

## 5. Strategia

DNF

- 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

### 5.1 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 definiti nel Piano Strategico<sup>81</sup>. All'interno del Piano sono previsti investimenti per 3,1 miliardi di euro nelle attività strategiche per raggiungere obiettivi finanziari. A queste si aggiunge il "Progetto Polis" che, nell'ambito del PNRR, mira sia a rinnovare e modernizzare gli Uffici Postali che a valorizzare il patrimonio immobiliare del Gruppo con iniziative di *coworking*.

## Piano Strategico

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%).

81. 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 è entrata sfruttando 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, permette 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.

## < 5.2 La Strategia di Sostenibilità di Poste Italiane

DNF

PRINCIPALI  
CAPITALI COLLEGATI

La Strategia di Sostenibilità di Poste Italiane, costituita dal Piano Strategico ESG e da un insieme di Politiche di Sostenibilità, è volta al raggiungimento degli obiettivi nazionali e internazionali di sviluppo sociale e ambientale. Tale Strategia è coerente con le attività e con i criteri di *business* di Poste Italiane, nell'ambito del quadro strategico più ampio definito dal Gruppo.

Il Piano Strategico ESG comprende tutti gli obiettivi e i *target* specifici, sia di natura qualitativa che quantitativa, che il Gruppo ha fissato ai fini del miglioramento costante delle proprie *performance* di sostenibilità. Inoltre, tutti i principi, gli obiettivi qualitativi e le differenti modalità di gestione sono incorporati nelle politiche adottate, che regolamentano in modo sinergico le diverse tematiche emerse dall'analisi di materialità e gli ambiti richiesti dal D.Lgs. 254/2016.

### Temi di sostenibilità prioritari per Poste Italiane

Poste Italiane ha elaborato un processo di analisi di materialità finalizzato all'identificazione dei temi prioritari, sulla base della significatività degli impatti ad essi correlati, da includere nella Strategia di Sostenibilità del Gruppo e da formalizzare in termini di politiche e *target*.

In un'ottica di continuo miglioramento, Poste Italiane ha perfezionato quanto avviato nel 2021 revisionando la metodologia di analisi di materialità allineandola alle previsioni contenute nell'aggiornamento 2021 degli *standard* GRI per la prospettiva *inside-out*, e ha tenuto conto delle disposizioni dell'EFRAG, contenute nei nuovi *standard* di sostenibilità, seppur ancora in *draft*, per la prospettiva *outside-in*, facendo un esercizio di doppia materialità in anticipo rispetto all'entrata in vigore prevista per il FY 2024.




Il processo di definizione dei temi materiali, approvato in ultimo dal CdA, si è articolato nelle 3 fasi di seguito riportate:



Per identificare gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, è stata condotta un'approfondita analisi di scenario in merito alle attività svolte dal Gruppo, alle sue relazioni di *business*, al contesto di sostenibilità in cui opera e alle aspettative dei propri *stakeholder*. In particolare, l'analisi ha preso in considerazione le disposizioni derivanti dalle fonti normative e dalle principali linee guida di sostenibilità a livello internazionale, il Piano Strategico e il modello di gestione dei rischi del Gruppo, nonché le richieste dei principali questionari predisposti dalle agenzie di *rating* ESG e le analisi dei *trend* attuali di settore.

Nella fase di valutazione, la significatività degli impatti individuati è stata definita attraverso il coinvolgimento diretto degli *stakeholder*. Di seguito è riportata la lista di impatti sottoposti alla valutazione da parte dei portatori di interesse del Gruppo.

PILASTRI	TEMI MATERIALI	IMPATTI
<b>Integrità e trasparenza</b> 	<b>Lavorare con trasparenza e integrità</b>	Maggiore consapevolezza della rilevanza dei temi di <i>compliance</i> <hr/> <i>Compliance</i> del proprio sistema di controllo interno
	<b>Legalità e integrazione ESG nel processo di approvvigionamento</b>	Rispetto di <i>standard</i> sociali e ambientali lungo la <i>value chain</i> <hr/> Sensibilizzazione dei fornitori sulle tematiche ESG
<b>Valorizzazione delle persone</b> 	<b>Formazione e sviluppo del personale</b>	Sviluppo delle competenze dei dipendenti <hr/> <i>Engagement</i> dei dipendenti
	<b>Welfare e benessere del personale</b>	Equilibrio tra vita privata e lavorativa <hr/> Soddisfazione dei dipendenti
	<b>Relazioni con le parti sociali</b>	Coinvolgimento delle parti sociali <hr/> Rispetto dei diritti dei lavoratori
	<b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>	Incidenti, infortuni e malattie professionali sul lavoro <hr/> Cultura della sicurezza
<b>Diversità e inclusione</b> 	<b>Tutela dei diritti umani in Azienda</b>	Consapevolezza sulle tematiche di diritti umani <hr/> Affermazione di una cultura aziendale inclusiva
	<b>Pari opportunità nei percorsi di carriera</b>	Sostegno alla genitorialità <hr/> <i>Gender pay gap</i>
<b>Valore al territorio</b> 	<b>Supporto allo sviluppo socio-economico del territorio</b>	Benessere dei cittadini <hr/> Sviluppo sociale ed economico delle comunità locali
	<b>Dialogo e trasparenza con le istituzioni</b>	Opportunità di sviluppo e crescita del Paese <hr/> Supporto alle istituzioni
	<b>Inclusione finanziaria</b>	Sviluppo delle competenze finanziarie <hr/> Digitalizzazione dei servizi finanziari
<b>Transizione green</b> 	<b>Impatti ambientali degli immobili</b>	Produzione di emissioni legate agli immobili <hr/> Consumo di risorse naturali e produzione di rifiuti
	<b>Impatti ambientali della logistica</b>	Produzione di emissioni legate alla logistica <hr/> Consumo di risorse naturali e produzione di rifiuti

PILASTRI	TEMI MATERIALI	IMPATTI
<b>Customer experience</b> 	<b>Qualità e Customer experience</b>	Soddisfazione del cliente Ammodernamento dei processi e dei servizi offerti
	<b>Cybersecurity, Sicurezza informatica e Privacy</b>	Fuoriuscite e furti di dati Violazione della <i>privacy</i>
<b>Innovazione</b> 	<b>Innovazione e digitalizzazione di prodotti, servizi e processi</b>	Trasformazione digitale del Paese Sviluppo di sistemi logistici innovativi
	<b>Integrazione ESG nelle politiche di investimento</b>	Crescita sostenibile del Paese attraverso i propri prodotti di investimento Pratiche di investimento responsabile
<b>Finanza sostenibile</b> 	<b>Integrazione ESG nelle politiche di assicurazione</b>	Crescita sostenibile del Paese attraverso i propri prodotti assicurativi Pratiche di assicurazione responsabile

Secondo la prospettiva *inside-out*, l'Azienda ha preso in considerazione gli impatti significativi, attuali o potenziali, su persone e ambiente direttamente connessi alle proprie attività, prodotti e servizi, comprese le attività a monte e a valle della sua catena del valore. Nell'ambito della prospettiva *outside-in* ha tenuto conto, invece, dei rischi e delle opportunità di sostenibilità che possono influenzare positivamente o negativamente i flussi di cassa futuri e quindi creare o erodere il valore aziendale nel breve, medio o lungo termine, influenzandone lo sviluppo, la *performance* ed il posizionamento.

## Il coinvolgimento degli *stakeholder*

Al fine di contribuire alla creazione di valore condiviso per l'Azienda e tutti i suoi *stakeholder*, Poste Italiane integra le visioni e le esigenze variabili dei soggetti direttamente e indirettamente coinvolti nelle attività del Gruppo all'interno della propria Strategia di Sostenibilità. La considerazione delle istanze degli *stakeholder* permette al Gruppo di rafforzare la propria crescita a livello reputazionale e, allo stesso tempo, mantenere un rapporto di fiducia e trasparenza nel contesto sociale ed economico in cui opera.

Per individuare tutti i portatori d'interesse che influenzano o che vengono a loro volta influenzati dal processo di raggiungimento degli obiettivi strategici di Gruppo, Poste Italiane ha condotto un'accurata mappatura delle categorie di *stakeholder* con i quali interagisce nel corso dello svolgimento delle proprie attività, in conformità con lo *Standard Internazionale AA1000-Stakeholder Engagement Standard (SES)*. L'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.

Le sette macrocategorie di *stakeholder* sono riportate all'interno della seguente tabella, che indica 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 <i>STAKEHOLDER</i>	PRINCIPALI MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
Azionisti e Investitori	<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistemi di <i>customer experience</i>; Indagini periodiche di soddisfazione.</li> </ul>
Personale	<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>
Fornitori e <i>Business Partner</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incontri specifici.</li> </ul>
Enti e Istituzioni	<ul style="list-style-type: none"> <li>Convegni; Incontri specifici; Comunicazione istituzionale; Comunicazioni periodiche; Organizzazione di eventi.</li> </ul>
Comunità e territorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>
Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicati Stampa; Eventi dedicati; <i>Partnership</i>; Collaborazioni; Convegni.</li> </ul>

## Il *Forum Multistakeholder 2022*

Il *Forum Multistakeholder*, che si svolge ogni anno, è uno degli strumenti più efficaci per coinvolgere e dialogare con gli *stakeholder* e rappresenta un fondamentale momento di riflessione e confronto relativamente alle tematiche di Sostenibilità prioritarie per il Gruppo.

### FOCUS GROUP

Dicembre 2022

6° *Forum Multistakeholder*

~1.100

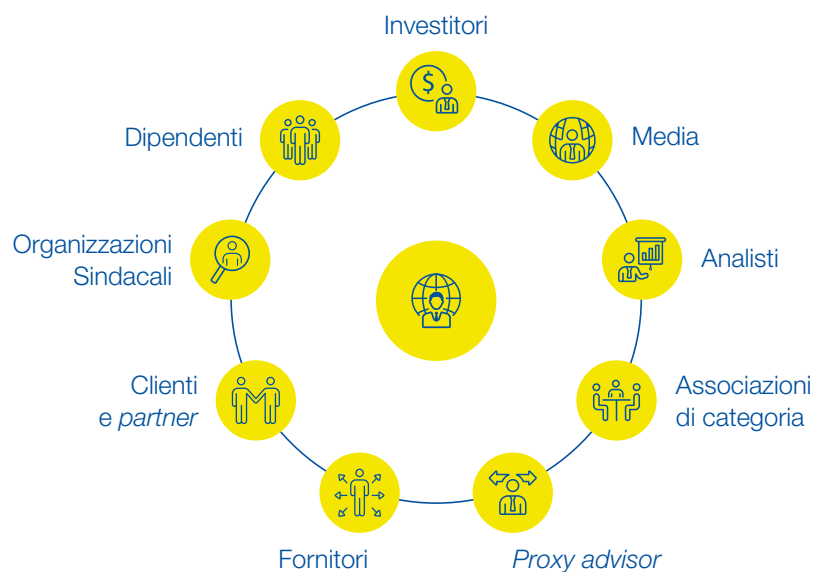
**Stakeholder presenti al *Forum*, di cui circa 850 dipendenti**

5

**Focus Group tematici**

36

**Impatti di sostenibilità discussi relativi ai 18 temi materiali**



La sesta edizione del *Forum Multistakeholder*, tenutasi in diretta *streaming* al fine di garantire la più ampia partecipazione possibile, ha visto la presenza di circa 1.100 *stakeholder*, più del doppio rispetto all'anno precedente, e ha rappresentato un importante momento di confronto con i principali interlocutori del Gruppo sulle strategie, sui temi dello sviluppo sostenibile e sull'integrazione di questi all'interno dei progetti industriali dell'Azienda definiti nel Piano Strategico.

Durante l'evento, i partecipanti hanno preso parte a cinque *Focus Group* legati agli otto Pilastri di Sostenibilità. In particolare, il primo *Focus Group*, rivolto principalmente a Fornitori e *Business partner*, si è concentrato sui Pilastri "Integrità e trasparenza" e "Transizione *green*"; il secondo *Focus Group*, rivolto prevalentemente ai Clienti, si è concentrato sui Pilastri "*Customer experience*" e "Innovazione"; il terzo *Focus Group*, condotto in lingua inglese e rivolto soprattutto a Fornitori e *Business partner*, Azionisti e Investitori ha riguardato esclusivamente il Pilastro "Finanza sostenibile" al fine di approfondire la tematica dell'integrazione dei fattori ESG all'interno delle politiche di assicurazione e investimento del Gruppo; il quarto *Focus Group*, rivolto ai Dipendenti, è stato dedicato ai Pilastri "Valorizzazione delle persone" e "Diversità e inclusione"; il quinto *Focus Group*, rivolto in primo luogo a Enti istituzionali e Comunità e Territorio, si è concentrato infine sul Pilastro "Valore al territorio".

I partecipanti al *Forum* hanno espresso le proprie valutazioni in merito ai temi materiali per l'Azienda tramite un *tool* digitale, accessibile da *smartphone* e pc, che ha favorito una visualizzazione immediata e dinamica dei risultati.

I risultati del processo di *engagement* dei principali *stakeholder* del Gruppo hanno evidenziato una maggior significatività degli impatti sottostanti i seguenti temi: l'innovazione e la digitalizzazione, gli impatti ambientali della logistica e la sicurezza informatica per quanto riguarda la prospettiva *inside-out*; l'innovazione e la digitalizzazione, la formazione e lo sviluppo del personale e l'integrità e la trasparenza in merito alla prospettiva *outside-in*.



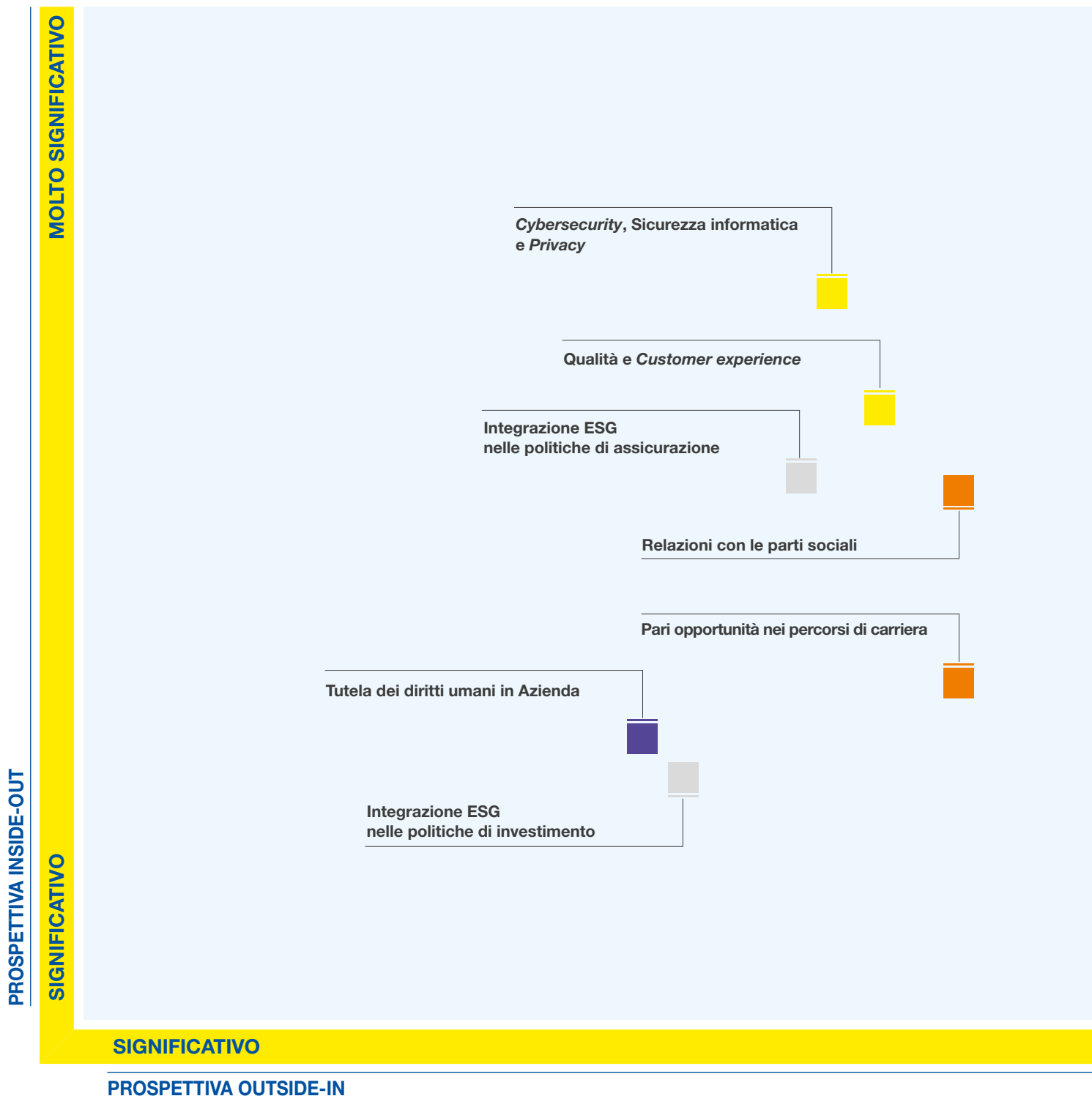
## La matrice di materialità

La matrice di materialità, riportata di seguito, rappresenta graficamente il risultato del processo di individuazione dei temi prioritari a partire dalla valutazione della significatività degli impatti ad essi correlati, secondo una duplice prospettiva: *inside-out* e *outside-in*. Ad ognuno dei 18 temi materiali sono infatti associati un valore di *impact materiality* (prospettiva *inside-out*) e uno di *financial materiality* (prospettiva *outside-in*), come prodotto tra magnitudo e probabilità dei singoli impatti afferenti allo stesso tema materiale. L'ordine di priorità dei temi è stato definito sulla base dei valori ottenuti e attraverso la definizione di una soglia di materialità.

La matrice è un efficace strumento a supporto della Strategia di Sostenibilità del Gruppo ed è il risultato del processo di allineamento alle nuove disposizioni *GRI* per la prospettiva *inside-out*, che risente altresì dell'influenza delle disposizioni, ancora in *draft*, emanate dall'EFRAG, per la prospettiva *outside-in*.

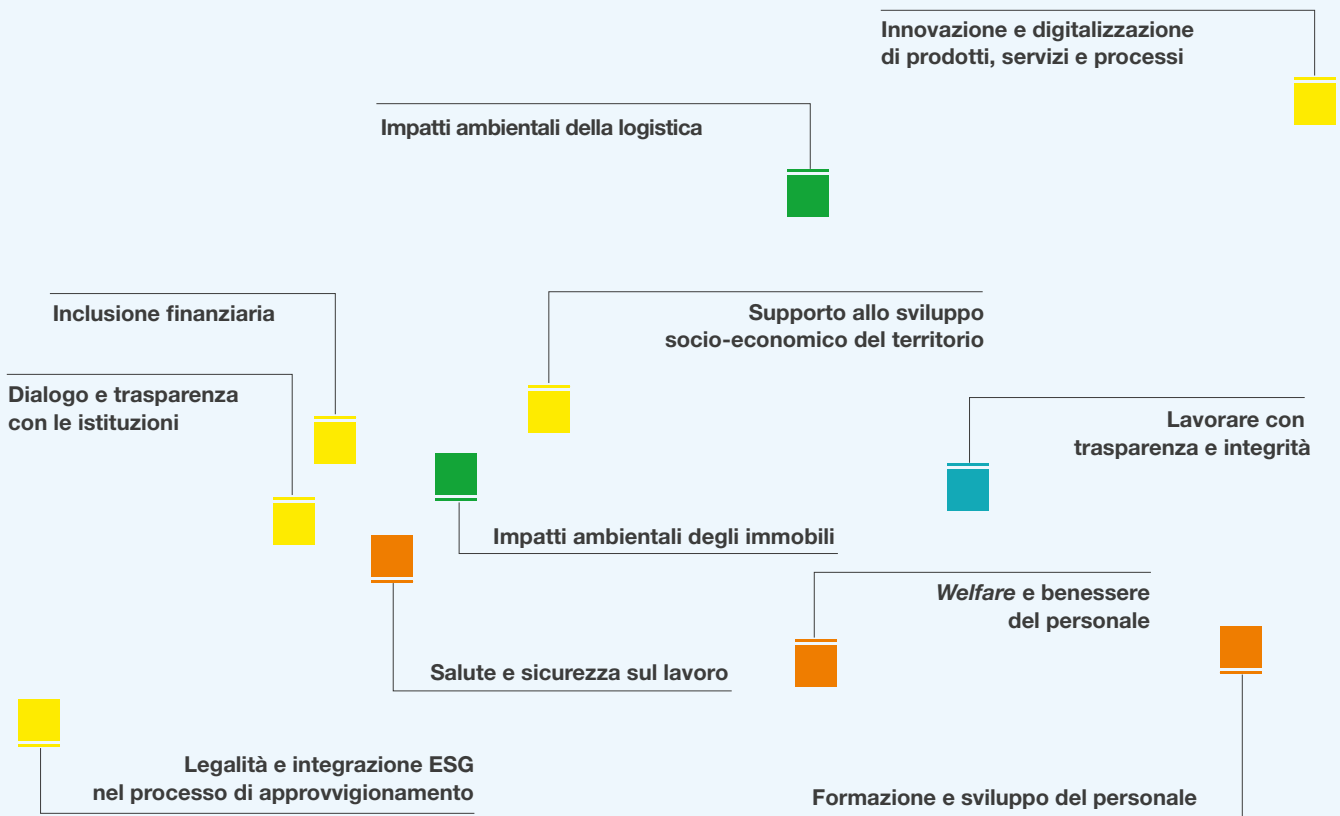


# La matrice di materialità del Gruppo Poste Italiane



Ambiti D.Lgs. 254/16

- Personale
- Società
- Diritti Umani
- Ambiente
- Corruzione
- Trasversale



**MOLTO SIGNIFICATIVO**

## Descrizione dei temi materiali

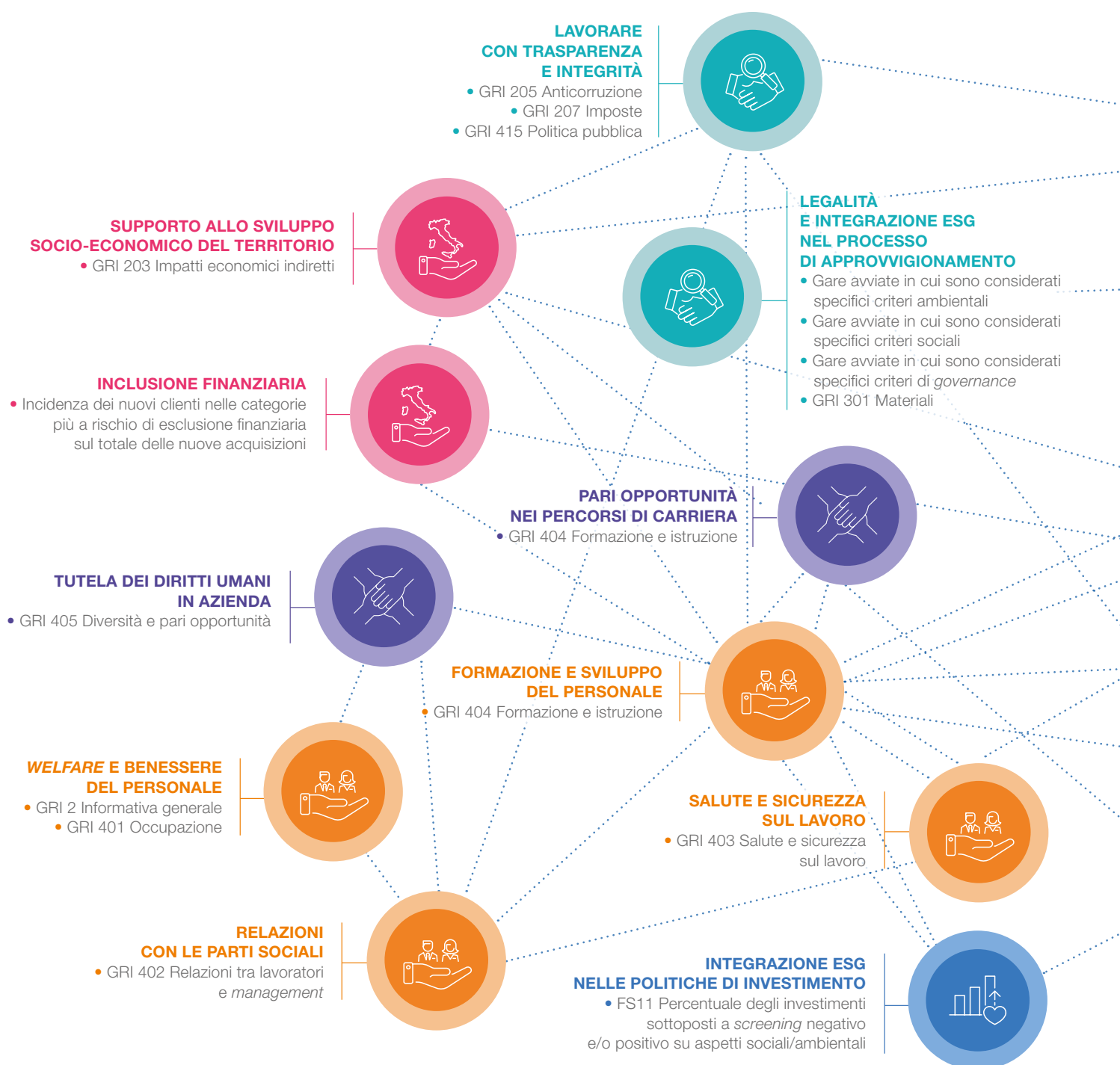
In linea con quanto richiesto dal nuovo *GRI Standard Universal 3*, è riportata di seguito la lista di temi materiali prioritizzati con la descrizione di ciascun tema.

TEMI MATERIALI	CHE COSA SIGNIFICA PER POSTE ITALIANE
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 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.
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.
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/organizzativi</i> .
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.
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..
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 <i>benefit</i> nel campo della sanità, ecc.).
Salute e sicurezza sul lavoro	Tutelare 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 <i>standard</i> nazionali e internazionali sul tema.
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.
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> .

TEMI MATERIALI	CHE COSA SIGNIFICA PER POSTE ITALIANE
<i>Cybersecurity, Sicurezza informatica e Privacy</i>	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.
<i>Qualità e 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.
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.
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 <i>performance</i> 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 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> .
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.
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 <i>standard</i> 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.
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.

## Interconnessione tra temi materiali e metriche

L'approccio integrato adottato da Poste Italiane tiene conto della combinazione, correlazione e interdipendenza tra le tematiche che impattano in modo rilevante le *performance* economiche, sociali e ambientali del Gruppo. A tal proposito, il processo decisionale, che prevede azioni specifiche mirate al perseguimento del successo sostenibile, considera le connessioni e le interdipendenze tra la moltitudine di fattori che influenzano la capacità dell'Azienda di creare valore durevole nel tempo. 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



Valorizzazione  
delle **persone**



**Diversità**  
e inclusione



Valore  
al **territorio**



Transizione  
**green**



**Customer**  
*experience*



**Innovazione**

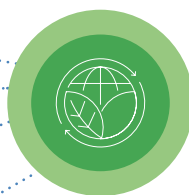


Finanza  
**sostenibile**



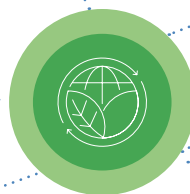
**DIALOGO E TRASPARENZA  
CON LE ISTITUZIONI**

- 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



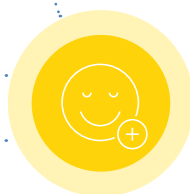
**INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE  
DI PRODOTTI, SERVIZI E PROCESSI**

- 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.

POLITICHE DEL GRUPPO POSTE ITALIANE	OBIETTIVI DELLA POLITICA
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.
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 internet), 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.



POLITICHE DEL GRUPPO POSTE ITALIANE	OBIETTIVI DELLA POLITICA
<p>Linea Guida di <i>compliance</i> per la tutela della concorrenza e del consumatore</p>	<p>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.</p>
<p>Policy Sostegno della genitorialità attiva</p>	<p>La Politica ha lo scopo di predisporre una cornice di riferimento che consenta di supportare la condizione femminile in Azienda, che aiuti la donna, prima e dopo il periodo della maternità, con adeguati percorsi di sostegno e sviluppo attraverso piani anticipatori per poter essere pienamente valorizzata e accompagnata nell'espressione delle proprie capacità personali e professionali. Il documento mira a tracciare una strategia di sviluppo e gestione delle persone, a implementare un moderno modello di gestione della maternità e ad introdurre leve innovative per un coerente e armonico supporto alla genitorialità attiva, integrando in tal modo i vigenti processi di sviluppo delle risorse umane di Poste Italiane.</p>

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

Il Piano Strategico ESG di Poste Italiane è costituito da 8 Pilastri, riconducibili agli ambiti ESG rilevanti per il Gruppo. L'analisi di materialità, tenutasi durante il *Multistakeholder Forum* a dicembre 2022, ha consentito l'identificazione dei temi prioritari sulla base della significatività degli impatti ad essi correlati, da includere nella Strategia di Sostenibilità del Gruppo. Ogni Pilastro è basato su obiettivi e *target* specifici che contribuiscono al raggiungimento dei "*Sustainable Development Goals*" (SDGs) delle Nazioni Unite. Si rimanda al capitolo 7 "Creazione di valore", per approfondire gli obiettivi, le modalità di gestione e le *performance* conseguiti all'interno dei Pilastri del Piano Strategico ESG del Gruppo.

Attraverso il **Piano Strategico**, Poste Italiane si pone l'obiettivo di conseguire una crescita responsabile e accompagnare il percorso di sostenibilità e di inclusione sociale del Paese. Nel definire **le scelte di investimento del Piano** è stato valutato anche il contributo di ciascun intervento agli **8 Pilastri di Sostenibilità del Gruppo**.

L'Azienda, impegnata quotidianamente nella creazione di valore condiviso anche in relazione al raggiungimento degli SDGs, si pone l'obiettivo di traghettare il Paese verso la *carbon neutrality* entro il 2030. In particolare, attraverso iniziative come la cosiddetta *Green Challenge*, che comprende l'ingresso nel mercato *energy* con un'offerta 100% da fonti rinnovabili e la compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> tramite lo sviluppo di strumenti *ad hoc*, Poste Italiane è in grado di comunicare al meglio l'innovativa filosofia di impresa *green* adottata dal Gruppo, ovvero un approccio olistico che incorpora tutti i prodotti, i servizi e i processi di Poste Italiane.

Pagina volutamente lasciata in bianco

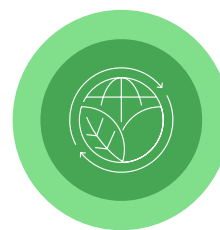
# I Pilastri del Piano Strategico ESG di Poste Italiane a supporto del Piano “2024 *Sustain & Innovate Plus*”

# 2024 *SUSTAIN* & *INNOVATE* *PLUS*

PRINCIPALI CAPITALI COLLEGATI



**1**  
**INTEGRITÀ  
E TRASPARENZA**



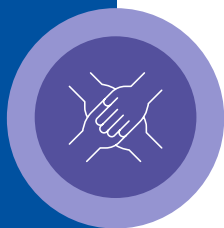
**5**  
**TRANSIZIONE  
GREEN**



**2**  
**VALORIZZAZIONE  
DELLE PERSONE**



**6**  
**CUSTOMER  
EXPERIENCE**



**3**  
**DIVERSITÀ  
E INCLUSIONE**



**7**  
**INNOVAZIONE**



**4**  
**VALORE  
AL TERRITORIO**



**8**  
**FINANZA  
SOSTENIBILE**



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



*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. In particolare, 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.

## < 5.3 Il Percorso di Sostenibilità di Poste Italiane

DNF

Essendo un *driver* essenziale nelle scelte strategiche e finanziarie del Gruppo, la sostenibilità rappresenta una componente integrante delle attività, dei processi e della strategia di Poste Italiane.

Nel corso degli ultimi anni il Gruppo ha intrapreso un ambizioso percorso volto al consolidamento della propria Strategia di Sostenibilità, orientata alla creazione di valore condiviso per gli *stakeholder* di Poste Italiane e sulla propria crescita reputazionale dell'Azienda.

Il Gruppo, pertanto, si è impegnato a diffondere una cultura aziendale incentrata sulle tematiche di natura sostenibile che trovano attuazione concreta in funzione della declinazione di tre principali direttrici – *Reporting*, *Strategia* e *Governance*. L'impegno intrapreso ha permesso sin da subito il conseguimento di importanti trasformazioni evolutive e, al contempo, ha consentito a Poste Italiane di raggiungere numerosi e prestigiosi traguardi nazionali ed internazionali.

### PRINCIPALI CAPITALI COLLEGATI



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

Politica in materia di diversità degli organi di amministrazione e controllo  
 LG per l'investimento in settori sensibili BancoPosta Fondi SGR  
 LG in materia di esercizio del diritto di voto ed attività di *engagement* BancoPosta Fondi SGR  
 LG per l'investimento in settori sensibili del Gruppo Poste Vita  
 LG in materia di esercizio del diritto di voto ed attività di *engagement* del Gruppo Poste Vita  
 Apr '19

Politica di Investimento Responsabile di BancoPosta Fondi S.p.A. SGR  
 Policy aziendale in materia di protezione dei dati personali  
 Mar '19

Politica di Investimento Responsabile del Gruppo Poste Vita  
 Politica di Assicurazione Responsabile del Gruppo Poste Vita  
 Politica sulle iniziative per la comunità  
 Politica di Sostenibilità Ambientale  
 Feb '19

Politica aziendale in materia di tutela e protezione dei Diritti Umani  
 Dic '18

Politica Integrata  
 Nov '18

Adesione PRI e PSI  
 Gen '19

3° Forum Multistakeholder  
 Nov '19

Bilancio di sostenibilità 2012  
 Mar '13

Politica SSL  
 Feb '18

LG ESG  
 Ago '18

Bilancio di sostenibilità 2017  
 Mar '18

Piano Strategico ESG  
 Dic '18

Bilancio Integrato 2018  
 Mar '19

DJ Sustainability World Index e Europe DJ Sustainability Index  
 Set '19

Bilancio Integrato 2019  
 Mar '20

Policy Diversity and Inclusion  
 Feb '20

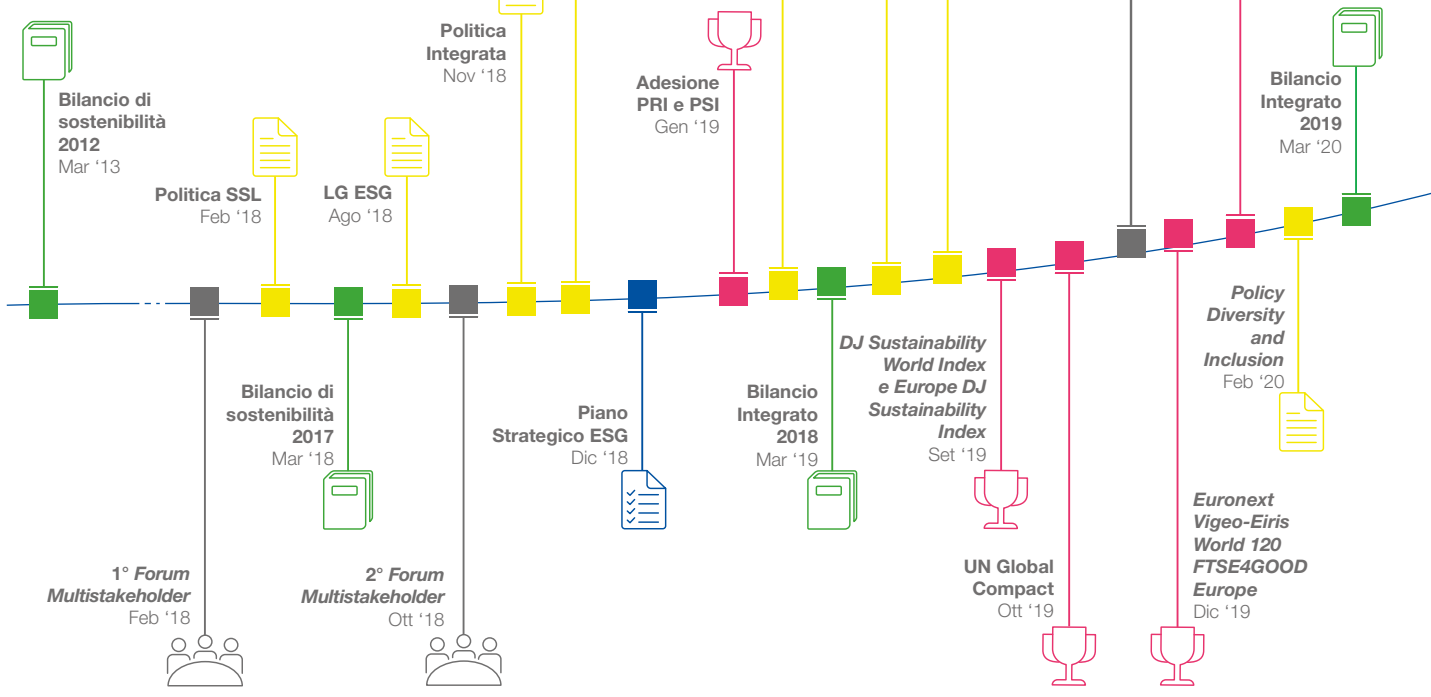
1° Forum Multistakeholder  
 Feb '18

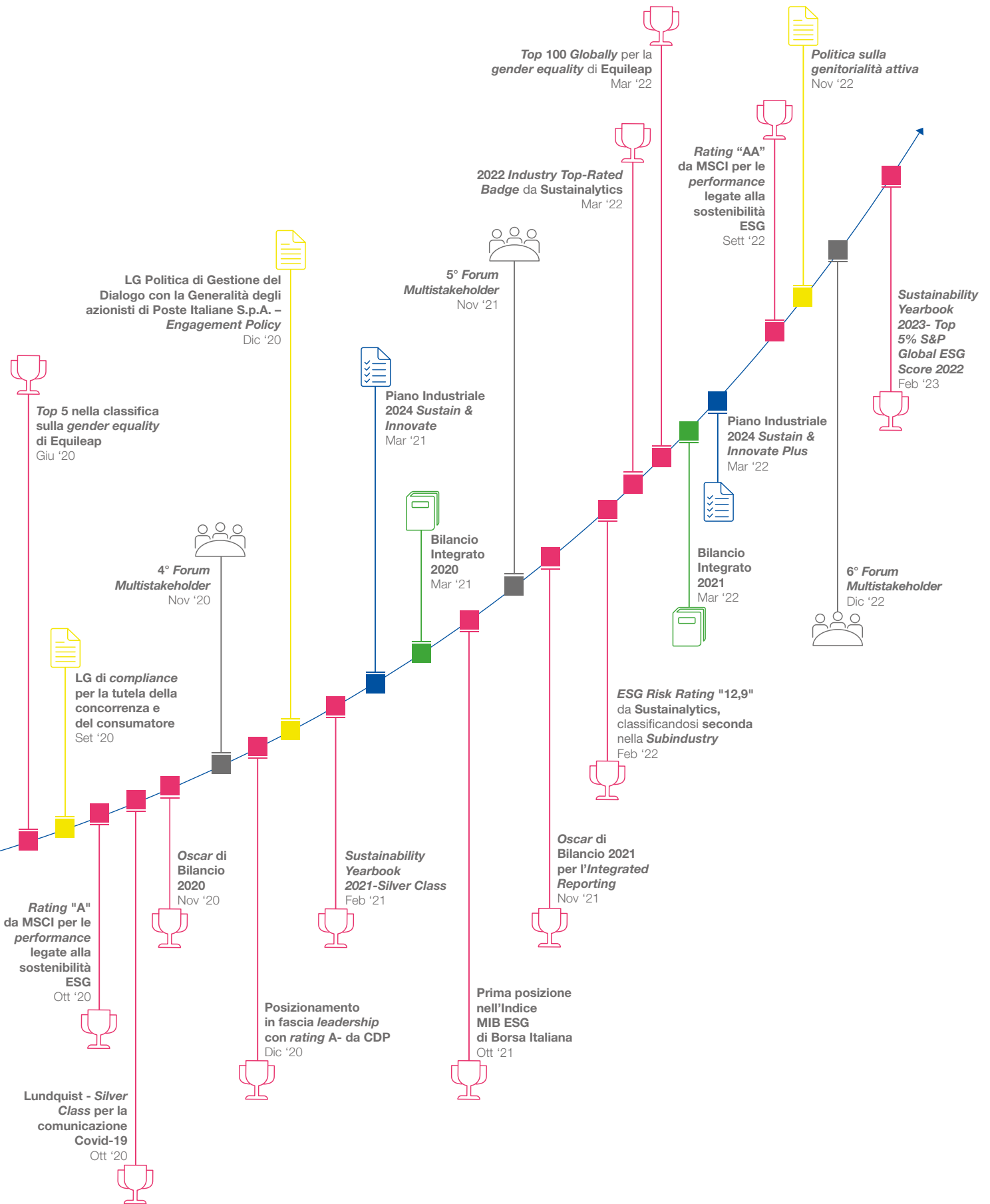
2° Forum Multistakeholder  
 Ott '18

UN Global Compact  
 Ott '19

Euronext Vigeo-Eiris World 120 FTSE4GOOD Europe  
 Dic '19

European Women on Boards Bloomberg Gender-Equality Index Sustainability Yearbook 2020 Women's Empowerment Principles  
 Gen '20





2020

2021

2022

2023



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

Nel contesto attuale la creazione di valore si basa sempre di più su capitali intangibili; pertanto, 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 confronti dell'Azienda ma ne accresce la competitività. A tale scopo, il Gruppo ha deciso di dar seguito al proprio impegno confermando la sua tradizionale vocazione di vicinanza al territorio e alla comunità, ancor più in un momento difficile come quello determinato dal contesto attuale nazionale e internazionale.

Grazie al notevole impegno messo in campo da Poste Italiane e all'efficacia delle scelte strategiche intraprese, volte a consolidare l'immagine e la reputazione del Gruppo, l'Azienda nel corso degli ultimi anni ha conseguito molteplici premi e riconoscimenti.

### Premi e riconoscimenti ESG

#### Top Employer Italia 2023



Poste Italiane è azienda *Top Employer Italia 2023* per il quarto 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 è tra i 25 *brand* più forti al mondo secondo Brand Finance



Poste Italiane è tra le prime 25 aziende globali per forza del marchio secondo la classifica stilata da Brand Finance. L'Azienda ha ottenuto un punteggio di 89/100 e il *rating* AAA, migliorando di 13 posizioni rispetto al 2021. Sono solo 84 i *brand* globali con *rating* AAA.

Al 1° gennaio 2022 il *brand* dell'Azienda ha raggiunto il valore di 7,8 miliardi di dollari, con un incremento del 26% sull'anno precedente.

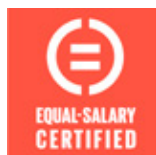
Nella *Brand Finance Insurance 100 2022*, Poste Italiane sale al 18° posto, dal 21° dello scorso anno per la sua capacità di generare valore finanziario. L'incremento del valore del marchio, più che doppio della media delle 100 assicurazioni in classifica, ha consentito all'Azienda di collocarsi al secondo posto tra le compagnie assicurative italiane.

#### Brand Finance Global 500



Poste Italiane rientra nuovamente nel *Brand Finance Global 500*. La classifica, che comprende i 500 marchi a maggior valore finanziario in tutto il mondo, attesta nel 2023 il posizionamento di Poste Italiane al 283° *rank*.

#### La più grande azienda per numero di dipendenti a ricevere la certificazione "EQUAL-SALARY"



La certificazione, rilasciata da "EQUAL-SALARY", organizzazione svizzera indipendente senza scopo di lucro in collaborazione con l'Università di Ginevra, permette alle società di verificare e rendere pubblica l'equità retributiva, a parità di mansioni, all'interno dell'organizzazione aziendale. Poste Italiane è la prima tra le società del FTSE MIB del settore assicurativo e la più grande azienda per numero di dipendenti a ricevere la certificazione "EQUAL-SALARY" per la rigorosa applicazione delle politiche retributive senza pregiudizi di genere, a testimonianza dell'impegno nella creazione di un ambiente lavorativo inclusivo e di una cultura aziendale improntata sul rispetto e sulle pari opportunità nei percorsi di carriera.

#### Postepay Green prodotto dell'anno



Nel 2022, "Postepay Green" ha ricevuto il premio "Elettto Prodotto dell'Anno 2022" nella categoria "Servizi Finanziari giovani". La carta ecosostenibile di Poste Italiane, dedicata ai ragazzi tra i 10 e 17 anni, rappresenta lo strumento di pagamento con il quale PostePay S.p.A. ha avviato la conversione dei prodotti verso materiali *ecofriendly*; questa, infatti, è realizzata con materiali come plastica marina proveniente dagli oceani, materiali di origine biologica (PLA) o con plastica biodegradabile, grazie all'aggiunta di additivi. Questo premio è un importante riconoscimento della capacità sia di innovazione di Poste Italiane che di sostegno alla *New Generation*: la carta, infatti, abilita genitori e figli all'utilizzo di funzionalità *innovative* e *smart* e rappresenta un primo strumento per educare i giovani ad una gestione del denaro consapevole e responsabile, con uno sguardo anche alle tematiche ambientali.

**Leader  
nella comunicazione media 2022**



Nel 2022 Poste Italiane si conferma per il terzo anno consecutivo tra le aziende premiate e certificate per l'impatto della loro comunicazione aziendale con il BIC, la certificazione ideata da *Fortune Italia* ed *Eikon Strategic Consulting*.

Il Gruppo ha risalito la TOP TEN di EIKON Consulting che valuta e compara la *performance* dell'attività di *media relation* e la visibilità delle prime aziende italiane sui principali media nazionali.

**Confermata la 3° posizione nel  
Webranking Europe 500 di Poste  
Italiane**



Nell'ambito della ventiseiesima edizione europea della ricerca "*Webranking Europe 500*", condotta da Lundquist in collaborazione con la società svedese *Comprend*, sulla qualità e la trasparenza dell'attività di comunicazione digitale delle aziende, Poste Italiane si colloca in terza posizione, confermando il proprio posizionamento a livello europeo rispetto all'anno precedente. Il Gruppo ha inoltre conquistato il premio "5 Stars" nella ricerca "Trust" di Lundquist per la trasparenza nella comunicazione, e il primo posto nella sezione carriere e nel settore assicurativo.

**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 2022 – Studenti*". Il Gruppo, negli studi curati da *Universum Global*, società svedese *leader* nell'*employer branding*, è in decima posizione nel segmento "*Business/Commerce*", in nona posizione nel segmento "*Law*", in ottava posizione nel ranking "*Humanities/Liberal Arts/Education*" e ventitreesima nel ranking "*Engineering/IT/Natural Sciences*".

**Gruppo Poste Italiane all'ottavo  
posto nella classifica Audiweb**



Nella classifica Audiweb che rileva l'audience italiana di siti e mobile app, a dicembre 2022, Poste Italiane si è collocata all'ottavo posto assoluto tra tutti gli editori con oltre 26,3 milioni di utenti unici mensili.

**Poste Italiane prima Classificata ai  
Financial Innovation Italian Award –  
Progetto "INSIEME 24SI"**



Nell'edizione 2022 di *Financial Innovation Italian Award*, Poste Italiane si è classificata prima per il premio di HR e Organizzazione con il Progetto "INSIEME 24SI", e seconda nella stessa categoria con il Progetto "App NoidiPoste". Inoltre, il Gruppo ha ottenuto altri due riconoscimenti durante la premiazione: il terzo posto con il progetto PostePremium nella categoria *Wealth Management* e il terzo posto nella classifica "Premio Speciale Istituzione Finanziaria Innovativa" dell'anno 2022.

**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 nel 2022 nella categoria "*Community e Social*" per l'App NoidiPoste.

**Poste Italiane premiata al Touchpoint  
Strategy Award 2022 per la  
campagna "Fianco a Fianco"**



Poste Italiane è stata premiata per la campagna "Fianco a Fianco" nell'edizione 2022 dei Touchpoint Strategy Awards, dedicati al *brand positioning* e alla costruzione delle più efficaci strategie di comunicazione.

Inoltre, in occasione del "Touchpoint New York Festivals Award", la campagna ha vinto il premio Bronze.

**Poste Italiane premiata  
Winner Silver agli Effie Awards**



Poste Italiane è *Winner Silver* degli Effie Awards per ben due volte in due anni, per l'efficacia delle campagne di *marketing* e le *performance* della comunicazione. In particolare, la campagna pubblicitaria "Zuppa Inglese" è stata premiata *Winner Silver* per l'anno 2022.

**NC Awards premia le campagne  
pubblicitarie di Poste Italiane**



In occasione degli NC Awards 2022, Poste Italiane è stata premiata per la campagna "Fianco a Fianco", con il primo posto nella categoria "Banche e Assicurazioni" e il terzo posto nella categoria "Servizi di interesse pubblico". Inoltre, con la campagna "Poste Delivery" il Gruppo ha ottenuto il secondo posto nella categoria "ADV *online*".

**Poste Italiane premiata  
ai Media Key Awards**



Poste Italiane ha conquistato 2 premi negli ultimi due anni in occasione dei Media Key Awards. In particolare, la campagna filatelica "grandi Storie, piccolo spazio 2021" è stata premiata nel 2022 nella categoria "Press&Outdoor".

**TOP 50 Fortune  
CHANGE THE WORLD2022**



Poste Italiane è tra le 50 aziende che, grazie all'impatto del loro *business* e alla sostenibilità, stanno cambiando il mondo secondo il Fortune Change the World 2022.

**Premiata l'iniziativa di people  
engagement "INSIEME 24 SI"**



Poste Italiane ha ottenuto nel 2022 il premio Assochange per l'iniziativa di *people engagement* "INSIEME 24 SI", che ha coinvolto i dipendenti del Gruppo in qualità di autori di idee innovative per la strategia dell'Azienda.

**L'evento celebrativo per i 160 anni  
del Gruppo Poste Italiane  
premiato dal FEIEA**



Poste Italiane è stata insignita del Grand Prix Award 2022 per l'evento celebrativo dei 160 anni di storia dell'Azienda. Il premio è stato assegnato da FEIEA, Europea Association For Internal Communication.

Nel corso del 2022 Poste Italiane ha affermato la propria presenza in importanti indici di sostenibilità, i quali costituiscono validi parametri sia in termini di comunicazione dei risultati agli *stakeholder*, sia per la valutazione e per l'eventuale miglioramento della *performance* interna al Gruppo.

Gli indici di sostenibilità, infatti, vengono utilizzati con una duplice finalità: se da un lato sono oggetto di utilizzo da parte degli azionisti e degli *stakeholder* come strumento di riferimento per valutazioni relative alle *performance* di sostenibilità dell'Azienda rispetto agli altri operatori del mercato, dall'altro vengono utilizzate per analisi interne condotte dal *management* aziendale con l'obiettivo di sviluppare i piani di investimento sostenibile del Gruppo.

## Indici di Sostenibilità in cui è presente Poste Italiane



Nel 2022 Poste Italiane ha confermato la propria presenza per il quarto anno consecutivo all'interno del *Dow Jones Sustainability World Index* (DJSI) e del più selettivo *Dow Jones Sustainability Europe Index*.



Poste Italiane è entrata per il quarto anno consecutivo nei prestigiosi indici di sostenibilità *FTSE4Good*. Gli indici *FTSE4Good Europe* e *FTSE4Good Developed* includono le aziende che si distinguono per una gestione trasparente e l'applicazione di criteri ESG. L'Azienda si è distinta in particolar modo per le proprie *performance* in ambito *Social* e *Governance*.



L'Azienda si è posizionata, per il terzo anno consecutivo, all'interno della fascia "*Leadership*" con *rating A-* della classifica annuale stilata da CDP (ex *Carbon Disclosure Project*). In particolare, Poste Italiane si è distinta per la sua trasparenza nella rendicontazione e per la definizione di politiche e strategie di *business* inclusive di obiettivi *climate-related*.



Nel 2022 Poste Italiane si è confermata al primo posto sia nella classifica complessiva "Universo", sia nella sezione "*Transport&Logistics*", consolidando la propria presenza nell'indice *Euronext Vigeo-Eiris World 120* e negli indici regionali *Euronext Vigeo Eurozone 120* e *Europe 120*.



A partire da ottobre 2021, confermandosi anche nel 2022, Poste Italiane è presente all'interno del nuovo indice di *Euronext MIB ESG*, figurando prima tra le società *best performer*. Il MIB ESG rappresenta il primo indice *blue-chip* per l'Italia dedicato alla sostenibilità, combinando elementi di *performance* economica con valori *Environmental, Social* e *Governance* (ESG).



A novembre 2022, il Gruppo è entrato nel nuovo indice relativo all'uguaglianza di genere "Euronext Equileap Gender Equality Eurozone 100", rientrando tra le 100 aziende dell'Eurozona che hanno dimostrato un forte impegno al fine di migliorare la parità di genere negli ambienti di lavoro.



A marzo 2022 l'Azienda ha ottenuto da parte di *Sustainalytics* un *ESG Risk Rating* pari a 12,7 (*Low risk*), classificandosi seconda a livello *Universe* nella *subindustry Air Freight and Logistics*.



Nel 2023 Poste Italiane è stata riconosciuta da *Sustainalytics* come *top ESG performer* su un panel che conta oltre 15.000 aziende valutate a livello mondiale, ottenendo il *2023 Industry Top-Rated Badge*.



Poste Italiane è stata confermata per il quarto anno consecutivo nel *Bloomberg Gender Equality Index* (GEI), l'indice di riferimento mondiale sulla parità di genere. L'Azienda ha migliorato la propria *performance* rispetto al precedente esercizio, ottenendo ancora una volta uno *score* ben al di sopra del punteggio medio delle società valutate all'interno del GEI, che include 484 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 *gender pay gap*, nonché tra le 5 aziende italiane che sono rientrate nella classifica globale e prima nel settore *financial*.



Poste Italiane ha confermato la propria presenza nell'edizione 2023 del *Sustainability Yearbook* di S&P Global, l'Annuario di Sostenibilità che valuta le *performance* ESG delle principali aziende a livello globale. Il Gruppo rientra nel 9% delle 7.800 aziende valutate per l'ingresso nel *Sustainability Yearbook*, rientrando nella fascia di valutazione "Top 5% S&P Global ESG Score 2022".



Il Gruppo Poste Italiane ha confermato il proprio *rating* pari a 1, considerato il massimo della valutazione, negli ambiti *Environment* e *Social*, nel *Institutional Shareholder Services Inc.* (ISS). Nel 2022, inoltre, Poste Italiane ha migliorato la valutazione della dimensione *Governance* raggiungendo anche per il presente ambito un punteggio massimo pari ad un *rating* di 1.



Poste Italiane nel 2022 ha migliorato la propria *performance* di sostenibilità aziendale e di *leadership* nel settore conquistando la valutazione, in termini di *rating*, di “AA” da parte di MSCI, una delle principali agenzie per i grandi progressi compiuti con riferimento alla sfera sociale.



Poste Italiane nel 2022 ha debuttato nello *STOXX Global ESG Leaders Index*, ovvero l'indice che include circa 400 società *leader* globali in termini di sostenibilità aziendale, il quale è strutturato a partire dal paniere di imprese appartenenti allo *STOXX Global 1800*.