

POSTE ITALIANE

Materialità 2022 |

Approfondimenti legati all'impatto sulla creazione di valore per il Gruppo e sugli stakeholder esterni

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sulla creazione di valore per l'Organizzazione

Nell'ambito delle slide che seguono sono riportati i tre temi materiali che presentano l'impatto maggiore sulle attività e sulla generazione di valore a lungo termine per il Gruppo.



Qualità e Customer Experience

a) Categoria di appartenenza del tema materiale

- Qualità e sicurezza dei prodotti / servizi

b) Rilevanza per il business

- Data la presenza capillare di Poste Italiane sul territorio e la sua vicinanza alle persone, fornire i più alti standard in termini di qualità dei prodotti e dei servizi è di fondamentale importanza sia per il raggiungimento degli obiettivi di business dell'Azienda sia per garantire la soddisfazione delle aspettative dei clienti. Il miglioramento della qualità del servizio e della customer experience e l'adozione di un approccio customer centric per garantire la fedeltà al marchio e la fidelizzazione clienti giocano un ruolo fondamentale nell'attuazione della Strategia aziendale "2024 Sustain & Innovate Plus", soprattutto in relazione agli obiettivi finanziari attesi previsti dalla Strategia.

In particolare, il miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi associato allo sviluppo di servizi e prodotti innovativi rappresenta un fattore chiave della crescita prevista dei ricavi a livello consolidato, che si prevede raggiungeranno i 12,7 miliardi di euro entro il 2024.

c) Tipologia di impatto sul business

- Ricavi

d) Iniziative e strategie di business sul tema

- L'attenzione alla qualità dei prodotti e dei servizi e all'esperienza del cliente si riflette nel massimo rispetto dei tempi e delle procedure di implementazione e nell'offerta di un'esperienza di qualità che va oltre il semplice utilizzo di un prodotto o di un servizio tradizionale.

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sulla creazione di valore per l'Organizzazione

Inoltre, si traduce nella costante creazione di rapporti di fiducia (ad esempio attraverso l'attivazione di canali di customer engagement), nella corretta gestione dei reclami e nel puntuale monitoraggio della qualità erogata e percepita dai clienti per ottimizzare le proprie attività operative. La massima attenzione alla qualità è espressa nella Politica Integrata di Gruppo, redatta nel 2018 e aggiornata nel 2021. Da allora, per raggiungere la massima efficacia ed efficienza dei processi, delle attività e delle risorse, Poste Italiane ha adottato il Sistema di Gestione Integrato. In particolare, Poste Italiane S.p.A. ha implementato un efficace Sistema di Gestione per la Qualità, conforme alla norma UNI EN ISO 9001:2015.

e) Target per la misurazione dei progressi

- Il Gruppo ha definito obiettivi specifici legati al miglioramento dei tempi di gestione dei reclami e all'aumento della soddisfazione dei clienti. I target comprendono obiettivi specifici a breve, medio e lungo termine: 1) aumentare la customer satisfaction del 4% entro il 2022 (vs 2021) e del 6% entro il 2022 (vs 2018); 2) sviluppare le conoscenze e competenze della rete commerciale erogando 6,5 milioni di ore di formazione entro il 2022; 3) evoluzione del Modello di Servizio tramite la specializzazione dei Consulenti Finanziari in base al target di clientela in Personal, Dinamici e Premium, con l'obiettivo di raggiungere oltre 10.000 consulenti specializzati entro il 2022; 4) evoluzione del Modello di Servizio Omnicanale tramite l'ulteriore sviluppo del canale digitale ed offerta self per le sottoscrizioni di BFP, Ramo I, Multiramo, Fondi e GP Moneyfarm, con l'obiettivo di raggiungere

oltre il 5% di sottoscrizioni attraverso i canali digitali entro il 2024, l'8% dei volumi totali entro il 2023 e l'8,5% entro il 2024; 5) dematerializzazione dei documenti per ridurre l'utilizzo della carta in Ufficio Postale, attraverso l'eliminazione della copia cliente per la sottoscrizioni dei prestiti e l'aggiornamento anagrafico, con l'obiettivo di raggiungere il 30% delle operazioni dal rilascio della soluzione entro il 2023; 6) sviluppare le conoscenze e competenze della rete commerciale, con l'obiettivo di raggiungere 90 ore pro capite per i dipendenti operanti in ambito rete commerciale entro il 2024.

f) Progressi compiuti rispetto ai target

- Nel 2022: 1) +6% nella customer satisfaction (vs 2018) e +4% (vs 2021); 2) 8,5 milioni di ore di formazione erogate alla rete commerciale; 3) 8.372 consulenti specializzati; 4) 7,2% di incidenza della raccolta lorda Digital sul totale della raccolta lorda in volumi, e 18% di operazioni fatte sul canale digital relativi a sottoscrizioni di BFP e Prodotti di Investimento.

g) Collegamento con la remunerazione degli executive

- La Politica in materia di remunerazione 2023 dell'Azienda prevede criteri specifici legati alla sostenibilità nel piano di incentivazione dell'Amministratore Delegato - Direttore Generale. In particolare, nell'ambito dei criteri del programma MBO aggiornato, il sistema di incentivazione include un indicatore relativo al tema materiale "Qualità e Customer Experience", denominato "Qualità PCL" (peso 10%).

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sulla creazione di valore per l'Organizzazione

Si riferisce agli indicatori definiti per il miglioramento della qualità del servizio offerto e dell'efficienza operativa della funzione Posta, Comunicazione e Logistica (focalizzata su corrispondenza, pacchi e logistica). Inoltre, a partire dal 2020, l'MBO è stato esteso a tutto il personale di Poste Italiane titolare di posizioni organizzative ed è stato previsto un nuovo ILT manageriale.



Impatti ambientali della logistica

a) Categoria di appartenenza del tema materiale

- Emissioni
- Transizione climatica e Rischi Fisici
- Prodotti e Servizi Sostenibili

b) Rilevanza per il business

- La presenza capillare di Poste Italiane sul territorio e il relativo impatto ambientale delle sue attività impongono all'Azienda di adottare un approccio responsabile al fine di garantire l'uso efficiente delle risorse, mitigare il proprio impatto ambientale e sviluppare soluzioni innovative per contribuire alla transizione low-carbon dell'economia e dell'intero Paese, e ottenere un vantaggio competitivo sul mercato.

L'impegno del Gruppo è anche coerente con le raccomandazioni del World Economic Forum presenti nel Global Risk Report 2023, che annovera i rischi climatici tra i primi cinque rischi a livello globale. Nei prossimi decenni, infatti, un aumento delle temperature medie di 3 gradi centigradi rispetto all'epoca preindustriale potrebbe innescare effetti disastrosi a catena. La lotta al cambiamento climatico, quindi, non è un'opzione ma un obbligo. Pertanto, risulta necessario considerare questi aspetti nella definizione delle strategie e delle attività operative dell'azienda e favorire la creazione di valore.

c) Tipologia di impatto sul business

- Rischi
- Ricavi

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sulla creazione di valore per l'Organizzazione

d) Iniziative e strategie di business sul tema

- Gli obiettivi del Gruppo, in relazione alla riduzione dell'impatto ambientale della logistica, si concentrano sulla riduzione delle emissioni di CO₂, attraverso il passaggio a mezzi di trasporto più sostenibili per lo svolgimento delle attività aziendali, e la sensibilizzazione del personale e della comunità sui temi della mobilità sostenibile. Le due principali strategie aziendali che hanno portato benefici in termini di sostenibilità ambientale sono state il nuovo modello di piano relativo allo sviluppo green della flotta aziendale e il piano "Joint Delivery". Per quanto concerne il dettaglio del progetto di trasformazione della flotta green, nel 2022 Poste Italiane ha completato l'infloccamento di 1.956 veicoli elettrici, di cui 1.170 auto, 264 furgoni e 511 tricicli e quadricicli, 7.003 veicoli ibridi elettrici o a metano e 6.154 veicoli a basse emissioni. In questo modo, la flotta green ha raggiunto il 37% del totale della flotta di Poste Italiane.

e) Target per la misurazione dei progressi

- In linea con la propria Strategia Climatica, Poste Italiane ha definito obiettivi specifici di sostenibilità legati alla decarbonizzazione della logistica: 1) ridurre le emissioni totali del Gruppo in linea con gli obiettivi dell'Accordo sul Clima di Parigi e contribuire a limitare il riscaldamento globale a 1,5°C, -30% tCO₂e entro il 2025 (vs 2020); 2) raggiungere la Carbon Neutrality entro il 2030; 3) diminuire le emissioni della flotta di recapito postale, -40% di emissioni prodotte entro il 2024;

4) incrementare la quota di veicoli a ridotto impatto ambientale (elettrici, ibridi, basso emissivi) di Nexive, SDA, Milkman, -15% tCO₂e entro il 2025; 5) incrementare la quota di veicoli a ridotto impatto ambientale (ibridi, basso emissivi) di sennder, -8% tCO₂e entro il 2025.

f) Progressi compiuti rispetto ai target

- Nel 2022: 1) -10% tCO₂e (2020); 2) -18% di emissioni prodotte dalla flotta di recapito postale (vs 2019); 3) 22.610 mezzi aziendali a ridotto impatto ambientale introdotti (vs 2019).

g) Collegamento con la remunerazione degli executive

- La Politica in materia di remunerazione 2023 dell'Azienda prevede uno specifico obiettivo di transizione green (peso 15%) all'interno dei criteri relativi all'MBO dell'Amministratore Delegato, che si riferisce alla riduzione delle emissioni totali del Gruppo, in linea con l'obiettivo del Piano del -30% di tCO₂e entro il 2025 e coerente con l'adesione all'Accordo di Parigi e al New Green Deal, e alla carbon neutrality entro il 2030. Inoltre, a partire dal 2020, l'MBO è stato esteso a tutto il personale di Poste Italiane titolare di posizioni organizzative ed è stato previsto un nuovo ILT manageriale.

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sulla creazione di valore per l'Organizzazione



Salute e sicurezza sul lavoro

a) Categoria di appartenenza del tema materiale

- Benessere dei dipendenti, Salute e sicurezza

b) Rilevanza per il business

- In Poste Italiane la salute nei luoghi di lavoro, oltre ad essere un diritto dei propri dipendenti, è un interesse per l'Azienda stessa, che in questo modo garantisce un ambiente sempre più confortevole e di conseguenza più produttivo per il Gruppo nel suo complesso, sostenendo minori costi sociali per infortuni e malattie professionali. Considerata la capillarità e l'elevato numero di dipendenti (circa 125.000) di Poste Italiane, la promozione di iniziative volte alla diffusione della cultura della sicurezza sul lavoro, a casa e nella vita in generale, è un obbligo, e per questo si impegna a mettere in atto misure adeguate e azioni virtuose che consentano ai propri dipendenti di acquisire comportamenti corretti e sicuri in tutti gli ambienti di vita e di lavoro.

c) Tipologia di impatto sul business

- Rischio

- Costo

d) Iniziative e strategie di business sul tema

- Il Gruppo ha individuato le responsabilità organizzative adottando politiche per garantire il monitoraggio di tutti gli aspetti relativi alla salute e alla sicurezza sul lavoro. Poste Italiane adotta tutte le misure necessarie per ridurre incidenti, infortuni e malattie professionali, promuovendo il benessere psicofisico delle persone attraverso politiche e programmi di prevenzione, campagne di sensibilizzazione e formazione obbligatoria per tutto il personale. La Politica Integrata e la Politica SSL aziendale definiscono gli elementi chiave dei sistemi di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro adottati. Il Gruppo effettua una valutazione dei rischi, esaminando tutte le situazioni potenzialmente pericolose legate ai processi, alle mansioni e ai luoghi di lavoro e, una volta identificato il relativo impatto, assegna il livello di rischio associato a ciascun fattore analizzato. Nel 2022, tutte le unità produttive hanno rinnovato o mantenuto i loro certificati, il che significa che la capogruppo è interamente certificata ISO 45001.

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sulla creazione di valore per l'Organizzazione

e) Target per la misurazione dei progressi

- Al fine di promuovere la salute e la sicurezza sul lavoro, il Gruppo Poste Italiane ha definito una serie di obiettivi a lungo termine, i principali dei quali sono: 1) mantenimento annuale dei Sistemi di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro e delle relative certificazioni ISO 45001 di Poste Italiane e le principali società del Gruppo; 2) diminuire l'indice di frequenza degli infortuni sul lavoro dei dipendenti del Gruppo, -8% entro il 2024; 3) diminuire il numero di infortuni sul lavoro dei dipendenti del Gruppo, -740 eventi nell'area PCL entro il 2024; 4) monitoraggio ambientale per la determinazione della concentrazione media annua di gas radon nell'aria, finalizzato alla valutazione del rischio di esposizione a radiazioni ionizzanti, conformemente al D. Lgs. n. 101/2020, con l'obiettivo di monitorare il 100% degli edifici del Gruppo entro il 2024.

f) Progressi compiuti rispetto ai target

- Nel 2022: 1) mantenimento delle certificazioni ISO 45001 presso Poste Italiane e le principali società del Gruppo; 2) riduzione del 13,89% dell'indice di frequenza degli infortuni sul lavoro dei dipendenti del Gruppo (vs 2020); 3) -956 infortuni nell'area PCL del Gruppo (vs 2021); 4) monitoraggio della concentrazione media annua di gas radon nell'aria per il 34% degli edifici del Gruppo.

g) Collegamento con la remunerazione degli executive

- La Politica Retributiva 2023 dell'Azienda prevede un obiettivo specifico nell'ambito della Valorizzazione delle Persone all'interno dei criteri relativi all'MBO dell'Amministratore Delegato, che si concentra sulle ore di formazione e sulla riduzione degli infortuni sul lavoro (peso 15%). Inoltre, a partire dal 2020, l'MBO è stato esteso a tutto il personale di Poste Italiane titolare di posizioni organizzative ed è stato previsto un nuovo ILT manageriale.

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sugli stakeholder esterni

Nell'ambito delle slide che seguono sono riportati i tre temi materiali che presentano l'impatto sociale o ambientale più significativo sui gruppi di stakeholder esterni.



Impatti ambientali degli immobili

a) Categoria di appartenenza dell'impatto esterno

- Emissioni
- Biodiversità e Utilizzo del suolo
- Transizione climatica e Rischi Fisici

b) Causa dell'impatto / copertura rispetto alle attività di business

- Operazioni proprie
- Prodotti e servizi

Copertura: >50%

c) Stakeholder esterni impattati

- Ambiente
- Società
- Consumatori / utilizzatori finali
- Dipendenti esterni

d) Rilevanza per gli stakeholder esterni

- La gestione delle risorse energetiche e degli immobili del Gruppo potrebbe avere un impatto positivo o negativo sugli stakeholder esterni in termini di qualità dell'aria, della vita e dei territori

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sugli stakeholder esterni

e) Metrica di output

- % di emissioni evitate annualmente attraverso la gestione sostenibile ed efficiente dei consumi energetici degli immobili e gli interventi di rinnovo ed efficientamento che coinvolgono gli stessi

f) Valutazione d'impatto

- Nell'ambito del proprio sistema di gestione dei rischi di Gruppo, Poste Italiane conduce una valutazione d'impatto volta a determinare l'incidenza sul cambiamento climatico del mancato raggiungimento dei propri obiettivi di riduzione delle emissioni, quantificando il livello di impatto (da 1, trascurabile, a 5, estremo): 1) sulla perdita di valore ambientale (in termini di aria, suolo, acqua di falda, acqua di superficie, natura e biodiversità); 2) sulla gravità e la durata di fenomeni legati al climate change (eventi climatici estremi, aumento temperatura, innalzamento livelli dei mari, ecc.); 3) sulle azioni di risposta in coordinamento tra le autorità nazionali/internazionali (Vigili del Fuoco, ASL, etc.) e sull'impegno economico estremo da mettere in campo che impatta anche sui costi; 4) sugli interventi da porre in essere come conseguenza dell'inasprimento della normativa di riferimento (es. riduzione delle emissioni, ecc.) e che impattano il business di Gruppo.

g) Metrica d'impatto

Si riportano alcune metriche quantitative esemplificative:

- Perdita di superficie (%) del territorio nazionale adibito alla produzione e alle abitazioni a causa dell'incremento delle temperature e di eventi climatici estremi (come piogge, temporali, alluvioni, ecc.) con conseguenti frane e inondazioni
- Quantitativo di costi derivanti dalle azioni di risposta ai fenomeni legati al cambiamento climatico (costi legati all'adattamento, alle azioni con le autorità, ecc.)
- Incremento degli interventi (%) da porre in essere come conseguenza dell'inasprimento della normativa di riferimento

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sugli stakeholder esterni



Tutela dei diritti umani in Azienda

a) Categoria di appartenenza dell'impatto esterno

- Diritti umani

b) Causa dell'impatto / copertura rispetto alle attività di business

- Operazioni proprie
- Prodotti e servizi
- Supply chain

Copertura: >50%

c) Stakeholder esterni impattati

- Società
- Consumatori / utilizzatori finali
- Dipendenti esterni

d) Rilevanza per gli stakeholder esterni

- La gestione del tema dei diritti umani in azienda potrebbe generare impatti positivi o negativi sugli stakeholder esterni, sulla base delle iniziative messe in campo dal Gruppo e dei presidi individuati, anche nell'ambito della catena del valore.

e) Metrica di output

- Numero di violazioni legate ai diritti umani
- Numero di ore di formazione erogate ai dipendenti in materia di diritti umani
- Numero di iniziative di sensibilizzazione poste in essere dal Gruppo

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sugli stakeholder esterni

f) Valutazione d'impatto

- Nell'ambito del proprio sistema di gestione dei rischi di Gruppo, Poste Italiane conduce una valutazione d'impatto volta a determinare l'incidenza delle violazioni dei diritti umani e delle attività poste in essere in materia dal Gruppo, quantificando il conseguente livello di impatto (da 1, trascurabile, a 5, estremo) sulla fiducia degli individui in se stessi (qualità della vita) e la percezione degli stessi rispetto alla propria incolumità.

g) Metriche d'impatto

Si riportano alcune metriche quantitative esemplificative:

- Incremento (%) di casi di percezione di incolumità personale
- Incremento (%) della fiducia degli individui in se stessi derivante dalla tutela dei propri diritti fondamentali

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sugli stakeholder esterni



Cybersecurity, Sicurezza informatica e Privacy

a) Categoria di appartenenza dell'impatto esterno

- Cybersecurity e protezione della privacy
- Etica e Compliance
- Qualità e sicurezza dei prodotti / servizi

b) Causa dell'impatto / copertura rispetto alle attività di business

- Operazioni proprie
- Prodotti e servizi

Copertura: >50%

c) Stakeholder esterni impattati

- Società
- Consumatori / utilizzatori finali
- Dipendenti esterni

d) Tipologia impatto

- La gestione dei temi legati alla sicurezza informatica e alla privacy potrebbe generare impatti positivi o negativi sulle persone in termini di diritto all'identità privata, fiducia nei confronti dell'Azienda e di qualità del rapporto con gli stakeholder chiave e conseguenze sulle relazioni di business.

Materialità 2022

Approfondimenti legati all'impatto sugli stakeholder esterni

e) Metrica di output

- Numero di violazioni della sicurezza informatica
- Numero di violazioni della privacy riscontrate
- Livello di engagement dei clienti del Gruppo

f) Valutazione d'impatto

- Nell'ambito del proprio sistema di gestione dei rischi di Gruppo, Poste Italiane conduce una valutazione d'impatto volta a determinare l'incidenza delle violazioni riscontrate in materia di sicurezza informatica e privacy sulla fiducia, quantificando il conseguente livello d'impatto (da 1, trascurabile, a 5, estremo) sulla qualità delle relazioni con gli stakeholder chiave del Gruppo e sulla fiducia e la soddisfazione di questi nei confronti dell'Azienda.

g) Metrica d'impatto

Si riportano alcune metriche quantitative esemplificative:

- Incremento (%) di casi di percezione di violazione dell'identità privata
- Incremento (%) della fiducia delle persone nei confronti del Gruppo
- Incremento (%) della soddisfazione dei clienti dell'Azienda