

UNA RETE CHE UNISCE IL PAESE

Poste Italiane costituisce la più grande piattaforma integrata e omnicanale di servizi in Italia, attiva nei settori logistica, corrispondenza e pacchi, nei servizi finanziari e assicurativi, nei sistemi di pagamento e nel mercato della telefonia. Con 160 anni di storia, circa 120.000 dipendenti e 12.800 uffici postali, 582 miliardi di euro di attività finanziarie totali e 35 milioni di clienti, il Gruppo rappresenta una realtà unica per dimensioni, riconoscibilità, capillarità e fiducia da parte della clientela, e fornisce un importante contributo al tessuto economico, sociale e produttivo del Paese.

Le sue attività, che nel 2021 hanno prodotto un fatturato di 11,2 miliardi di euro, generano impatti significativi sull'economia nazionale in termini di Prodotto Interno Lordo (PIL), gettito fiscale, occupazione e reddito delle famiglie: nel 2021 il valore complessivo degli impatti diretti, indiretti e indotti sul PIL è stato di 12,5 miliardi di euro e in termini di gettito fiscale è stato di 2 miliardi di euro. E' possibile stimare, inoltre, che Poste Italiane abbia contribuito direttamente e indirettamente alla distribuzione di redditi ai lavoratori per un totale di 7,3 miliardi di euro, coinvolgendo lungo la filiera produttiva complessivamente 183mila lavoratori.

Poste Italiane nel marzo 2021 ha lanciato il nuovo Piano strategico *2024 Sustain & Innovate (24SI)* con l'obiettivo di massimizzare ulteriormente il valore della propria rete distributiva omnicanale e diventare il punto di accesso unico per tutte le esigenze degli oltre 35 milioni di clienti. Il Piano prevede Ricavi di Gruppo in crescita a 12,7 miliardi di euro nel 2024, una politica dei dividendi competitiva e sostenibile, e oltre 3 miliardi di euro di investimenti, la maggior parte dei quali per sostenere il processo di innovazione, di sviluppo sostenibile e trasformazione aziendale.

Con il Piano *2024 Sustain & Innovate*, il Gruppo punta a diventare il primo operatore nel settore dei pacchi e-commerce, intende consolidare la propria leadership nei pagamenti digitali ed essere il principale punto di riferimento dei clienti nei servizi finanziari e assicurativi. Il Piano, infine, rinnova l'impegno di Poste a supporto dei territori e del Paese, accanto alle Istituzioni, e mantiene la Sostenibilità al centro delle strategie, con l'obiettivo di rendere Poste Italiane un'azienda a zero emissioni entro il 2030.

Quotata alla Borsa di Milano dal 2015, Poste Italiane ha un flottante di circa il 35%; il 65% circa delle azioni è poi ripartito tra il Ministero dell'Economia e delle Finanze, che ne detiene una quota del 29,26%, e da Cassa depositi e prestiti che possiede una quota del 35%.

Da aprile 2017 Maria Bianca Farina è Presidente e Matteo Del Fante Amministratore Delegato e Direttore Generale. Da maggio 2020 Giuseppe Lasco è Condirettore Generale.

Poste Italiane - Risultati finanziari del primo trimestre 2022

Nel primo trimestre dell'anno Poste Italiane ha registrato una solida performance finanziaria, che apre la strada ad un 2022 di successo. Il modello di business diversificato adottato dal Gruppo ha continuato a produrre buoni risultati con una redditività operativa che è migliorata in tutti i settori, nonostante la perdurante incertezza del contesto macroeconomico. L'azienda al contempo ha continuato a fornire un importante contributo allo sviluppo economico e sociale del Paese mettendo a disposizione di famiglie, imprese, istituzioni e pubblica amministrazione la propria piattaforma di distribuzione omnicanale che mira a soddisfare le esigenze in continua evoluzione dei clienti e delle comunità.

E' proseguita la costante crescita dei **Ricavi di Gruppo**, pari a 3 miliardi di euro nel trimestre (+1,4% rispetto allo stesso periodo del 2021), dell'**Utile netto** che si è attestato a 495 milioni di euro (+10,6% anno su anno) e del **Risultato operativo** pari a 694 milioni di euro (+11,8% A/A).

I Ricavi del settore **Corrispondenza, Pacchi e Distribuzione** sono stati pari a 901 milioni di euro (in lieve calo rispetto al primo trimestre 2021: -2%), con i ricavi da corrispondenza invariati a 510 milioni di euro e quelli da pacchi in diminuzione del 9,5%, a 333 milioni di euro, per effetto di una riduzione dei volumi che, pur registrando valori ben al di sopra di quelli precedenti alla pandemia, hanno mostrato una fase di "normalizzazione" rispetto al livello eccezionalmente alto del primo trimestre 2021, conseguente alle misure di contenimento del virus Covid-19.

I Ricavi lordi totali dei **Servizi finanziari** (inclusi i ricavi da distribuzione) si sono attestati a 1,5 miliardi di euro nel primo trimestre 2022, sostanzialmente stabili a fronte di un minor contributo dalla gestione proattiva del portafoglio, parzialmente compensato dal risultato degli investimenti in crediti di imposta.

I Ricavi dei **Servizi Assicurativi** hanno raggiunto quota 529 milioni di euro. La crescita complessiva del settore è del 7,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con una raccolta netta del comparto assicurativo Vita pari a 2,6 miliardi di euro nel primo trimestre 2022 (+32% anno su anno) e premi lordi del comparto Danni pari a 114 milioni di euro (+19,5% A/A).

Alla fine di marzo 2022, Il Solvency II Ratio del Gruppo Assicurativo Poste Vita è stato pari al 272%, ben al di sopra dell'ambizione manageriale.

Le attività finanziarie totali investite (**Total Financial Assets – TFA**) a fine marzo 2022 sono pari a 582 miliardi di euro (in calo di 4 miliardi nel trimestre) con una raccolta netta positiva di 2 miliardi di euro raggiunta complessivamente su tutti i prodotti e un effetto negativo di mercato riconducibile a tassi di interesse più elevati, che ha influenzato le riserve tecniche del comparto assicurativo Vita.

I Ricavi del segmento **Pagamenti e Mobile** nel primo trimestre 2022 hanno continuato a crescere registrando un solido +20,2% anno su anno, ben al di sopra della media di mercato: si sono attestati a 231 milioni di euro, confermando il ruolo svolto da PostePay come leader nel mercato dei pagamenti digitali in Italia, in rapida crescita ed evoluzione. I pagamenti con carta sono aumentati del 18,4% anno su anno, a 120 milioni di euro, grazie a maggiori transazioni sia sul canale fisico che su quello digitale ed è proseguito l'incremento del numero di transazioni e-commerce che nei primi tre mesi dell'anno ammontano a 140,2 milioni (+13,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

I Ricavi da servizi Telco sono stati pari a 77 milioni di euro (+3,4%, su base annua), facendo leva su una base fedele di 4,9 milioni di clienti, su nuove adesioni all'offerta fibra e su un tasso di abbandono molto basso.

PosteID (la soluzione di identità digitale nazionale di Poste Italiane) nel primo trimestre del 2022 è stata adottata da 22,4 milioni di clienti (+5,7% rispetto al livello raggiunto alla fine dell'esercizio 2021).

Poste Italiane - Risultati 2021

Poste italiane ha chiuso il 2021 registrando ricavi in crescita, con tutte le attività che hanno ripreso maggiore slancio rispetto alla fase precedente alla pandemia, a dimostrazione della validità del modello di business diversificato scelto dal Gruppo e del successo ottenuto nell'implementazione del nuovo Piano industriale *24S/*. L'Azienda ha reagito in modo positivo ad una fase di grande incertezza e ha **superato gli obiettivi del 2021 in termini di Ricavi, Risultato operativo e Utile netto**, facendo leva sulla piattaforma di distribuzione omnicanale integrata del Gruppo.

I solidi risultati raggiunti hanno consentito a Poste Italiane di proporre all'Assemblea generale degli azionisti un **aumento del dividendo** da 0,486 euro per azione dell'anno precedente a 0,59 euro per azione per il 2021, anticipando il dividendo per azione originariamente previsto per il 2022.

Poste, allo stesso tempo, ha confermato il proprio ruolo di pilastro strategico del Paese a supporto delle persone, delle imprese e delle comunità locali, continuando a lavorare per creare valore a lungo termine a beneficio della collettività **e contribuendo alla crescita economica con un impatto cumulato positivo sul PIL italiano che ammonta ad oltre 49 miliardi di euro dal 2018 al 2021**. Il Gruppo ha continuato a collaborare con il Governo per la diffusione della digitalizzazione e dell'innovazione, e ha sostenuto le comunità mettendo a disposizione del Paese le proprie infrastrutture informatiche e logistiche per la prenotazione e distribuzione dei vaccini anti Covid-19. Nel corso della pandemia l'azienda ha **consegnato oltre 30 milioni di dosi di vaccino** e, grazie alla sua piattaforma multicanale offerta gratuitamente e utilizzata da 8 Regioni, sono state **elaborate 40 milioni di prenotazioni**, raggiungendo un terzo degli italiani che ha potuto prendere appuntamento online per ricevere la dose, oppure tramite portalettere, call center e Atm Postamat (dati a fine febbraio 2022).

Nel 2021 il Gruppo ha registrato un **Utile netto** di 1,6 miliardi di euro, con una crescita record del 31% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, grazie ad una strategia diversificata che continua a creare valore, un solido **Risultato operativo** di 1,8 miliardi di euro (+21,1% rispetto al 2020) supportato dalla continua crescita del comparto dei pacchi, dal recupero dei ricavi della corrispondenza e dall'aumento costante nel settore "pagamenti e mobile", e **Ricavi** pari a 11,2 miliardi di euro in

crescita del 6,6% su base annua. I costi si sono attestati a 9,4 miliardi di euro (+4,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) con un attento bilanciamento tra l'efficienza dei costi e il supporto alla crescita del business.

Corrispondenza, pacchi e distribuzione ***Innovazione a destinazione***

Poste Italiane è la più grande realtà del comparto logistico in Italia, in grado di cogliere le opportunità legate alla crescita dell'e-commerce, grazie anche a un consolidato *know-how* nel settore dei pagamenti e del digitale.

Le attività del comparto, che comprendono servizi di recapito di corrispondenza e pacchi, di logistica e di corriere espresso, rappresentano da sempre l'identità dell'Azienda che fornisce anche il Servizio Universale. La sua rete logistica postale possiede caratteristiche uniche e conta su oltre 30mila portalettere, 1.430 Centri di Recapito, 7 aeromobili che servono 11 tratte e circa 13.500 mila punti di ritiro e spedizione Punto Poste che si aggiungono alla rete degli uffici postali.

La vincente trasformazione industriale, gli investimenti e il percorso di innovazione intrapreso negli ultimi anni hanno consentito al Gruppo di smistare nel 2021 circa 2,5 miliardi di pezzi di corrispondenza (2,3 miliardi nel 2020), di recapitare circa 250 milioni di pacchi (210 milioni nel 2020) e di gestire più di un milione di pacchi al giorno.

Il comparto nel 2021 ha registrato Ricavi per 3,7 miliardi di euro, in crescita del 15,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, grazie al recupero dei volumi della corrispondenza e ai record raggiunti nel comparto dei pacchi. La corrispondenza, in particolare, ha registrato Ricavi di 2,1 miliardi di euro (+9,7% rispetto al 2020) e un incremento dei volumi del 12,2%, influenzati positivamente dall'integrazione con Nexive. I Ricavi del settore pacchi nel suo complesso hanno continuato a crescere attestandosi a 1,4 miliardi di euro (+21% rispetto al 2020), supportati dai volumi record nel segmento B2C del primo semestre del 2021.

Nell'anno è proseguito il progressivo processo di trasformazione della rete logistica e di recapito, per consolidare la rete di distribuzione più capillare del Paese e renderla sempre più efficiente: nel giugno 2021 è stato inaugurato il polo e-commerce di Landriano, che si estende su 80mila metri quadrati, è in grado di gestire in modo

automatizzato 300mila pacchi al giorno e si aggiunge ai grandi centri di smistamento presenti a Bologna e nei pressi di Roma, favorendo la riduzione dei costi unitari per pacco.

Il Joint Delivery Model (il modello di servizio che prevede le consegne anche in fasce pomeridiane e nel weekend) è stato pienamente implementato con i Postini che hanno consegnato oltre 80 milioni di pacchi nel 2021. A Roma e a Milano è stato lanciato il servizio di “Instant Delivery”, che si aggiunge ai servizi “Today” e “Tomorrow” e prevede l’opzione di consegna in novanta minuti con ritiro a domicilio e consegna garantiti in un’ora e mezza dal momento in cui il cliente richiede il servizio con un click. Nel primo trimestre 2022 sono stati lanciati i servizi “Posta Assicurata Market”, che offre la possibilità ai clienti di un doppio tentativo di recapito, e “Poste Delivery Business” che consente a venditori e utenti delle piattaforme online di effettuare spedizioni dagli uffici postali e attraverso la rete Punto Poste.

Punto Poste, la rete di prossimità complementare a quella degli uffici postali, è stata ulteriormente ampliata e conta circa 13.500 punti di ritiro e consegna delle spedizioni tra *Locker* - che offrono un servizio non-stop 24 ore su 24, fino a 7 giorni su 7 - e punti fisici convenzionati (*Collect Point*), come i tabaccai.

Poste Italiane ha inoltre continuato ad investire per la modernizzazione della flotta, rendendola più ecologica con l’introduzione di veicoli ad alimentazione elettrica ed ibrida: attualmente sono più di 10.000 i mezzi a base emissioni del Gruppo, di cui circa 1.700 elettrici (tra tricicli, quattricicli e autoveicoli). Ad Imperia e a Viareggio sono stati inaugurati i primi due Centri di Distribuzione a zero emissioni e per il Recapito Full Green. Obiettivo delle iniziative è arrivare a quota 28 mila mezzi a basso impatto entro il 2025, ridurre le emissioni della flotta del 40% entro lo stesso anno e contribuire a rendere Poste un’azienda a zero emissioni entro il 2030.

Il Gruppo nel 2021 ha acquisito il 51% del capitale votante di Sengi Express Limited - società leader nella creazione e gestione di soluzioni logistiche *cross-border* – per favorire ulteriormente la crescita del business a livello internazionale, rendendo sempre più efficienti i servizi di spedizione e consolidando i volumi di pacchi acquistati in Cina dai consumatori italiani. Ha inoltre consolidato ulteriormente le *partnership* avviate con le *start-up* tecnologiche specializzate “sennder GmbH”, che utilizza la tecnologia per massimizzare la saturazione dei carichi e la flessibilità nel trasporto stradale a lungo

raggio, e Milkman, *start-up* digitale per la consegna a domicilio, che ha contribuito a migliorare l'esperienza del cliente e-commerce, grazie a nuove soluzioni di consegna personalizzata sull'ultimo miglio.

Il Gruppo, infine, forte dei risultati conseguiti nel mercato dei pacchi, sta iniziando a diversificare le attività per diventare un operatore logistico ad ampio raggio, anche attraverso opzioni come l'acquisizione di Plurima (azienda focalizzata sulla nicchia di mercato della logistica ospedaliera), per la quale è stato siglato un accordo vincolante nel marzo 2022.

Pagamenti e Mobile

PostePay SpA, un ecosistema per i pagamenti digitali

Poste Italiane è uno dei principali operatori nei sistemi di pagamento del Paese, potendo disporre di una piattaforma distributiva multicanale integrata che si avvale della rete fisica degli uffici postali e di una infrastruttura digitale all'avanguardia.

PostePay Spa, la società del Gruppo specializzata nello sviluppo e nella gestione dei pagamenti mobili e digitali, è leader nei sistemi di pagamento con circa 29 milioni di carte emesse. Per accelerare e guidare con successo la transizione in Italia dai pagamenti in contanti a quelli digitali, l'Azienda ha investito nella ricerca di soluzioni innovative come, per esempio, il Codice Postepay, il servizio di pagamento digitale via QR Code, che consente agli esercenti di incassare i pagamenti attraverso l'utilizzo di un QR code e agli acquirenti di pagare utilizzando solo il telefono cellulare, senza necessità di dispositivi terminali POS.

Nel 2021 il segmento Pagamenti e Mobile di Poste ha registrato Ricavi per 882 milioni di euro, in crescita del 19,6% rispetto all'anno precedente, grazie a un ulteriore slancio dato dalle nuove soluzioni di pagamento offerte dal Gruppo e dalla crescita dei volumi delle transazioni sia online che sui canali fisici.

I Ricavi da pagamenti con carta sono aumentati del 22,4% a 457 milioni di euro e i Ricavi da servizi Telco hanno registrato un incremento dell'8,8% anno su anno, grazie ad una solida base di 4,7 milioni di clienti (+2,2% su base annua rispetto ai 4,6 milioni dell'esercizio 2020) e ad un tasso di abbandono basso. In crescita anche il numero delle transazioni con carte, pari a 2 miliardi nel 2021 (+29% rispetto al 2020), così come il dato relativo alle transazioni e-commerce che si sono attestate a 519,9 milioni,

(+31% rispetto al 2020).

Nel 2021 gli e-wallet (portafogli digitali) hanno raggiunto quota 9,1 milioni con una crescita del 23,4% rispetto al 2020 (9,5 milioni alla fine del primo trimestre 2022), mentre PostelD (la soluzione di identità digitale nazionale di Poste Italiane) è stata adottata a fine 2021 da 21,2 milioni di clienti (+73,2% rispetto al 2020). Nello stesso anno il numero di clienti registrati ai canali digitali di Poste Italiane (Web e App) ha raggiunto quota 33,8 milioni (34,8 nel primo trimestre 2022), gli accessi giornalieri agli stessi canali sono stati 4,3 milioni (5,6 milioni nel primo trimestre 2022) e le App di Poste sono state scaricate 70,3 milioni di volte (74,6 alla fine di marzo 2022).

All'inizio del 2021 PostePay Spa e Bancomat hanno stretto un accordo per ampliare ulteriormente la gamma dei servizi offerti ai clienti di Poste Italiane e accelerare la trasformazione digitale del Paese promuovendo l'utilizzo delle transazioni senza contante. Nel febbraio 2022 è stato inoltre firmato un accordo per acquisire il 100% di LIS Holding S.p.A. (LIS) con l'obiettivo di consolidare la crescita di Poste nel business dei pagamenti di prossimità e rafforzare l'offerta di acquiring e di prodotti per le PMI, in linea con la strategia omnicanale integrata del Piano industriale 24 SI.

Servizi finanziari e assicurativi

Credibilità, il valore sui cui puntare

Poste Italiane può vantare una posizione di primo piano per la distribuzione di prodotti di risparmio e finanziari grazie alla sua rete distributiva e al patrimonio di affidabilità che da sempre caratterizza il suo marchio. L'azienda colloca in esclusiva, per conto di Cassa Depositi e Prestiti, i prodotti del Risparmio Postale - Libretti e Buoni fruttiferi - e mette a disposizione dei clienti innovative soluzioni di pagamento, servizi di conto corrente, prodotti di investimento e di risparmio gestito, soluzioni assicurative e di credito al consumo.

Nel 2021 Poste Italiane ha rinnovato l'accordo con CDP sulla distribuzione del Risparmio Postale, vigente fino al 2024, che prevede commissioni di gestione ricorrenti che crescono nel tempo e garantisce la sostenibilità per tutto il periodo del Piano strategico.

Il Gruppo continua ad investire con convinzione sulla diversificazione dell'offerta, per valorizzare al massimo la sua rete distributiva. Negli ultimi anni ha arricchito ulteriormente la gamma di prodotti e servizi puntando, oltre che sul rapporto storico con Cassa Depositi e Prestiti, su accordi di distribuzione con i principali player presenti sul mercato e su *partnership* con aziende innovative come quella siglata con la *start up* Moneyfarm, società indipendente specializzata nella gestione patrimoniale digitale. Questa strategia di ampliamento e diversificazione dell'offerta, che prevede la graduale e completa estensione dei servizi finanziari anche sui canali digitali in un'ottica di omnicanalità, ha dato i suoi frutti e mira a far diventare Poste Italiane un punto di riferimento per tutti i bisogni finanziari e assicurativi dei clienti, offrendo loro la possibilità di accedere alle migliori soluzioni disponibili sul mercato.

Nel 2021 il settore **Servizi finanziari** ha mostrato, nonostante l'impatto della compressione dei rendimenti, una solida performance operativa: i Ricavi lordi totali (inclusi i ricavi da distribuzione) sono stati pari a 5,5 miliardi di euro, sostenuti da maggiori depositi, da una gestione proattiva del portafoglio e dal contributo positivo proveniente dagli investimenti nei crediti di imposta.

Il totale delle attività finanziarie (Total Financial Assets – TFA) nel 2021 ha raggiunto quota 586 miliardi di euro, in aumento di 17 miliardi di euro rispetto a dicembre 2020, trainato da una raccolta netta record di 15,1 miliardi di euro.

Nel gennaio 2021, Poste Italiane e BNL (Gruppo BNP Paribas) hanno siglato un accordo quadro vincolante, perfezionato nel luglio dello stesso anno, per il rafforzamento della partnership nella cessione del quinto dello stipendio o della pensione. L'accordo ha comportato l'acquisizione da parte di Poste di una partecipazione azionaria del 40% in BNL Finance, società di BNL, con l'obiettivo di sviluppare ulteriormente la proposizione commerciale e l'offerta del prodotto "cessione del quinto", creando migliori condizioni per i clienti. Dal 1° luglio 2021 BNL Finance ha cambiato la propria denominazione sociale in Financit Spa.

I Servizi assicurativi vengono offerti dal Gruppo Poste Vita che mette a disposizione dei clienti soluzioni per la previdenza integrativa, prodotti di investimento assicurativo e servizi per la tutela della persona e dei propri beni. Il Gruppo nel 2021 ha registrato una raccolta lorda premi di circa 17,9 miliardi di euro e Ricavi pari a 1,9 miliardi di euro, in crescita del 13,9% rispetto all'esercizio precedente

Nel ramo Vita Poste Italiane continua a puntare sulla diversificazione, offrendo anche prodotti multiramo e registrando risultati rilevanti, con Ricavi che nel 2021 sono stati pari a 1,7 miliardi di euro, in crescita del 16% rispetto al 2020. Buone anche le performance commerciali del ramo Danni che continua ad accelerare il percorso di sviluppo dei prodotti, in linea con il processo di diversificazione dell'offerta assicurativa previsto nel Piano industriale.

Alla fine di dicembre 2021, il coefficiente di solvibilità (Solvency II Ratio) del Gruppo Assicurativo Poste Vita si è attestato al 261%, con le misure transitorie che forniscono un cuscinetto aggiuntivo per far fronte in futuro alla potenziale volatilità del mercato.

La sostenibilità al centro della strategia aziendale

Negli ultimi anni Poste Italiane ha intrapreso un importante percorso di sostenibilità orientato a trasformare le sfide del mercato in opportunità per creare valore condiviso, contribuendo allo sviluppo del Paese.

L'Azienda ha elaborato un Piano strategico ESG (*Environmental, Social, Governance*) che include tutti i target specifici di sostenibilità del Gruppo, sia quantitativi che qualitativi; il Piano ESG è integrato nel Piano industriale *2024 Sustain & Innovate (24SI)* ed è basato sui seguenti otto Pilastri che identificano gli ambiti ESG rilevanti per Poste Italiane: *Integrità e Trasparenza, Valorizzazione delle persone, Diversità e inclusione, Valore al territorio, Customer Experience, Innovazione, Transizione green e Finanza sostenibile*. L'Azienda, inoltre, ha aderito ai principali standard e principi internazionali, tra i quali i *Sustainable Development Goals*, il *Global Compact* e i *Women's Empowerment Principles (WEPS)* dell'Organizzazione delle Nazioni Unite.

Gli sviluppi concreti del Piano strategico ESG hanno portato Poste Italiane a raggiungere in breve tempo numerosi traguardi e a veder riconosciuta la propria leadership in tema di sostenibilità con la presenza nei più prestigiosi indici a livello mondiale, a conferma della validità del percorso intrapreso.

Nel novembre 2021 Poste è stata inclusa per il terzo anno consecutivo nei segmenti "World" e "Europe" del *Dow Jones Sustainability Index*, il prestigioso indice di sostenibilità in cui sono inserite solamente le società ritenute migliori al mondo nella gestione sostenibile del proprio business. Il Gruppo si è anche posizionato al primo

posto nella graduatoria *ESG Overall Score di Vigeo-Eiris* che analizza e valuta oltre 300 indicatori che riguardano le politiche ambientali delle aziende, il rispetto dei diritti umani e la valorizzazione del capitale umano, le relazioni con gli stakeholder, la corporate governance e il codice etico, l'integrità e la lotta alla corruzione, la prevenzione del dumping sociale e ambientale nella catena di approvvigionamento e di subappalto. Nello stesso periodo Poste è entrata a far parte, classificandosi prima tra tutte le società incluse, del nuovo *MIB® ESG* lanciato da Euronext e Borsa Italiana, indice dedicato alle blue chip quotate in Italia che adottano le migliori pratiche in tema ambientale, sociale e di governo d'impresa (ESG).

I progressi compiuti dal Gruppo in ambito sociale sono stati riconosciuti, in particolare, ottenendo il rating "A" da parte di *Morgan Stanley Capital International* e quelli relativi alla tutela dell'ambiente con il punteggio "A-" della classifica annuale stilata da *CDP* (ex *Carbon Disclosure Project*). Poste Italiane, inoltre, è entrata per il terzo anno consecutivo nell'indice FTSE4GOOD. L'agenzia di rating internazionale FTSE Russel ha aggiornato lo score di Poste in netto miglioramento rispetto ai precedenti assessment: i punteggi ottenuti per le tre dimensioni ESG sono stati superiori alle valutazioni medie registrate nel proprio settore di riferimento e superiori ai punteggi medi del Paese; le categorie nelle quali l'Azienda si è distinta in modo particolare sono: *Human Rights & Community, Labour Standards, Corporate Governance e Anti-Corruption*.

Nel gennaio 2022, infine, le politiche di parità di genere di Poste sono state premiate con la riconferma, per il terzo anno consecutivo, nel Gender-Equality Index (GEI) 2022, il principale indice internazionale di riferimento che valuta la qualità delle iniziative aziendali per l'eguaglianza e l'inclusione esaminando oltre 400 aziende in tutto il mondo. Nell'edizione 2022 Poste Italiane ha migliorato ulteriormente il proprio risultato rispetto agli anni precedenti, ottenendo ancora una volta una valutazione ben al di sopra del punteggio medio delle società inserite nel GEI. La valutazione è il risultato dell'esame di cinque parametri: la leadership femminile e la valorizzazione dei talenti, la parità salariale, la cultura inclusiva, le politiche per la prevenzione e il contrasto di molestie sessuali, e la riconoscibilità come brand che promuove la parità di genere.