italiane è stata premiata come “Best Talent Acquisition Team – above 20.000 employees on LinkedIn” per aver adottato soluzioni innovative nella ricerca di risorse ad alto potenziale nell’ambito dei LinkedIn Talent Awards 2021. Inoltre, Poste è stata inclusa tra le aziende finaliste nella categoria “Diversity Champion – above 20,000 employees on LinkedIn”, per essersi distinta nell’aver avviato e ispirato conversazioni significative sui temi della diversità e dell’inclusione.

NoidiPoste premiata da Intranet Italia Champions



Poste Italiane è stata premiata nell’ambito di “Intranet Italia Champions”, l’evento annuale promosso e organizzato da Intranet Management e Ariadne Digital, dedicato alle iniziative e alle funzionalità più innovative introdotte attraverso le intranet aziendali. L’Azienda è stata premiata nella categoria “Applicazioni e Servizi Online” per l’app NoidiPoste per aver implementato da mobile una serie di servizi e processi diventando un punto di contatto unico tra l’Azienda e i dipendenti.

Poste Italiane premiata al Touchpoint Awards 2021



NoidiPoste ha vinto il premio di miglior progetto nella categoria *mobile marketing* nell’ambito dei Touchpoint Awards Engagement. Il riconoscimento, organizzato da Oltre La Media Group, editore di Touchpoint, è dedicato ai migliori progetti di comunicazione in ambiti che vanno dalla comunicazione interna all’employer branding, dagli eventi alle campagne sui social media. Inoltre, nell’ambito dei Touchpoint Awards Strategy 2021, Poste Italiane è stata premiata nuovamente per la campagna di lancio di Poste Delivery nella categoria “The Best New Brand”.

Poste Italiane premiata agli ASCAI Media Awards 2021

ASCAI MEDIA AWARDS 2021

Poste Italiane è stata premiata per la “Digital multichannel strategy”, ossia la strategia digitale multicanale, massimo riconoscimento degli ASCAI Media Awards, promossi dall’Associazione dei Comunicatori d’Impresa e aperti a tutte le aziende che intendono far conoscere i propri strumenti di comunicazione. Altri due premi sono andati all’app NoidiPoste, che ha ottenuto il primo posto nella categoria “social media/customer media” e al TG Poste, il telegiornale aziendale, per la categoria “web TV”.

NoidiPoste premiata al Digital Communication Awards



Per l’anno 2021 l’app NoidiPoste si è classificata al secondo posto nella categoria *Internal Channel (Intranet, Digital Workplace & App)* confermando la sua capacità di innovarsi e di rispondere alle molteplici esigenze della popolazione aziendale. Oltre 400 le candidature pervenute per circa 30 categorie che spaziano tra la ricerca di brand all’innovazione. I Digital Communication Awards, lanciati nel 2011 dalla Quadriga University of Applied Sciences sono una competizione di comunicazione online sia a livello di realizzazione pratica che a livello accademico.

Nel corso del 2021 Poste Italiane ha affermato la propria presenza in importanti indici di Sostenibilità che costituiscono validi parametri sia in termini di comunicazione dei risultati agli *stakeholder*, sia per la valutazione ed eventuale miglioramento della *performance* interna al Gruppo.

Questi, infatti, vengono utilizzati come strumenti di riferimento da azionisti e *stakeholder* per il confronto delle prestazioni aziendali in relazione a tematiche ESG rispetto ad altri attori di mercato. Inoltre, gli indici sono oggetto di analisi interna a capo del *management* aziendale nell’ottica di sviluppo di piani di investimento sostenibile per il Gruppo.

Indici di Sostenibilità in cui è presente Poste Italiane

	Nel 2021 Poste Italiane ha confermato la propria presenza per il terzo anno consecutivo all'interno del Dow Jones Sustainability World Index (DJSI) e del più <i>selettivo</i> Dow Jones Sustainability Europe Index.
	Poste Italiane è entrata per il terzo anno consecutivo nei prestigiosi indici di Sostenibilità FTSE4Good. Gli indici FTSE4Good Europe e FTSE4Good <i>Developed</i> includono le aziende che si distinguono per una gestione trasparente e l'applicazione di criteri ESG. L'Azienda si è distinta in particolar modo nelle categorie: <i>Human Rights & Community</i>; <i>Labour Standards</i>; <i>Corporate Governance</i> e <i>Anti-Corruption</i>.
	L'Azienda si è posizionata, per il secondo anno consecutivo, all'interno della fascia "<i>Leadership</i>" con <i>rating A-</i> della classifica annuale stilata da CDP (ex Carbon Disclosure Project), distinguendosi per la capacità di rendicontare le emissioni, per le iniziative introdotte in funzione della riduzione del proprio impatto ambientale e per l'adozione di soluzioni adeguate di pianificazione strategica e di gestione dei rischi e delle opportunità legate al clima, con riferimento all'intera catena del valore.
	Poste Italiane si colloca al primo posto sia nella classifica complessiva "<i>Universo</i>", sia nella sezione "<i>Transport&Logistics</i>", consolidando la propria presenza nell'indice <i>Euronext Vigeo-Eiris World 120</i> e negli indici regionali <i>Euronext Vigeo Eurozone 120</i> e <i>Europe 120</i>.
	A partire da ottobre 2021, Poste Italiane è presente all'interno del nuovo indice di <i>Euronext MIB ESG</i>, figurando prima tra le società <i>best performer</i>. Il MIB ESG rappresenta il primo indice <i>blue-chip</i> per l'Italia dedicato alla Sostenibilità, combinando elementi di <i>performance</i> economica con valori <i>Environmental, Social</i> e <i>Governance</i> (ESG).
	A febbraio 2022 l'Azienda ha ottenuto da parte di <i>Sustainalytics</i> un <i>ESG Risk Rating</i> pari a 12,9 (<i>Low risk</i>), classificandosi seconda a livello <i>Universe</i> nella <i>subindustry Air Freight and Logistics</i>.
	Nel 2022 Poste Italiane è stata riconosciuta da <i>Sustainalytics</i> come <i>top ESG performer 2021</i> su un panel che conta oltre 4.000 aziende valutate a livello mondiale, ottenendo il 2022 <i>Industry Top-Rated Badge</i>. Il Gruppo è una delle 18 realtà a livello globale ad aver ottenuto tale riconoscimento nella <i>industry Transportation</i>.
	Poste Italiane è stata confermata per il terzo anno consecutivo nel <i>Bloomberg Gender Equality Index</i> (GEI), l'indice di riferimento mondiale sulla parità di genere. L'Azienda ha migliorato la propria <i>performance</i> rispetto al 2020, ottenendo ancora una volta uno <i>score</i> ben al di sopra del punteggio medio delle società valutate all'interno del GEI, che include 418 aziende, appartenenti a 11 settori produttivi con una capitalizzazione di mercato combinata di 16 trilioni USD, con sede in 45 paesi e regioni.
	Nel 2022 il Gruppo è entrato nella Top 100 della classifica globale sulla parità di genere stilata da Equileap. In particolare, Poste Italiane è tra i 19 gruppi a livello mondiale che hanno superato il <i>gender pay gap</i>, nonché tra le 5 aziende italiane che sono rientrate nella classifica globale e prima nel settore <i>financial</i>.
	Poste Italiane conferma la propria presenza nell'edizione 2022 del <i>Sustainability Yearbook</i> di S&P Global, l'Annuario di Sostenibilità che valuta le <i>performance</i> di Sostenibilità delle principali aziende a livello globale. Di 7.500 aziende valutate, il Gruppo rientra nel 10% di società selezionate per il <i>Sustainability Yearbook</i>.
	Il Gruppo di Poste Italiane ha confermato il proprio <i>rating</i> pari a 1, considerato il massimo della valutazione, negli ambiti <i>Environment</i> e <i>Social</i>, nel <i>Institutional Shareholder Services</i> Inc. (ISS).
	Poste Italiane ha confermato il <i>rating "A"</i> da MSCI una delle principali agenzie di valutazione delle <i>performance</i> legate alla Sostenibilità ESG, per i grandi progressi compiuti con riferimento alla sfera sociale.