

**BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2005
TNT EXPRESS ITALY**



TNT Global Express S.p.A.
Direzione Generale
Corso Lombardia, 63
10099 - San Mauro Torinese (TO)
Tel. +39 011 2226111
www.tnt.it





Indice

Metodologia e Approccio	4
Lettera agli stakeholder	6
Identità e Governance	8
Storia	10
Gruppo TNT	11
Divisione TNT Express	14
TNT Express Italy	16
Corporate Governance	18
Struttura organizzativa di TNT Express Italy	20
Promuovere la Responsabilità Sociale	22
Dialogo con gli stakeholder	24
Mappa degli stakeholder	26
Modalità di coinvolgimento	27
Sintesi dei risultati e obiettivi	28
Performance economica	32
Performance sociale	40
Persone	42
Clienti	64
Fornitori	80
Ambiente	90
Collettività	100
Obiettivi di miglioramento	110
Obiettivi 2006	112
Attestazione della Società di Revisione	114
Prospetto degli indicatori	118

METODOLOGIA E APPROCCIO

TNT Express Italy attraverso il Bilancio di Sostenibilità 2005 presenta ai propri stakeholder il costante impegno nell'ambito della Corporate Social Responsibility (CSR) e i risultati raggiunti dall'attività di business e gestionale ad essa orientate. L'approccio metodologico utilizzato riprende i principali elementi della scorsa edizione ma con alcuni approfondimenti; per la prima volta sono stati condotti Focus Group con i principali interlocutori e il metodo di rilevare i dati utili al calcolo degli impatti economici sugli stakeholder è stato affinato attraverso l'implementazione di un nuovo sistema di gestione. Per quanto riguarda la presentazione dei dati gestionali, si è colta l'occasione dell'introduzione del nuovo sistema di gestione per effettuare alcune riclassificazioni ed analisi al fine di rendere migliore l'informativa; per motivi di comparabilità i dati 2004 sono stati riclassificati in modo coerente. Si confermano gli standard di riferimento: le 'Sustainability Reporting Guidelines' dalle quali sono stati estrapolati i principi di redazione ed i contenuti del documento nonché, per la determinazione e la ripartizione del valore aggiunto, il prospetto previsto dai 'Principi di redazione redatti dal GBS (Gruppo di studio per il Bilancio Sociale). Si confermano come standard di riferimento per i dati di gestione forniti nella sezione 'Performance economica' gli 'IFRS', principi contabili emanati dall'International Accounting Standards Board ed applicati dal Gruppo TNT sia per la reportistica interna di gruppo sia per il bilancio consolidato distribuito ai suoi azionisti. I dati di gestione forniti nel capitolo 'Performance Economica' provengono dal sistema di reportistica interna del Gruppo, opportunamente rettificati per eliminare scritture effettuate unicamente in una logica di bilancio consolidato TNT. I principi di rendicontazione sono stati declinati ed adattati al contesto di TNT Express Italy, ispirando l'intero processo.

TRASPARENZA

Il processo di raccolta dati è stato coordinato e gestito da un gruppo di lavoro afferente al Servizio Comunicazione e CSR, che ha proseguito l'approfondimento avviato lo scorso anno con tutte le Direzioni, affinando il sistema parametrico delle variabili CSR governate da ciascuna di esse e impostando il processo di raccolta dati. I dati e le informazioni sono stati poi rielaborati dal team preposto, il quale ha sottoposto il materiale raccolto all'approvazione delle funzioni interessate e del top management, completando il processo condiviso di redazione dei contenuti. Nell'identificazione dei KPI si è tenuto conto del sistema di reporting di Gruppo che ha portato alla pubblicazione nel 2006 della seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo TNT.

INCLUSIVITÀ

Per quanto attiene le metodologie e il processo di coinvolgimento degli stakeholder, informazioni specifiche sono contenute nel capitolo "Dialogo con gli stakeholder". Come accennato in apertura di paragrafo, novità rilevante rispetto allo scorso anno è la conduzione di Focus Group organizzati specificamente per il Bilancio di Sostenibilità, dai quali sono emerse tematiche e considerazioni che verranno prese in esame nel processo decisionale dell'azienda.

VERIFICABILITÀ

Per la raccolta dei dati e la stesura del Bilancio di Sostenibilità sono stati utilizzati esclusivamente strumenti impiegati abitualmente per la gestione dell'attività, informazioni estratte dunque dai sistemi informativi interni. Per il quarto anno consecutivo il documento è stato sottoposto ad attività di verifica da parte della società di revisione contabile PricewaterhouseCoopers.

COMPLETEZZA

Il perimetro di rendicontazione rimane invariato rispetto all'anno precedente; con la fusione per incorporazione in TNT Global Express S.p.A. delle società Transpex Sud S.r.l. e SDO S.r.l. già parte di TNT Express Italy, tale perimetro comprende: le società TNT Global Express S.p.A., TNT Sameday S.r.l., TNT Services Italy S.p.A. e TNT Central Services S.r.l.. Per il calcolo del Valore aggiunto non è stata considerata la società TNT Central Services S.r.l. in quanto l'attività svolta è riferita a servizi intercompany. Rispetto alla configurazione legale del Gruppo è esclusa la società di diritto olandese Gelders N.V., in quanto non svolge attività operativa. Lo "scope" del Bilancio

è circoscritto agli impatti diretti dell'azienda in termini economici, sociali e ambientali; i dati e le informazioni si riferiscono all'esercizio compreso dall'1/1/2005 al 31/12/2005, fatta eccezione per limitati casi riguardanti il Gruppo TNT, le cui fonti sono i documenti di comunicazione istituzionale, con l'obiettivo di meglio chiarire al lettore il contesto in cui operano le società italiane. A tal uopo, per TNT si intende il Gruppo a livello globale, TNT Express identifica la Divisione Express, mentre TNT Express Italy comprende l'insieme delle aziende rientranti nel citato perimetro.

RILEVANZA

Per l'individuazione delle informazioni rilevanti, in particolare per la prospettiva dell'utilizzatore dei dati, sono stati considerati i contenuti e gli indicatori previsti dalle suddette linee guida GRI, le esigenze del management e i risultati dell'attività di dialogo con gli stakeholder.

ACCURATEZZA

I dati delle società considerate nel perimetro sono ottenuti dai sistemi informativi interni, raccolti dalle funzioni interessate e consolidati centralmente per la redazione del Bilancio. Novità rispetto alla precedente edizione è l'affinamento del metodo di rilevare i dati utili al calcolo del Valore aggiunto ottenuto, grazie all'implementazione di SAP, nel sistema di rendicontazione.

NEUTRALITÀ

Le informazioni riportate documentano le performance complessive dell'azienda tenendo conto dei punti di vista dei differenti stakeholder; sono infatti inclusi congiuntamente dati indicativi di performance positive e dati di senso opposto.

COMPARABILITÀ

Ove opportuno sono stati riportati dati di trend relativi al triennio 2003-2004-2005. I casi di dati privi di comparazione sono ascrivibili a:

- informazioni non presenti negli esercizi precedenti la cui raccolta presenta un'eccessiva onerosità
- utilizzo di metodologie di calcolo diverse da quelle degli scorsi anni.

In linea con il processo di miglioramento, sono stati rilevati disallineamenti rispetto ad alcuni dati presentati nel Bilancio di Sostenibilità 2004, che sono stati dunque modificati in questa edizione e appositamente evidenziati. L'adozione dei principi del GRI consente il confronto con altri operatori di settore sulla base delle stesse componenti informative.

CHIAREZZA

Il linguaggio utilizzato per la stesura del Bilancio di Sostenibilità è in linea con lo stile della comunicazione istituzionale dell'azienda. Per raggiungere un maggior numero di stakeholder si è ricorsi ad una pluralità di strumenti di divulgazione. Si intende ripetere l'esperienza del 2004, pertanto una copia cartacea del documento sarà inviata a tutti i dipendenti, ai clienti più importanti, ai sub-contractor e ad alcuni autotrasportatori, ai principali fornitori e ad un panel di referenti della "CSR Community". Tutte le edizioni del Bilancio di Sostenibilità sono scaricabili dalla sezione Responsabilità Sociale del sito italiano www.tnt.it.

CONTESTO DI SOSTENIBILITÀ

Attraverso lo svolgimento dei Focus Group con i principali interlocutori, l'azienda ha potuto ampliare gli strumenti cognitivi a disposizione, al fine di comprendere il proprio ruolo e gli effetti del proprio operato all'interno di un contesto dato sia globale sia regionale.

TEMPESTIVITÀ

Si conferma come area di miglioramento la tempestività, prevedendo per la prossima edizione di anticipare la tempestiva di pubblicazione in linea con le necessità informative degli utilizzatori del Bilancio di Sostenibilità.



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Nei cinque anni in cui abbiamo presentato il Bilancio Sociale prima, e l'attuale Bilancio di Sostenibilità poi, è accaduto letteralmente di tutto. Il mondo è cambiato, l'economia è cambiata, TNT è cambiata, noi stessi siamo cambiati. Se c'è una cosa di cui possiamo essere certi è che questi cambiamenti continueranno, e a velocità sempre più sostenuta. Di un'altra cosa possiamo essere certi: non è affatto detto che il cambiamento rappresenti di per sé un'evoluzione. Potrebbe essere, e in molti casi lo è, un'involuzione. Vivere costantemente con l'acceleratore premuto non è la migliore condizione per riflettere, per guardarsi intorno, per porsi delle domande.

Può sembrare paradossale che a fare queste affermazioni sia un manager di un colosso del trasporto espresso, che ha fatto della velocità la sua ragion d'essere fin dalla nascita. Ma lo è solo in apparenza. Se la velocità fa parte del DNA di un'azienda, la si può coniugare con caratteristiche in teoria antitetiche, come la precisione e la lucidità. A TNT, d'altra parte, il cliente non chiede solo di consegnare la sua merce, ma di farlo entro tempi stabiliti. Cosa diversa è quando la velocità non rientra nel proprio statuto, ma è il frutto di scelte imposte, di situazioni contingenti. Subire la velocità è cosa diversa dal saperla gestire. La risorsa tempo, proprio come l'acqua o il petrolio, sta diventando ogni giorno più scarsa: questa progressiva erosione è dovuta alla difficoltà che tutti incontrano nell'astrazione, nella contestualizzazione, nella relativizzazione di un discorso, di un problema. Ecco perché un documento come questo, a cinque anni dalla sua prima pubblicazione, conserva intatto il suo valore che, a differenza di tutto il resto, non è cambiato, ma anzi è cresciuto, parallelamente all'affinamento dei contenuti. Perché rappresenta una tappa, un traguardo e, insieme, l'inizio

di un ulteriore cammino per la nostra azienda e ci consente ogni anno di "fare il punto della situazione". Grazie al Bilancio di Sostenibilità possiamo vedere come TNT Express Italy sia riuscita a mantenere una grande coerenza nella sua condotta di azienda socialmente responsabile e come tale status sia parte integrante del suo modo di essere e di rapportarsi verso i propri stakeholder, interni ed esterni. Anche il 2005, in assoluto l'anno in cui sono avvenute maggiori trasformazioni nella storia di TNT Express Italy, lo conferma. Più il contesto in cui si opera è soggetto al mutamento, più è importante che vi siano dei punti di riferimento stabili, degli approdi. Questo documento certamente lo è. E visto che il "veicolo" che mi ospita lo consente, mi permetto anch'io un'astrazione o, meglio, una piccola digressione. Due secoli fa la gran parte della produzione manifatturiera e agricola era concentrata in Cina ed in Asia. In un tempo molto breve, l'Europa ha guadagnato una posizione di assoluto predominio, grazie soprattutto a riforme nell'organizzazione dello stato, delle imprese, delle leggi, della tecnologia. In sintesi, grazie ad una diversa concezione del mondo, ad un modo differente ed innovativo di risolvere i problemi.

Due secoli dopo, il baricentro del mondo sembra spostarsi nuovamente a Est. In pochissimo tempo il modello occidentale è stato riprodotto in estremo oriente. I numeri ci parlano del successo evidente di questa operazione. Ma tra le righe è possibile scorgere come questo processo non avvenga in maniera indolore: il dialogo con il contesto circostante, ad esempio, sembra non essere contemplato. Non è una lacuna da poco e, anche se il vortice del cambiamento ci permette solo di percepirne appena la reale portata, una considerazione appare comunque chiara e mi rimanda a quanto dicevo all'inizio: lo sviluppo fine a se stesso non è vero sviluppo. Progresso ed evoluzione derivano dai concetti, dalle idee, dalle intuizioni. Sono loro a muovere il mondo. E nascono dall'osservazione, dall'astrazione, dalla riflessione.

Chi ha creato l'idea di Responsabilità Sociale dell'Impresa nel 1984 (a Londra) si deve inevitabilmente essere fermato un momento a riflettere sul senso, sul significato, sulla direzione che il mondo stava prendendo. Quello che avete tra le mani, e che spero possiate leggere con attenzione, è uno dei prodotti di quella riflessione. La Responsabilità Sociale ridisegna il ruolo, la funzione e gli obiettivi delle imprese che la adottano. Le rende parte attiva del contesto in cui operano e non più soggetti anonimi che agiscono all'interno di uno schema, deciso da altri, al quale aderiscono acriticamente. È un concetto innovativo così come, ad un livello differente, lo è la focalizzazione sul cliente sia esterno sia interno, tema dominante di questa edizione del Bilancio. Si tratta, in entrambi i casi, di idee che ci parlano di cura, attenzione, rispetto, dialogo: con il contesto circostante o con una parte di esso. Volendo estremizzare, chi come noi "sale" sul treno della responsabilità sociale ha bene in mente dove arrivare. Chi invece "sale" sul treno della competitività slegata da ogni valore di riferimento si mette in viaggio verso l'ignoto. Non sa dove, come, quando e soprattutto se arriverà. Ho quindi il piacere di invitarvi a salire a bordo del nostro Bilancio di Sostenibilità per condividere il racconto del nostro, e vostro, 2005. Buon viaggio!

Christian Drenthen
Amministratore Delegato TNT Express Italy

IDENTITÀ E GOVERNANCE

La nostra identità è simile ad un ologramma: cambia ogni qualvolta muta l'angolo di osservazione, ma fondamentale l'immagine resta la stessa, quella di TNT. Eredità, geografia, struttura, approccio manageriale, comportamenti, personalità; a livello di Gruppo o di Business Unit, da noi le differenze non contano. Restiamo comunque un'organizzazione unica con un solo nome: TNT.

STORIA

L'identità di TNT è maturata nel corso di un ampio arco di tempo ed è tuttora in evoluzione. Lo dicono le sue origini. Ken Thomas, un giovane australiano di 33 anni senza alcuna esperienza nei trasporti, creò nel 1946 un'azienda con un solo camion, che nel 1958 divenne Thomas Nationwide Transport (TNT). Le Poste Olandesi nacquero invece quasi 150 anni prima, nel 1799. All'inizio degli anni '90 sarebbe stato difficile per chiunque trovare elementi in comune fra realtà così diverse. Fu quindi una sorpresa quando nel 1996 le Poste Olandesi acquisirono TNT.

Da allora, è nata un'organizzazione che combina le competenze di mondi totalmente separati. Le radici australiane e olandesi rendono TNT globale e locale, creando un interessante paradosso: pur essendo un player globale che serve oltre 200 Paesi, TNT non è mai distante dalle comunità e dai business locali. La sua stessa identità visiva trascende i confini organizzativi e geografici: il logo TNT - dinamismo, copertura territoriale, movimento - e il colore arancione - energia, calore, dedizione - simbolizzano ovunque ciò che l'azienda aspira ad essere, contribuendo ad unirne le peculiarità.

In quasi ogni parte del globo le persone di TNT svolgono attività che mirano ad un solo obiettivo: consegnare lettere, pacchi e merci. Con ogni consegna l'azienda rispetta una promessa fatta e consolida la fiducia dei propri clienti. Posta di fronte a richieste sempre più sofisticate, frutto di sistemi che semplificano e velocizzano il confronto delle caratteristiche e dei prezzi dei servizi, TNT ha scelto di mettere il cliente al centro di tutto: superarne le aspettative è centrale alla mission dell'intera azienda. Per riuscirci, i comportamenti incidono quanto le competenze: i dipendenti TNT, diversi per nazionalità e cultura, sono collegati come un unico grande team e condividono i valori aziendali.

Dall'11 aprile 2005 TNT N.V. è la nuova ragione sociale nella quale si riconosce il Gruppo. In una realtà sempre più globale, operare ovunque con lo stesso brand indica la volontà di proseguire lungo il cammino di crescita intrapreso ai tempi in cui nacque l'azienda in Australia, esattamente 60 anni fa.

GRUPPO TNT

Profilo

TNT N.V. mette a disposizione di aziende e consumatori nel mondo una vasta gamma di servizi per ogni esigenza di consegna espressa e postale. Dotato di efficienti infrastrutture nei vari continenti, il Gruppo è fortemente orientato all'espansione per rendere sempre più capillare la copertura offerta dal proprio network. Quotato alle Borse di Amsterdam, dove ha sede, e New York, con le Divisioni Express e Post impiega 128.000 dipendenti e serve oltre 200 Paesi¹⁾.

In qualità di operatore globale, TNT riconosce la propria responsabilità sociale e ciò la spinge a guardare oltre i semplici interessi commerciali, consapevole dell'importanza di relazionarsi con le persone e con il pianeta in modo conforme. Le partnership con il World Food Programme e l'Environmental Programme delle Nazioni Unite nascono con l'intento di contribuire a sconfiggere la fame e l'inquinamento nel mondo.

Strategia

A dicembre il Gruppo ha annunciato una nuova strategia incentrata sulla propria competenza core: fornire servizi di trasporto gestendo i network distributivi nell'ottica di incrementare il business. Tre gli elementi chiave sui quali fare leva:

1. Focus sul network
2. Vendita della Divisione Logistics
3. Ottimizzazione della struttura di capitale

Il lancio del programma 'Focus on Networks' scaturisce da un'accurata revisione dei processi operativi allo scopo di definire le migliori opportunità per servire i clienti, far crescere i volumi e creare valore per gli azionisti. Dalla scelta strategica di concentrarsi sui network consegue la decisione di cedere il ramo logistico del Gruppo (TNT Logistics), ad eccezione delle attività di Freight Management e Innight - fortemente legate alle reti distributive e quindi integrate nella Divisione Express.

Oltre a garantire la crescita capitalizzando la propria capacità di condurre i network, il Gruppo intende focalizzarsi sulle occasioni offerte dai mercati emergenti, primi fra tutti la Cina e l'India. Sono già stati compiuti passi importanti in questa direzione sia per quanto concerne il potenziamento della flotta aerea, con nuovi collegamenti diretti operativi dal 2006 fra l'Hub europeo di TNT a Liegi e i principali centri commerciali in Cina, sia dal punto di vista dell'implementazione dell'operatività road in India. Crescere nel mondo implica consolidare innanzitutto la leadership in Europa, puntando su fattori critici di successo quali l'infrastruttura air e road, la densità dei network di linea cross-board, la gestione efficace di grandi volumi in grado di abbassare i costi unitari e, non ultimo, il rafforzamento della brand awareness.

In quanto player globale di primo piano, TNT non può prescindere dall'investire sulla propria reputazione e dal perseguire la strada che conduce all'integrità, alla trasparenza, alla sostenibilità e al pieno rispetto delle risorse del pianeta. Questi elementi trovano una chiara rappresentazione nella Casa TNT.

¹⁾ Ulteriori informazioni su TNT sono disponibili su <http://group.tnt.com>

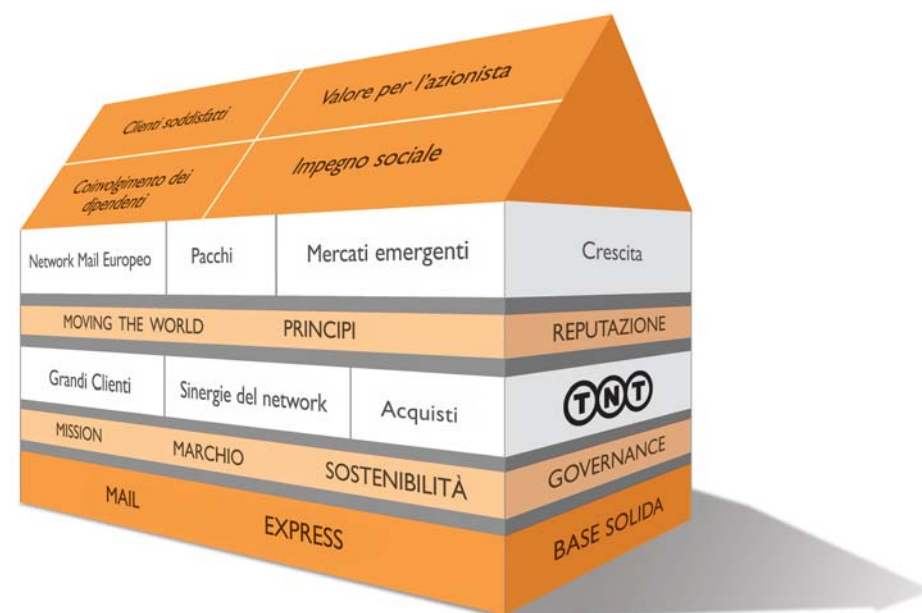
La Casa TNT

Per effetto della nuova organizzazione la Casa TNT creata nel 2004, metafora dell'intero Gruppo, è stata oggetto di 'ristrutturazione': l'obiettivo è renderla costantemente coerente con il modo in cui l'azienda opera nei diversi settori di mercato.

Alla base vi sono le Divisioni Express e Post (Mail): la struttura interdivisionale di TNT consente di integrare verticalmente competenze e know-how, anticipando in tal modo le richieste dei clienti. Il piano successivo, con le sinergie a livello di grandi clienti, network e acquisti, dà valore aggiunto alla collaborazione fra le Divisioni. Gli elementi posizionati fra questi due piani - mission, marchio, sostenibilità e governance - tengono unita e rendono solida la casa.

Al livello superiore troviamo le opportunità di crescita da perseguire: i network postali europei, il business dei pacchi e i mercati emergenti. Il collante con il piano sottostante è dato da Moving the World, il progetto scaturito dalla partnership con il World Food Programme, dai principi e dalla reputazione aziendale. Il tetto è composto dai quattro fattori critici di successo: clienti soddisfatti, dipendenti coinvolti e motivati, valore per gli azionisti e impegno per il sociale.

Allo scopo di mantenere la propria casa in ordine, TNT ha scelto di aderire a codici etici e principi normativi che costituiscono l'essenza dell'ideologia radicata nella responsabilità sociale. Un cammino che TNT ha intrapreso non per semplice dovere, ma perché ritiene sia la cosa giusta da fare.



Mission e Principi di TNT

TNT non vuole limitarsi a pensare in termini di profitto a breve termine, bensì concentrarsi su obiettivi che porteranno successo anche in futuro. A tale scopo, ha definito la propria mission e i propri principi di riferimento.

Mission

La nostra mission è andare oltre le aspettative dei clienti nel trasporto delle loro merci e nella consegna dei loro documenti in tutto il mondo. Creiamo valore per i nostri clienti offrendo loro le più affidabili ed efficienti soluzioni per la distribuzione e per la gestione dei network.

Manteniamo la nostra leadership:

- infondendo orgoglio nelle nostre persone
- creando valore per i nostri azionisti
- impegnandoci in maniera responsabile per un mondo migliore.

Principi

- Agire con onestà
- Impegnarsi a soddisfare i clienti, sempre
- Ricercare il costante miglioramento in ogni azione intrapresa
- Considerare le persone che lavorano con noi al centro di tutto
- Operare nell'ottica dello spirito di squadra
- Misurare il successo nel rispetto dello sviluppo sostenibile
- Lavorare per un mondo migliore.

DIVISIONE TNT EXPRESS

Profilo

TNT Express è la Divisione del Gruppo dedicata alle consegne esposte business-to-business. Leader a livello mondiale, è in grado di fornire un'ampia gamma di servizi integrati volti a soddisfare ogni esigenza del cliente. Con un network estremamente articolato, comprendente quasi 900 strutture tra Filiali, Hub e Centri di Smistamento, 19.000 veicoli e 43 aerei, TNT Express vanta la più grande infrastruttura per la consegna espressa door-to-door aerea e su strada in Europa. Da gennaio 2004 la Divisione è guidata dal Group Managing Director Marie-Christine Lombard.

Strategia

La Divisione TNT Express si impegna ad offrire un servizio dagli elevati standard qualitativi facendo leva sulla capillarità e sull'integrazione dei singoli network domestici. Gli obiettivi condivisi da tutte le Business Unit sono aumentare il vantaggio competitivo sulla concorrenza, andare oltre le aspettative dei clienti, incrementare il business e creare valore per gli investitori. Nel corso dell'anno la politica di espansione del network, tesa a rafforzare la leadership in Europa e a crescere in mercati chiave quali Medio ed Estremo Oriente, ha prodotto significativi progressi.

La Divisione ricerca costantemente soluzioni a 360 gradi sotto il profilo della pianificazione e della progettualità infrastrutturale per far fronte all'evoluzione del settore e vanta il Network Road Europeo più esteso del continente: collega 33 nazioni con 4.000 linee internazionali su 2 milioni di km e consegna 5.700 tonnellate di merce a settimana. Nel 2005 TNT Express ha posto le basi per consolidare e rafforzare ulteriormente il proprio network. Rientra in questo processo l'acquisizione di ISH Nocni Express, fornitore leader di servizi 'Innight' nella Repubblica Ceca e in Slovacchia, consolidata a inizio 2006. Il network Innight di TNT si avvale di oltre 1.200 dipendenti, 71 magazzini, gestisce 93.000 spedizioni al giorno e copre la maggior parte dell'Europa.

Parallelamente, il Network Europeo Air con base a Liegi è stato rafforzato grazie all'inserimento di due nuovi Boeing 737-300F, facendo salire a 9 il numero di velivoli di questo tipo della flotta TNT. Merita di essere condivisa anche l'acquisizione di TG+, azienda spagnola leader nella distribuzione domestica, avvenuta a fine anno. In Spagna TNT ha ora 4.000 dipendenti e 70 magazzini al servizio di 25.000 clienti.

Il Medio Oriente, mercato in grande espansione e potenziale crocevia dei futuri traffici internazionali, si è rivelato altrettanto determinante per il programma 'Focus on Networks'. La spina dorsale della strategia di TNT nella regione è il network stradale, come conferma la crescita esponenziale negli ultimi tre anni (+60% all'anno). TNT punta a triplicare la propria presenza entro cinque anni capitalizzando il successo del prodotto 'non documento', in vertiginosa crescita (+40% all'anno). Per raggiungere questo risultato, a novembre 2005 il Gruppo ha reso noto un investimento di \$ 810.000 ad Abu Dhabi e Al Ain (Emirati Arabi) e introdotto il primo servizio espresso road in assoluto fra Emirati Arabi ed Iran.

L'ingresso di TNT nel segmento delle consegne esposte domestiche in India si è concretizzato ad inizio 2006: il potenziamento delle reti distributive in questo mercato richiederà un investimento di circa 100 milioni di euro nei prossimi 5 anni. TNT mira a diventare il corriere leader nel Paese avvalendosi di un network air e road integrato: l'azienda ha già portato il numero delle località raggiunte dai propri servizi da 17 ad oltre 50, ed entro la fine del 2006 si avvarrà di oltre 144 strutture.

In Estremo Oriente, la Divisione intende colmare l'assenza di collegamenti stradali omogenei

implementando un network simile a quelli operativi in Europa e in Medio Oriente. A novembre 2005 è stata ratificata la Joint Venture con Cosco Group, principale azienda di spedizioni in Cina e seconda nel mondo. Sul fronte road, TNT gestisce l'unico network road integrato che passando per Singapore si estende attraverso la Malesia e la Thailandia: a breve si aggiungeranno anche la Cambogia e il Vietnam, sino ad includere la Cina. Proprio in Cina TNT ha completato in dicembre l'acquisizione di Hoau, l'operatore domestico leader nella distribuzione pacchi e nel freight: l'infrastruttura di Hoau comprende 1.000 magazzini e 56 Hub dislocati su tutto il territorio cinese, al servizio delle principali città con una flotta di oltre 3.000 veicoli e 12.000 dipendenti. Il lancio del network express intra-cinese e del collegamento aereo Europa/Cina posiziona TNT quale principale fornitore di trasporti integrati nella regione.

Obiettivi Strategici per il 2006

Dalla strategia di Gruppo e ancor più nel dettaglio da quella della Divisione sono stati estrapolati in sintesi i seguenti obiettivi:

- diventare il numero 1 in Europa nei flussi intra-UE, focalizzandosi sulla qualità del servizio e sullo sviluppo del traffico transfrontaliero
- diventare leader nel mercato interno cinese e conquistare la principale quota nei flussi di servizi Cina-Europa, accelerando i collegamenti e rafforzando la gestione dei grandi clienti
- diventare il numero 1 nei mercati emergenti e conquistare solide posizioni in India, Medio Oriente, Africa e alcuni Paesi dell'America Latina, considerando gli USA come un mercato di nicchia
- difendere i business domestici gestendo i costi unitari e colmando le aree geograficamente scoperte
- sfruttare l'opportunità offerta da Freight Management
- diventare il numero 1 negli Special Services (servizi ad alto valore aggiunto).

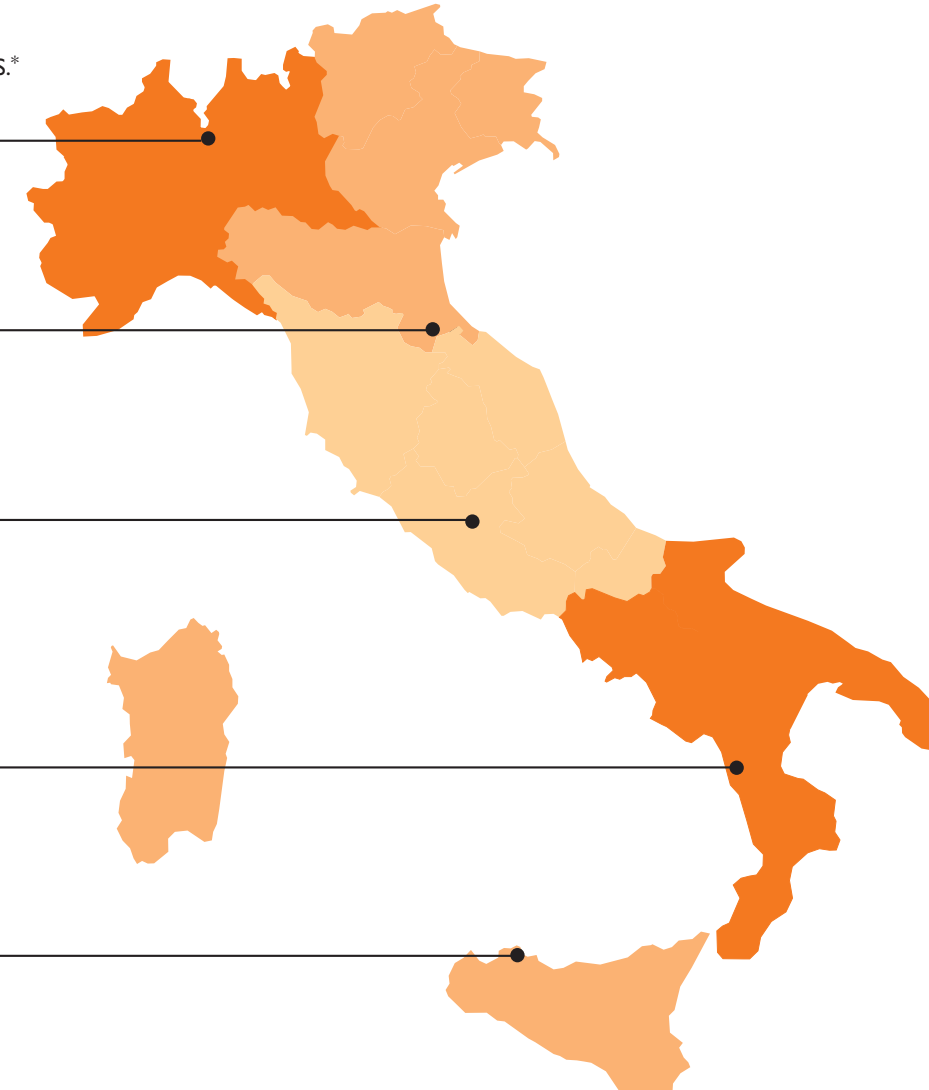
TNT EXPRESS ITALY

Profilo

TNT Express Italy dispone di 134 Filiali dislocate omogeneamente sul territorio nazionale, 18 Hub, 6 Customer Service (C.S.) e oltre 1.000 TNT Point (centri di raccolta dove effettuare la spedizione di lettere e piccoli pacchi). Grazie alla capillarità e al supporto del network globale della Divisione TNT Express, l'azienda può seguire i clienti nella loro realtà locale con soluzioni ad hoc e garantire collegamenti in tutto il mondo. La qualità dei servizi, elemento discriminante sul quale TNT intende fare leva, ha come pilastri l'innovazione e la rapidità nel proporre soluzioni in grado di creare valore. Esempio recente del costante orientamento al cliente, unito alla ricerca e sviluppo di prodotti customizzati, è l'integrazione di Special Services - il segmento di trasporto dedicato alla categoria di servizi cosiddetti speciali - ai prodotti standard domestici e internazionali: una scelta che permette all'azienda di rispondere 'sì' ad ogni richiesta.

Presenza geografica

	Filiali	Hub	C.S.*
Nord Ovest			
Piemonte	11		1
Lombardia	27	3	1
Valle d'Aosta	1		
Liguria	6		
Nord Est			
Trentino Alto Adige	3		
Friuli Venezia Giulia	4		
Veneto	13	2	1
Emilia Romagna	10	3	
Centro			
Toscana	13	1	1
Marche	5	1	
Umbria	2		
Abruzzo	3	1	
Lazio	11	2	1
Molise	2	0	
Sud			
Campania	5		1
Puglia	5	2	
Basilicata	3		
Isole			
Sicilia	5	1	
Sardegna	5	2	



Nota: (*) C.S. = Customer Service

Strategia

TNT Express Italy aspira a perseguire la strategia della Divisione di riferimento: consolidare la posizione nel settore ampliando la copertura territoriale e incentivando le proprie risorse ad esprimere il loro potenziale. Nell'anno in oggetto l'azienda ha inoltre avviato un imponente programma di rinnovamento di immagine, estendendo la livrea corporate all'intera flotta nell'ottica di uniformarsi ai requisiti del Gruppo. Anche l'integrazione di Special Services, avvenuta a seguito della riorganizzazione su scala globale nel segmento dei trasporti speciali di TNT, va nella direzione della business line, un modello di gestione basato sulla sinergia dei processi per garantire l'uniformità dell'offerta ai clienti.

A livello operativo, il network domestico è strutturato sulla base delle esigenze del mercato interno. Grazie ad un'importante operazione di re-engineering, nel 2005 l'azienda si è focalizzata sull'espansione del proprio business internazionale centrando l'obiettivo di ampliare la copertura delle zone di resa: infatti, TNT collega attualmente, unico operatore del settore, il 97% del territorio nazionale - isole comprese - all'Europa in 24 ore. Merito anche del nuovo Boeing 737 attivo da aprile su Roma Ciampino per i collegamenti quotidiani con l'Hub internazionale TNT di Liegi: un aeromobile in grado di effettuare le fasi di decollo e atterraggio con qualsiasi condizione atmosferica, a garanzia di livelli di servizio costanti e altamente competitivi. Parallelamente, specifici accordi con le dogane hanno ridotto i tempi di lavorazione delle merci nei poli aeroportuali: le Filiali sono raggiunte 30/45 minuti in anticipo e, grazie all'importante revisione dei tempi di cut-off²⁾ vedono ottimizzata la loro operatività.

Sul fronte road ma spostandoci in ambito insulare, l'operatività del network TNT in Sardegna è stata oggetto di ampia revisione: una maggiore sinergia con il traffico regionale ha permesso ad aprile 2006 di ottimizzare l'arrivo della merce sull'isola e di offrire servizi ancora più tempestivi.

2) Revisione dei tempi di resa che ha permesso di estendere il tempo massimo per il ritiro e anticipare la consegna delle merci.

CORPORATE GOVERNANCE

La Corporate Governance del Gruppo TNT è coordinata dal Supervisory Board e dal Board of Management.

Supervisory Board

Valuta l'adeguatezza dell'assetto organizzativo e dei sistemi di controllo interno, fornisce pareri al Board of Management e ha il potere di prendere iniziative nel caso in cui si manifestino irregolarità o mancate azioni. Ha accesso a tutti i libri contabili, sistemi informativi e uffici. Il Supervisory Board riceve dal Board of Management un report mensile con informazioni dettagliate su fusioni e acquisizioni, investimenti significativi e relativi cambiamenti organizzativi. Con cadenza trimestrale prende visione della situazione finanziaria ed economica del Gruppo e delle Società controllate.

Dal Supervisory Board dipendono i seguenti organismi:

Audit Committee

Oltre ad avere funzione consultiva sulle operazioni di carattere strategico, l'Audit Committee assiste il Supervisory Board monitorando:

- la correttezza del bilancio e del conto economico
- la qualifica e la neutralità dei revisori esterni
- le attività svolte dall'internal audit e dai revisori esterni
- il sistema di controllo di gestione interno
- il rispetto delle leggi e delle normative.

I report redatti nel corso dell'internal audit sono esaminati con regolarità dall'Audit Committee, che trimestralmente consulta i revisori esterni.

Remuneration Committee

Su approvazione del Supervisory Board ha il compito di pianificare una politica relativa alla remunerazione dei membri del Board of Management.

Nomination Committee

Stabilisce i criteri di selezione e di nomina dei membri del Board of Management e del Supervisory Board, e definisce la procedura per il piano di successione. Regolamenta, inoltre, i casi di conflitto di interesse dei membri del Supervisory Board.

Public Affairs Committee

Svolge una funzione di ascolto e di comitato consultivo per il Board of Management, impegnandosi a realizzare e sviluppare la policy sugli affari pubblici di TNT e a controllarne l'efficacia e l'effettiva esecuzione. Pur riportando al Supervisory Board, il Comitato si interfaccia regolarmente con il Board of Management per discutere i risultati ottenuti.

Board of Management

Responsabile in solido delle strategie e delle politiche attuate dal Gruppo, è impegnato ad assicurare risultati in linea con gli obiettivi prefissati. Il Board of Management ha l'incarico di occuparsi della gestione di TNT e, più in generale, dei rapporti con gli azionisti. Le due Divisioni sono direttamente coinvolte e responsabili delle decisioni quotidiane e dell'applicazione delle strategie di business, in linea con quelle del Gruppo. Al Board of Management fanno capo i seguenti organismi:

Disclosure Committee

Consente al Board of Management di divulgare informazioni complete, corrette, attuali e comprensibili conformemente alle leggi, ai regolamenti e ai requisiti richiesti alle Società quotate in Borsa. Si occupa inoltre di far rispettare e di sviluppare le politiche, le procedure e i controlli.

Ethics Committee

Precedentemente denominato Integrity Committee, ha il compito di accertare il pieno rispetto del Codice dei Principi Etici Aziendali del Gruppo e della Whistleblower Policy.

STRUTTURA ORGANIZZATIVA DI TNT EXPRESS ITALY

Amministratore Delegato

A febbraio 2005 Christian Drenthen ha assunto la carica di Amministratore Delegato, al quale riportano direttamente il Chief Operating Officer (COO), i Business Area Manager (BAM), la Divisione Special Services e le seguenti Direzioni e Servizi:

Direzione Amministrazione e Finanza: assicura il controllo degli obiettivi prefissati, verificandone la compatibilità con le attività operative in essere, attraverso il monitoraggio dei trend finanziari aziendali e l'analisi degli scostamenti rispetto alle previsioni. Oltre a dirigere la struttura finanziaria dell'organizzazione, partecipa all'attivazione di strumenti e sistemi a supporto dei criteri decisionali, operando nell'ottica della riduzione dei costi e del miglioramento dei processi. Definisce e gestisce inoltre le politiche di approvvigionamento di beni e servizi.

Direzione Commercial: stabilisce la politica commerciale e di pricing da adottare per garantire il raggiungimento del fatturato e del margine di contribuzione. Supporta le attività, i processi e i sistemi di vendita, e coordina le campagne di direct mailing finalizzate all'incremento del business. Rientrano nell'area di competenza della Direzione i servizi Time Critical (Freight, Sameday e Pony) e la gestione dei Key Account domestici.

Servizio Comunicazione e Corporate Social Responsibility: pianifica e gestisce il processo di comunicazione interno ed esterno attraverso l'utilizzo di strumenti mirati, garantendo l'unitarietà dell'immagine aziendale e del valore del brand. È responsabile dello sviluppo dei progetti e delle iniziative di Responsabilità Sociale d'Impresa e della corretta applicazione delle politiche aziendali ad essa correlate.

Direzione Information & Communication System (ICS): ha in carico la gestione e l'efficienza del network che processa in tempo reale i dati di presa e consegna delle spedizioni. Attraverso attività di sperimentazione ad hoc, si occupa inoltre della realizzazione di I-solutions in grado di garantire un'interfaccia efficace con il cliente.

Direzione Ispettorato & Qualità: segue i processi di attivazione e mantenimento delle certificazioni aziendali. Presidia le attività inerenti il Sistema Qualità e ne garantisce l'effettiva applicazione attraverso verifiche periodiche. Segue le attività relative al Sistema di Gestione Ambientale e alla certificazione SA8000.

Direzione Operativa: pianifica e cura le operazioni legate alla movimentazione delle merci affidate all'azienda, coordinando le Filiali e i Centri di Smistamento presenti in Italia nell'ottica della piena soddisfazione del cliente e della qualità del servizio. Si occupa di garantire lo sviluppo immobiliare dell'azienda sulla base delle esigenze di business e cura la conformità delle strutture rispetto alle normative vigenti in materia di salute, sicurezza e prevenzione dei luoghi di lavoro.

Direzione Risorse Umane: conformemente alle linee guida del Gruppo, garantisce la corretta applicazione dello standard di gestione Investor in People (IiP), definendo sia le strategie orientate alla motivazione e incentivazione del personale sia le politiche di remunerazione. Cura le relazioni sindacali.

Direzione Sicurezza: con l'ausilio dei più avanzati sistemi tecnologici, coordina i processi legati alla sicurezza e tutela delle merci trasportate e delle strutture aziendali.

Chief Operating Officer (COO)

Al COO fanno capo le seguenti funzioni:

Direzione Customer Service: controlla e coordina le attività dei Call Centre assicurando l'efficacia del contatto quotidiano con il cliente e la pronta risoluzione delle eventuali problematiche segnalate.

Servizio Marketing: progetta e sviluppa nuovi servizi di trasporto sulla base dei trend evolutivi del mercato per garantire la piena soddisfazione del cliente. Pianifica e cura le campagne di marketing. Si occupa di monitorare il posizionamento di TNT rispetto ai competitor.

National Sales Manager: sono impegnati nello sviluppo dei canali di vendita e nel supporto concreto ai Business Area Manager e alla forza vendita per il raggiungimento degli obiettivi stabiliti.

Business Area Manager (BAM)

I BAM, ciascuno per la propria area di competenza, sono responsabili del business sul territorio nazionale (suddiviso in 16 Aree) e, coadiuvati dallo staff di Sede, sviluppano il traffico sulla base dei parametri aziendali. Ai BAM fanno capo i responsabili delle Filiali e dei team commerciali e amministrativi locali.

Divisione Special Services

L'anno in oggetto è stato testimone di una riorganizzazione su scala globale operata da TNT nel segmento degli Special Services, i cosiddetti trasporti speciali ad alto valore aggiunto. Facendo propria la strategia divisionale di integrazione dei business, TNT Express Italy ha lavorato nell'ottica della creazione di una totale sinergia fra i prodotti standard domestici e internazionali da un lato, e la gamma di servizi non-core, ad essi complementari, dall'altro. Così facendo, l'azienda è in grado di presentare ai clienti un portafoglio prodotti esaustivo per ogni tipologia di trasporto richiesto, affiancando ai network tradizionali le reti distributive dedicate (SDO, Innight, Servizi Bancari), il Technical Courier (Spedimacc) e le attività di Storapart.

PROMUOVERE LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Salvaguardia delle persone e dell'ambiente, ma anche integrazione dei valori sociali, dello sviluppo economico, degli adempimenti alle norme e di una valida gestione delle risorse sono obiettivi primari per una buona gestione della Responsabilità Sociale di Impresa. In Italia il team dedicato alla CSR che opera all'interno del Servizio Comunicazione si occupa, oltre che di recepire le direttive emanate dalla Casa Madre, anche di sviluppare e intraprendere nuove iniziative a carattere locale.

Il confronto con la politica adottata dal Gruppo in tale ambito è costante ed è garantito da incontri programmati ai quali partecipano i rappresentanti della CSR di tutte le Business Unit.

Nel 2005 i workshop a livello internazionale gestiti dal team centrale del Gruppo sono stati principalmente focalizzati sull'individuazione di adeguati strumenti di monitoraggio e rendicontazione che permettono di disporre di dati omogenei e facilmente confrontabili tra i diversi Paesi.

Non disponendo ancora di un sistema unico per la gestione dei dati è stato affinato a livello di TNT Express Italy il flusso di processo per la creazione, controllo e trasmissione di tali indicatori.

Sono stati predisposti, infatti, incontri con tutte le funzioni coinvolte per illustrare l'importanza di tale progetto e per garantire la massima trasparenza della comunicazione delle informazioni e dei dati. TNT Express Italy è stata sottoposta alla verifica degli auditor inviati dal Gruppo sui dati rendicontati nel 2005 che verranno consolidati nel Bilancio di Sostenibilità del Gruppo TNT. L'esito della visita è risultato positivo.

Dow Jones Sustainability Index

Nell'ottica di rispettare i principi di integrità, governance, trasparenza finanziaria e sostenibilità, il Gruppo è stato incluso nell'indice Dow Jones Sustainability. L'ingresso è stato ottenuto nel 2005 con il più alto punteggio nel suo settore. Il Dow Jones Sustainability Index prende in considerazione le 250 migliori società (10%) sul totale delle 2.500 aziende quotate al Dow Jones, sulla base di criteri economici, ambientali e sociali e, per accedervi, le società devono periodicamente dimostrare di possedere skill di eccellenza.

Sistemi di gestione qualità, ambiente, sicurezza ed etica

La gestione dei temi maggiormente significativi relativi alla Responsabilità Sociale di Impresa, salvaguardia dell'ambiente, salute e sicurezza dei lavoratori e della qualità dei processi interni è conforme, ove richiesto, ai principali standard internazionali ed è basata su un unico Sistema Integrato.

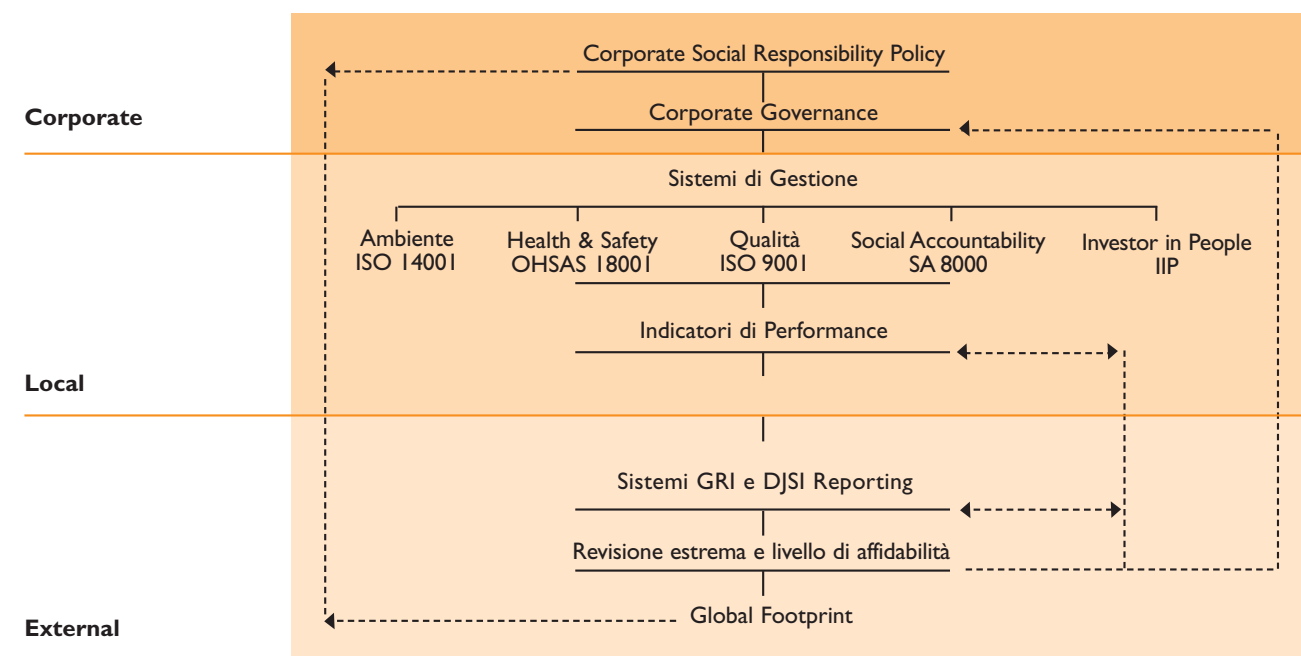
ISO9001: il Sistema Qualità di TNT Express Italy è conforme alla norma UNI EN ISO 9001:2000 poiché applica un processo di sistematica definizione di tutti i processi aziendali.

ISO 14001: il Sistema di gestione ambientale consente di avere un approccio strutturato nella definizione degli obiettivi di protezione ambientale e nell'individuazione degli strumenti necessari per raggiungerli.

OHSAS 18001: (ottenuta nel 2005) l'azienda ha confermato di aver implementato un Sistema di Gestione della Salute, Sicurezza e Prevenzione per la tutela dei lavoratori dai rischi presenti sul posto di lavoro e di mantenerlo costantemente aggiornato.

SA8000: TNT Express Italy ha adeguato il proprio Sistema alla norma SA 8000 (Social Accountability 8000). Si tratta di uno standard volontario riconosciuto a livello internazionale, il cui obiettivo è misurare e garantire il grado di eticità e di responsabilità sociale di un'azienda. Nel 2005 TNT Express Italy, come previsto, si è impegnata a proseguire nell'azione di formazione (circa 500 dipendenti), al fine di diffondere sempre più la conoscenza dei principi della SA8000 tra i propri stakeholder.

EB TRUST: Garantisce la credibilità, l'affidabilità e la capacità delle imprese di operare nell'e-business, monitorandone e certificandone anche il raggiungimento degli obiettivi prefissati. Le visite periodiche di mantenimento hanno confermato la conformità del Sistema Integrato di TNT. Sono state evidenziate delle Non Conformità minori ed alcune Osservazioni, per le quali sono state predisposte azioni correttive.



Obiettivi raggiunti 2005

Corporate Social Responsibility

- Adozione di un sistema condiviso per il processo di rendicontazione degli indicatori di Gruppo
- Attivazione di partnership con istituzioni ed enti no-profit e di progetti di medio-lungo termine a valenza nazionale
- Pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità anticipatamente rispetto alle scorse edizioni
- Incremento dei corsi di formazione nell'ambito della SA8000
- Attivazione di un progetto a carattere locale volto a contribuire in maniera concreta alla risoluzione del problema della sicurezza nelle scuole.

DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

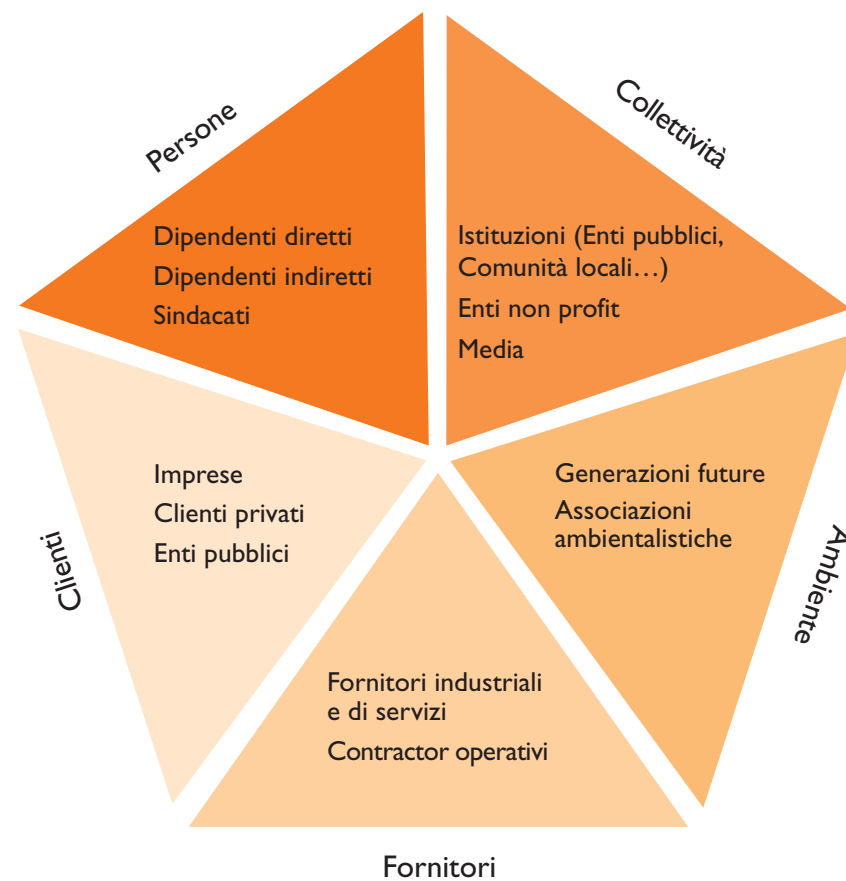
Il dialogo di TNT Express Italy con i propri stakeholder di riferimento nasce in primo luogo dall'ascolto. Ma ascoltare vuol dire anche prendersi il tempo per riflettere e valutare quanto le attività svolte sono coerenti con le esigenze dei principali portatori di interesse. Responsabilità Sociale per noi significa proprio dare un senso a ciò che sentiamo e vediamo ogni giorno, traducendolo costantemente in un'azione positiva concreta.

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Mapa degli stakeholder

La mappa rappresenta i principali interlocutori di riferimento, noti comunemente come stakeholder, ovvero tutti coloro con i quali TNT Express Italy si interfaccia quotidianamente. È ai maggiori portatori di interesse infatti che si rivolge il Bilancio di Sostenibilità, un'opportunità per valutare quanto l'attività dell'azienda sia corrispondente alle loro richieste, ai loro interessi e quanto le azioni siano coerenti con le premesse generali rappresentate dalla mission.

I principali stakeholder con i quali TNT Express Italy interagisce e verso i quali si impegna a indirizzare i propri sforzi di miglioramento sono rappresentati nella seguente mappa.



Focus Group

Proseguendo il processo di coinvolgimento degli stakeholder quest'anno TNT Express Italy ha scelto di confrontarsi con i propri interlocutori di riferimento avvalendosi della metodologia dei Focus Group. Se negli anni precedenti lo strumento utilizzato era un questionario inviato ad un panel di persone selezionate rappresentanti delle diverse categorie, nel 2005 la volontà dell'azienda è stata di rafforzare il dialogo con le seguenti categorie: dipendenti, clienti, fornitori, istituzioni.

Le categorie di stakeholder invitate a partecipare agli incontri sono state selezionate con i seguenti criteri: contractor operativi e clienti di dimensioni differenti attivi e operanti in zone diverse dell'Italia, dipendenti dell'area di Torino operanti in aree differenti dell'organizzazione e Istituzioni dei comuni di Torino, San Mauro Torinese e Settimo Torinese, i siti dove TNT Express Italy è presente con il maggior numero di dipendenti.

Ogni incontro ha richiesto una fase preparatoria durante la quale sono stati definiti i seguenti punti:

- analisi e valutazione degli stakeholder e definizione dell'impatto che ciascuno di essi può avere o meno sull'organizzazione
- individuazione dei temi rilevanti per gli stakeholder di TNT Express Italy e coinvolgimento diretto delle Direzioni che con loro interagiscono. Questo ha determinato la suddivisione in tre macro ambiti: TNT Express Italy, Responsabilità Sociale di TNT, Bilancio di Sostenibilità.

L'obiettivo dell'azienda è di continuare il percorso intrapreso e di dialogare con gli interlocutori non ancora coinvolti in tale processo, ricercando soluzioni sempre più adatte a seconda delle diverse categorie.

TNT Express Italy

Conoscenza e percezione

La maggior parte degli stakeholder considera TNT Express Italy una grande azienda multinazionale di trasporto integrato, dove la componente risorse umane è fondamentale e l'elemento trainante del business è il cliente. TNT è vista come un'azienda leader di settore in Italia, fortemente radicata a Torino. Il cambiamento ai vertici aziendali è avvertito positivamente: si intuisce che l'azienda è più moderna, ma si ritiene ancora forte la percezione di TNT Traco da parte dei clienti.

Tratti distintivi

In generale, ciò che sembra distinguere TNT Express Italy dai competitor è la matrice italiana, la capillarità sul territorio, la varietà dei servizi offerti (inclusi quelli on-line, molto apprezzati dai clienti).

Per i contractor gli aggettivi che meglio identificano l'azienda sono: affidabile, poco costoso rispetto alla qualità offerta, preciso nel pagamento dei fornitori. I contractor sottolineano, in particolare, il cambiamento in positivo avvenuto con l'insediamento del nuovo Amministratore Delegato, per quanto ci siano ancora ampi margini di miglioramento sotto il profilo tecnologico e infrastrutturale.

Le Istituzioni hanno ben presente il valore storico del marchio TNT e in loro è viva l'immagine dell'azienda come sponsor dei XX Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006. Dal colloquio con le Forze dell'Ordine sono emerse due caratteristiche: da un lato, la distanza dell'azienda dagli interlocutori esterni (TNT Express Italy solleva meno problematiche dei competitor, ma gli autisti non sono sempre attenti alle regole di security), dall'altro la qualità offerta in termini di efficienza e tempestività (sottolineata dall'ampio spettro di Certificazioni Aziendali).

Informazione ai dipendenti

Le informazioni coprono un'ampia gamma di argomenti, tuttavia si evidenziano la mancanza di tempo per metabolizzarle e un'asimmetria informativa tra Filiali e funzioni aziendali. Gli strumenti di comunicazione aziendale che i partecipanti conoscono sono: il sito Intranet, la Newsletter del marketing e le informative allegate alla busta paga (House Organ e Newsletter).

Investimenti

I contractor non sempre avvertono appieno i cospicui investimenti effettuati dall'azienda. Questi sono percepiti soprattutto nelle operazioni d'immagine e marketing (cambio logo), nella ristrutturazione e nel miglioramento delle grandi Filiali (Hub di Piacenza) - che per i contractor di linea hanno contribuito a far crescere le loro aziende. Appaiono condivisi gli impegni del Gruppo per migliorare la tecnologia (ad es. localizzazione satellitare delle linee) e adeguarsi agli standard dei competitor.

Salute, sicurezza e security

Le condizioni di salute e sicurezza richieste sono in linea con gli standard di legge, anche se si richiede più prevenzione e controllo. Il processo di miglioramento è strettamente legato alle visite ispettive di TNT da parte degli enti certificatori, ma si rileva la differenza di applicazione delle procedure da Filiale a Filiale. Il tema della security deve essere gestito definendo, applicando e monitorando regole e procedure ferree.

Comunicazione

I contractor dimostrano di conoscere la rivista "Driving TNT" dedicata agli autotrasportatori, ma i giudizi sono variegati: alcuni non dimostrano particolare apprezzamento, altri giudicano questa iniziativa simpatica, sensibilizzante ma migliorabile (ad es. attraverso la consegna di gadget al raggiungimento degli obiettivi e la traduzione in altre lingue). Per favorire il dialogo, le società di handling evidenziano la necessità di migliorare canali di comunicazione nel loro settore, dove si avverte la mancanza di un interlocutore con il quale confrontarsi e, talvolta, la difficoltà ad interagire in maniera efficace con il personale di Filiale. I clienti hanno sottolineato l'efficienza dei servizi interattivi, che preferiscono rispetto ai Call Centre. La gestione dei reclami risulta, invece, efficiente.

Persone e organizzazione

I clienti sottolineano che non sempre gli addetti TNT sono impeccabili e che alcune destinazioni si sono rivelate problematiche.

Responsabilità Sociale di TNT Express Italy**Declinazione del concetto di CSR**

Per i dipendenti è un'azienda solida e coerente, gestisce le risorse a tutti i livelli, presta attenzione all'ambiente, ai diritti dei dipendenti e alle regole del contesto in cui opera: deve inoltre farsi portatrice di un approccio innovativo stando attenta a far quadrare il bilancio. TNT Express Italy può essere considerata positivamente perché rispetta le regole e si adopera per adottarne di nuove (ad es. è stato fatto un grande lavoro sulle procedure richieste dalla Sarben Oxley).

I clienti interpretano il concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa come capacità di costruire relazioni con la collettività e le comunità locali.

Ritengono utile la realizzazione del Bilancio di Sostenibilità per valutare meglio un'azienda, anche se a loro avviso performance e reputazione di TNT dipendono in gran parte dal lavoro svolto dagli autisti che effettuano le consegne. Per i contractor le aziende si dovrebbero preoccupare per le persone che lavorano con loro, mettendole nelle condizioni di portare a termine le loro attività con tranquillità. I partecipanti dichiarano di conoscere il concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa, ma non hanno idea di come TNT Express Italy lo interpreti. Per alcuni l'azienda sembra essere molto esigente e piuttosto distante dagli autisti e dalle persone che fanno le consegne.

Le Istituzioni interpretano il concetto di CSR sulla base della presenza attiva sul territorio e nelle comunità locali, e sulla capacità di instaurare un rapporto di fattiva collaborazione. Su tale fronte è richiesto a TNT Express Italy di rafforzare il rapporto di dialogo. Inoltre CSR è sinonimo di trasparenza su temi "rischiosi", come ad esempio i rapporti con i contractor.

Rapporto con i dipendenti

Si avverte che il nuovo management ha cambiato l'approccio nei confronti dei dipendenti, cercando il dialogo e la responsabilizzazione. Si è passati da una gestione patriarcale ad una gestione più aperta, in cui viene chiesto a tutti di essere i gestori delle proprie risorse. Il cambiamento è partito dal vertice e man mano sta investendo tutti i livelli dell'organizzazione.

L'attività formativa varia in base alla Direzione di riferimento: alcuni dipendenti hanno seguito pochi corsi, mentre altri hanno partecipato a molte iniziative formative. In alcune Direzioni/Filiali è difficile organizzare il lavoro per consentire ad una risorsa di seguire corsi di formazione. Si è consapevoli che non sempre si possono soddisfare tutte le esigenze. Il processo di valutazione delle performance (Investor in People) è ritenuto valido, ma la serietà della valutazione varia a seconda delle Direzioni/Filiali. Per alcuni, gli obiettivi annuali fissati dall'azienda sono considerati irraggiungibili, perché tarati su mansioni e ruoli che cambiano nel corso dell'anno. Per altri, la valutazione sarebbe più utile se fosse collegata ad un sistema di incentivazione in maniera più evidente.

Rapporto con i clienti È stato sottolineato come la mission (vedi sezione Identità) esplicitata nel Bilancio di Sostenibilità sia interessante e come l'incontro a cui sono stati invitati sia una dimostrazione della volontà di TNT di superare le aspettative del cliente.

Rapporto con i contractor La maggior parte dei partecipanti ritiene che il principio di reciproca trasparenza e correttezza sia rispettato e che si possano risolvere eventuali problemi con il dialogo. Tuttavia, alcuni fornitori lamentano condizioni contrattuali diverse fra di loro, sia per le tariffe sia per i termini di pagamento. Chi lavora anche per altri corrieri sottolinea come in TNT Express Italy vi siano meno possibilità di trattare sulle tariffe. È emerso un parere unanime sulla preparazione del personale TNT, più elevata rispetto a quella dei competitor, anche se sono emersi alcuni elementi di dissenso.

Rapporto con il territorio I rappresentanti delle Istituzioni intervistati ritengono che TNT Express Italy non abbia un comportamento opportunistico, ma che non sia sufficientemente attiva nelle comunità locali.

Manca un interlocutore stabile e disponibile e un dialogo diretto nei tavoli di discussione e nelle sedi istituzionali locali. Malgrado ciò, è vivo il ricordo di:

- WFP (World Food Programme)
- gruppi di lavoro sul futuro dell'Autoporto Pescara
- partnership per i XX Giochi Olimpici Invernali
- presentazione del Bilancio Sociale a Torino (2004)
- progetto Responsabilità Sociale nell'area del Patto del Po e la SA8000.

Bilancio di Sostenibilità

Conoscenza, estetica e contenuti del documento

Tutti i **dipendenti** hanno giudicato i contenuti e la lunghezza del documento non facilmente fruibili. In aggiunta, il linguaggio e la presenza di termini inglesi sembrano scoraggiare la lettura. Le informazioni sarebbero preziose se il documento fosse redatto con maggiore tempestività, risultando la base anche per un'eventuale programmazione del proprio lavoro. La pubblicazione di alcuni dati (come il numero di infortuni) è ritenuto indice di trasparenza nella gestione.

Dal punto di vista dei **clienti**, è unanime il suggerimento di continuare ad investire nella redazione di uno strumento integrativo della comunicazione istituzionale. Il Bilancio di Sostenibilità può essere utile per conoscere meglio un'azienda partner.

Quasi nessuno dei **contractor** intervistati ha letto il documento; il gruppo ha comunque dimostrato un certo interesse. A loro avviso sarebbe più utile un estratto del documento, maggiormente snello e schematico con contenuti specifici. Si dichiarano disponibili a collaborare nella predisposizione della sezione fornitori sugli aspetti ambientali e di salute e sicurezza.

Dal punto di vista delle **Istituzioni**, i contenuti sono sufficienti, ma migliorabili nella grafica.

Affidabilità

Il documento dà valore aggiunto se contiene informazioni veritiere, ma in alcuni dipendenti e contractor si è palesata la convinzione che nei Bilanci di Sostenibilità le aziende tendano a presentare solo gli "aspetti positivi" della gestione.

Una certa discrepanza tra Bilancio di Sostenibilità e attività di solidarietà sul territorio è stata evidenziata dalle Istituzioni, insieme ad una non perfetta aderenza al GRI (assenza di alcuni indicatori).

Contenuti

Sui contenuti è emerso quanto segue:

- lodevole la trasparenza nella sezione relativa ai contractor
- nella comunità sono illustrate solo le iniziative corporate
- il rapporto con le Istituzioni delineato nella mission non si riscontra nelle attività
- tra gli indicatori relativi alla Salute e Sicurezza sarebbe utile inserire gli indici INAIL per paragonare i dati con le performance di settore
- includere nella sezione ambiente le performance dei driver.

Aree di miglioramento

I partecipanti hanno evidenziato i seguenti ambiti:

- inserimento di esempi concreti e confronti interni (tra Filiali/Direzioni), esterni e nel comparto
- declinazione di dati e concetti complicati
- pubblicazione e distribuzione più celere per rendere più esplicito il collegamento con gli obiettivi e le strategie dell'anno successivo
- distribuzione del documento in fascicoli e inserimento di un glossario per rendere comprensibili i termini più difficili
- maggiore spazio ai fornitori e al valore che apportano alla società.

PERFORMANCE ECONOMICA

Cercare unicamente di realizzare profitti è un inganno nei confronti degli altri e di se stessi. Noi di TNT Express Italy crediamo che una corretta gestione finanziaria non costituisca che il primo passo per consolidare sia la nostra reputazione, sia il nostro vantaggio competitivo sul mercato. Lavoriamo in modo integro e trasparente anche per far sì che sia sempre garantito il bene più prezioso che abbiamo. Il nostro domani.

Principali dati di gestione – Conto economico (migliaia di euro)

	2005	2004
Ricavi e proventi operativi	587.187	552.216
Risultato operativo	36.310	36.056
Proventi e oneri finanziari netti	(1.260)	(2.674)
Proventi e oneri non-operativi netti	239	1.300
Risultato prima delle imposte	35.289	34.682
Imposte	(20.362)	(14.837)
Risultato netto	14.927	19.845

L'economia italiana ha subito nel corso del 2005 un nuovo rallentamento rispetto all'anno precedente già caratterizzato da una crescita estremamente contenuta. L'aumento del PIL nel 2005 è stato dello 0,1% (0,9% nel 2004), con crescita negative nel primo semestre compensate da una sensibile ripresa nell'ultimo trimestre dell'anno (0,5%).

I driver macroeconomici che guidano lo sviluppo del business del trasporto espresso, ovvero, per quanto riguarda il mercato domestico, l'andamento dei consumi e della produzione e, per quanto riguarda quello internazionale, il trend delle esportazioni, non hanno, in particolare, evidenziato miglioramenti rispetto allo scorso esercizio, mostrando, nel caso della produzione, un andamento negativo pari allo 0,8%.

Per quanto attiene il nostro settore di attività, si segnala come, comunque, il mercato del trasporto espresso in Italia continui a vivere un momento significativo, dovuto principalmente all'evoluzione delle necessità delle aziende di utilizzare maggiormente servizi di trasporto espresso ad alto valore aggiunto al fine di garantire il proprio business.

L'applicazione di una strategia divisionale orientata alla focalizzazione commerciale sui clienti medio-piccoli ha garantito a TNT Express Italy, anche per il 2005, nonostante il forte rallentamento dell'economia, un'espansione qualitativa e quantitativa della propria base clienti.

A supporto di questa strategia, l'introduzione di un nuovo strumento informatico, SAP, ha permesso la segmentazione strutturata delle informazioni relativamente ai ricavi, anche successivamente ad operazioni straordinarie come la fusione per incorporazione delle controllate al 100% Traspex Sud S.r.l. e Sdo S.r.l..

Per quanto riguarda il fatturato internazionale, si è confermato il trend di crescita già in atto nel 2004 registrando un incremento pari all'12,6%, dato significativo che assume ancor più rilevanza se raffrontato all'andamento dell'export che, anche quest'anno in Italia, a causa del forte apprezzamento dell'euro, è risultato in flessione. Questi risultati sono sicuramente in parte dovuti al potenziamento del network domestico e all'implementazione del global network fortemente potenziato verso i paesi dell'Est europeo.

L'andamento del fatturato relativo al trasporto domestico ha segnato nel 2005 un incremento del 2,5% rispetto all'anno precedente, ad ulteriore dimostrazione che nonostante il periodo congiunturale non favorevole, la politica commerciale applicata e il servizio offerto ai clienti si è rivelata vincente.

La divisione Special Services, nel corso del 2005, ha svolto attività di trasporto e servizi speciali conseguendo un risultato in leggero calo rispetto all'esercizio precedente, in conseguenza della

riduzione di fatturato imputabile alla perdita di alcuni clienti nel comparto bancario; contestualmente ha prestato servizi di logistica e trasporti a favore del Comitato Organizzatore dei XX Giochi Olimpici Invernali, così come dall'accordo stipulato nel corso del 2004.

Se raffrontata con il fatturato, la redditività operativa complessiva delle società del Gruppo è rimasta sostanzialmente coerente, in termini di valore relativo, con l'esercizio precedente. L'esercizio 2005 ha però risentito dell'effetto di maggiori accantonamenti ai fondi svalutazione crediti e rischi futuri che ha portato il risultato operativo vicino al valore assoluto dell'esercizio precedente.

Principali dati di gestione - Flusso di cassa (migliaia di euro)

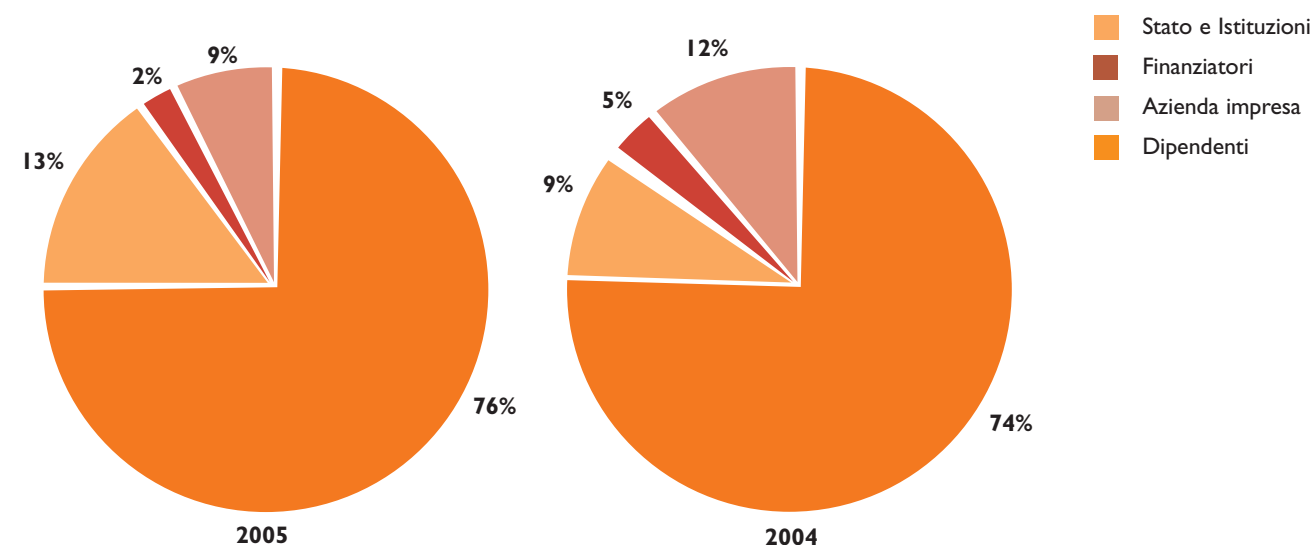
	2005
Da operazioni:	
Risultato netto	14.927
Ammortamenti	10.517
Variazione capitale circolante, escluso debiti e crediti verso società del Gruppo TNT	(7.546)
Variazioni fondi TFR ecc.	2.398
Variazione imposte differite	(3.744)
Totale	16.552
Investimenti effettuati	(10.342)
Variazione nelle attività finanziarie comprese società del Gruppo TNT	(9.314)
Variazione posizione finanziaria netta	(3.104)

Dall'analisi del "Flusso di Cassa" si evincono le seguenti considerazioni:

- **Variazione capitale circolante:** in questa aggregazione sono incluse tutte le variazioni di quelle poste patrimoniali riferite alle attività correnti (Crediti verso i clienti, Debiti verso fornitori, Fondi a breve). L'incremento del capitale circolante verificatosi nel corso del 2005 è dovuto principalmente all'aumento dell'esposizione creditizia nei confronti dei clienti.
- **Variazione imposte differite:** in questa aggregazione sono incluse tutte le variazioni di quelle poste patrimoniali riferite all'effetto imposte su voci patrimoniali di futura manifestazione fiscale.
- **Flusso di cassa da investimenti:** è costituito dall'investimento in attrezzature, impianti e altri beni destinati all'operatività aziendale al netto delle dismissioni.
- **Flusso di cassa da attività finanziarie:** contiene le variazioni considerando le attività sul patrimonio netto e sui debiti/crediti con società del Gruppo TNT. La variazione avvenuta nel corso dell'anno 2005 è dovuta alla ristrutturazione delle posizioni di debito e credito con le società del Gruppo.

Determinazione del Valore aggiunto (migliaia di euro)	2005	2004
A) VALORE DELLA PRODUZIONE	587.187	552.216
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	568.821	539.450
Altri ricavi e proventi	18.366	12.766
B) COSTI DELLA PRODUZIONE	(404.562)	(379.698)
Costi per acquisto merci	5.404	4.496
Costi per servizi	344.631	331.034
Costi per godimento di beni di terzi	34.303	27.712
Accantonamento per rischi	5.462	1.214
Altri accantonamenti	7.356	5.758
Oneri diversi di gestione	7.406	9.484
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	182.625	172.518
C) Componenti accessori e straordinari	3.209	6.255
Saldo gestione accessorìa	2.970	4.955
Ricavi accessori (interessi attivi terzi)	144	99
Interessi attivi consociate	2.826	4.856
Costi accessori	-	-
Saldo componenti straordinari	239	1.300
Ricavi straordinari	239	1.300
Costi straordinari	-	-
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	185.834	178.773
Ammortamenti	(10.517)	(11.216)
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	175.317	167.557

Distribuzione del Valore aggiunto



Pur avendo affinato nel 2005 il metodo di calcolo del Valore aggiunto e della sua ripartizione; i dati 2004 risultano talvolta riclassificati affinché possano essere confrontabili con quelli degli esercizi precedenti.

Le differenze tra i due esercizi pertanto possono essere identificati come normali variazioni avvenute in funzione delle attività di gestione svolte nell'esercizio, considerando la miglior qualità dei dati in funzione dell'implementazione di SAP.

Il Valore aggiunto deriva dal risultato netto finale al netto delle imposte:

- la quota più rilevante pari al 76% è stata destinata alla remunerazione del personale in termini di stipendi, oneri sociali e accantonamenti fondi di quiescenza e simili
- la quota relativa a quanto attribuito a Stato e Istituzioni rappresenta il 13% del Valore aggiunto nel 2005 rispetto al 9% nel 2004; è costituita principalmente da imposte sul reddito
- la quota di Valore aggiunto destinato ai finanziatori, pari al 2% del totale, risulta essere per il 97% verso società del Gruppo TNT, principale fonte di finanziamento
- il restante 9% viene tenuto all'interno dell'azienda anche per fare fronte all'importante piano di investimenti; si tratta sostanzialmente del risultato al netto anche delle imposte e di costi straordinari.

Investimenti

Sulla base degli orientamenti operativi e strategici di fondo e tenuto conto delle priorità emerse, l'azienda, nel corso dell'esercizio in esame, ha effettuato importanti investimenti dettati principalmente dalle esigenze espresse dai clienti e dal relativo livello di soddisfazione emerso nel corso delle indagini condotte attraverso lo strumento del Customer Loyalty Management (CLM).

La gestione degli investimenti ha avuto come driver fondamentale la creazione di valore in funzione dell'investimento da effettuare, politica che è stata rigorosamente attuata mediante una valutazione preventiva degli indicatori noti come "Economic Profit" ed "Economic Value", in base ai quali l'azienda ha potuto stabilire gli impatti positivi generati dagli investimenti.

Anche nel 2005 è proseguita l'attività di miglioramento delle strutture operative, prendendo come modello di riferimento gli standard previsti dalla British Safety Council.

Per quanto attiene la gestione dei sistemi informatici si sottolinea come l'innovazione tecnologica apportata abbia permesso di porre l'azienda all'avanguardia nello scambio delle informazioni in tempo reale e con la massima sicurezza rappresentando in tal senso un asse portante nella gestione aziendale. In quest'ottica durante il primo semestre del 2005 è stata finalizzata l'implementazione di un sistema integrato ERP, che ha sostituito l'architettura informatica dell'area amministrativa, di gestione del credito, di tesoreria e di controlling con l'utilizzo dello strumento informatico denominato SAP. Tutto questo è stato effettuato in piena sinergia e su esplicito coordinamento da parte della Casa Madre, con il quale è stretta la collaborazione per la realizzazione di progetti e di strumenti che vengono applicati su scala globale.

Sostanzialmente gli investimenti effettuati hanno generato Valore aggiunto e determinato, conseguentemente, l'incremento della profittabilità a testimonianza che le scelte strategiche si stanno rivelando premianti e pienamente aderenti alla volontà dell'azienda di crescere in modo concreto, facendo leva su basi solide.

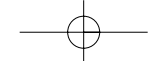
Rapporti con altre società del Gruppo TNT

L'attività di trasporto internazionale è coordinata a livello centrale dalle società TNT N.V., in particolare da TNT Transport B.V., e TNT Express U.K. che gestiscono a livello di Gruppo tutte le politiche commerciali, diffondono procedure operative ed amministrative comuni a tutte le società. Inoltre regolano e coordinano insieme ai rappresentanti del management di ciascun Paese tutte le nuove iniziative, a partire dal loro studio fino all'implementazione. Tutto questo nell'ottica di garantire un livello di servizio uniforme in tutti i Paesi in cui viene svolta l'attività.

I rapporti intrattenuti con le società del Gruppo TNT sono relativi a rapporti commerciali e finanziari e sono soggetti a condizioni di mercato. Tutti i rapporti con le società del Gruppo TNT risultano disciplinati da specifici contratti i cui corrispettivi sono determinati sulla base dei normali valori di mercato.

PERFORMANCE SOCIALE

La fiducia che leggiamo negli occhi dei nostri figli non deve restare disattesa. Il mondo in cui viviamo può essere un posto migliore. Un luogo in cui le risorse non siano sperperate, la natura resti incontaminata e la nostra vita possa dirsi veramente sostenibile. Nello sforzo di miglioramento che ci accomuna, TNT Express Italy non sarà un semplice spettatore, ma si impegnerà a favore della Collettività e dell'Ambiente per crescere mano nella mano con la realtà di cui fa parte.



GIUSEPPE PELLEGRINI
Teleseller Filiale di Genova



PERSONE





UNA SCELTA IMPEGNATIVA PER UN'ESPERIENZA DAVVERO UNICA

Giuseppe Pellegrini, 40 anni, due figli, lavora da 19 anni presso la Filiale TNT di Genova. Ad un certo punto della sua vita, ha deciso di lasciare in 'stand-by' per tre mesi casa, famiglia e lavoro e partire per il Gambia, in Africa, diventando un volontario del World Food Programme. Tre mesi non sono molti, ma è comunque un periodo di tempo sufficientemente lungo per riuscire a mettersi nei panni di un altro. A condividerne le difficoltà, a comprenderne la sofferenza. E basta molto meno per capire che la vera differenza tra "noi" e "loro" è determinata soltanto dal caso, dall'essere venuti al mondo nella culla giusta o in quella sbagliata.

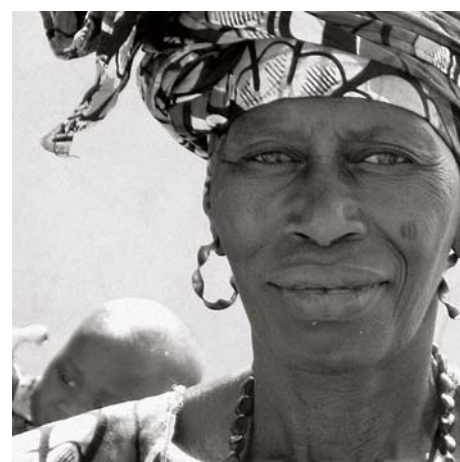
Giuseppe ha avuto il coraggio e la voglia di passare dal desiderio di fare qualcosa al farlo davvero. Non gli basterebbe una vita per raccontare ciò che ha imparato durante la sua "full immersion" in un mondo che dista da noi solo 8 ore d'aereo, ma che è in realtà lontano anni luce. Le parole di Giuseppe non sono un semplice resoconto, ma una piccola istruttiva lezione su cosa è davvero prioritario nella vita di un uomo. "Quello che ho trovato in Gambia è andato al di là della mia immaginazione. In quel Paese nessuno ha nulla e solo stando lì mi sono reso conto del vero valore di ogni piccolo contributo a favore del World Food Programme.



Ho visto di persona come questi aiuti si traducano in grandi benefici per la popolazione e ho capito l'importanza della continuità: quanto realizzato in questi mesi (recinzioni per le scuole, cucine, bagni) deve avere un seguito, altrimenti si perde il senso del progetto. Tutto è completamente diverso da qui. Pensiamo ai bambini: da noi sono iperprotetti, coccolati, ogni minimo disturbo viene subito seguito con attenzione. Li girano per le strade da soli tutto il giorno, nessuno li guarda.

Pensiamo alle loro scuole: non hanno medicinali, garze o bende. Il primo pronto soccorso è a 200 km, su strade non asfaltate che sono un continuo sobbalzo e con tempi di percorrenza doppi rispetto ai nostri. In un simile contesto, la scuola è fondamentale: grazie al Progetto School Feeding, spesso si dà a questi bambini l'unica opportunità di mangiare durante la giornata". Dopo poco tempo in Gambia, Giuseppe ha percepito quanto siano relativi certi valori imperanti nel nostro piccolo angolo di mondo: "Laggiù nessuno ha una bella casa, una bella macchina o dei bei vestiti, eppure tutti sorridono. È una grande lezione che mi è rimasta anche adesso che sono tornato. Si tratta di un'esperienza che consiglio a tutti, ma è fondamentale che sia una scelta condivisa con la famiglia: se mia moglie, quando la sentivo al telefono, mi avesse fatto pesare la mia assenza, non avrei potuto resistere. È importante il supporto morale dei tuoi cari ed è indispensabile che una parte, forse la più grande, di sacrificio la facciano anche loro".

Giuseppe sottolinea anche un altro aspetto che ritiene particolarmente importante: "Sono orgoglioso di far parte di un'azienda che offre ai suoi dipendenti la possibilità di fare esperienze come quella che ho vissuto. Penso che sia in atto un processo epocale che dovrebbe riguardare tutti, dai singoli individui alle famiglie, dalle aziende alle nazioni: chi più possiede ha il 'dovere morale' di condividere con chi è meno fortunato. Sono sempre più persuaso che solo questa sia l'unica strada percorribile per vivere in armonia con gli altri e con se stessi".



PERSONE

Quando si parla di centralità del cliente in TNT si pensa contemporaneamente sia al cliente esterno, sia a quello interno: vale a dire le persone che compongono TNT.

Il valore di un'azienda di servizi è dato essenzialmente dalla somma delle singole capacità degli uomini e delle donne che ne fanno parte: un valore che TNT Express Italy riconosce investendo in formazione e sviluppo, in un costante monitoraggio del clima interno e in una continua attenzione alle richieste provenienti dalle proprie risorse.

I dipendenti di TNT Express Italy al 31 dicembre 2005 risultano essere 3.055 distribuiti su tutto il territorio nazionale. La differenza di organico di 25 unità rispetto all'anno precedente è dovuta principalmente ad un turnover fisiologico. Si evidenzia una composizione del personale tendenzialmente giovane, anche se si riscontra un aumento della popolazione nelle fasce di età più elevate.

La distribuzione geografica del personale conferma i dati dell'anno precedente, con una maggiore concentrazione nelle strutture situate nel Nord del Paese.

Composizione per fascia d'età

	2005	2004
<30	403	506
>=30<36	916	969
>=36<41	832	830
>=41<46	510	428
>=46<51	239	205
>=51	155	142
Totale	3.055	3.080

Composizione per anzianità di servizio

	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai	Totale
<5	13	36	669	-	718
>=5<11	27	65	992	8	1.092
>=11<16	17	43	630	5	695
>=16<21	23	28	410	1	462
>=21<26	5	5	56	-	66
>=26	2	5	15	-	22
Totale	87	182	2.772	14	3.055

Distribuzione geografica

	2005	2004
Nord	2.131	2.152
Centro	549	563
Sud	375	365
Totale	3.055	3.080

I dati presenti nella tabella qui sotto riportata illustrano la suddivisione del personale per inquadramento: nonostante si evinca una diminuzione del numero dei dirigenti dovuta ad un cambio dei vertici aziendali, risulta aumentato il numero dei quadri. In crescita anche il dato relativo alle donne che hanno assunto posizioni manageriali. Tale andamento è il risultato dell'impegno di TNT Express Italy per offrire un trattamento equo a livello di sviluppo e promuovere la crescita interna di tutte le risorse.

Suddivisione per inquadramento

	Donne		Uomini	
	2005	2004	2005	2004
Dirigenti	8	7	79	88
Quadri	24	18	158	149
Impiegati	1.281	1.268	1.491	1.532
Operai	0	0	14	18
Totale	1.313	1.293	1.742	1.787

Con l'attuazione della riforma del mercato del Lavoro (D.Lgs. 276/03) è stata esclusa la categoria di contratti Formazione Lavoro e non sono state adottate per il momento nuove figure contrattuali. Rimane elevata l'incidenza dei contratti a tempo indeterminato, pari al 98% del totale dei dipendenti. Un dato importante che segna la solidità dell'azienda e la scelta di avvalersi, in maniera stabile, di risorse competenti.

Suddivisione per tipologia di contratto

Categoria	2005	2004
Tempo indeterminato	3.006	3.027
Tempo determinato	49	53
Totale	3.055	3.080
Full Time	2.608	2.637
Part Time	447	443

Resta comunque una realtà importante quella degli oltre 300 lavoratori interinali che in media operano soprattutto presso le strutture di Customer Service. Sono molte le soluzioni in azienda che vengono ricercate per facilitare il loro processo di integrazione.

Politica delle assunzioni

Nel 2005 TNT Express Italy si è impegnata ad attuare il piano definito con le organizzazioni sindacali per l'inserimento con contratto a tempo indeterminato di diverse persone oggi operanti principalmente presso i Customer Service con contratto interinale.

Dall'altro lato l'azienda, pur privilegiando la crescita interna dei dipendenti, continua a ricercare all'esterno personale competente in grado di apportare know how ed innovazione al business.

Continuano le collaborazioni con Università ed enti di formazione: sono molti gli studenti sia italiani, sia stranieri che scelgono di effettuare uno stage nelle diverse aree dell'organizzazione.

Assunzione per tipologia di contratto

Categoria	2005	2004
Tempo indeterminato	104	86
Tempo determinato	5	50
Totale	109	136

Evoluzione delle carriere, sviluppo delle competenze e politica retributiva

Il 2005 è stato interamente dedicato alla revisione e standardizzazione di alcuni processi aziendali nell'ottica del riorientamento strategico improntato sulla "customer focalization". Lo sviluppo delle capacità manageriali e delle competenze attraverso una chiara definizione e assegnazione di ruoli, responsabilità e obiettivi ha richiesto una pianificazione di azioni concrete orientate alla crescita professionale di tutti i dipendenti.

Nel 2005 è stato introdotto il sistema di gestione basato sulle competenze, che ha comportato un aggiornamento del modello presente nel PMS (Performance Management System), il sistema utilizzato da TNT Express Italy per la valutazione delle risorse. L'obiettivo è quello di promuovere maggiormente la crescita interna a tutti i livelli. I dati lo dimostrano: sono aumentate infatti le promozioni rispetto all'anno precedente, soprattutto per quanto riguarda i livelli impiegatizi.

Passaggi di livello

	2005	2004
Dirigenti	5	7
Livello IS	19	21
Livello I	42	37
Livello 2	70	45
Livello 3	46	30
Totale	182	140

Parallelamente, il sistema di remunerazione e incentivazione è stato ulteriormente perfezionato, realizzando una più stretta correlazione tra livello del ruolo svolto, risultati ottenuti e bonus erogati. I dati medi di retribuzione fissa lorda risultano in linea con quelli di mercato. È stato revisionato, inoltre, il processo di attribuzione degli aumenti fondato sul concetto di merito: questo ha comportato una ripartizione del budget stabilito in maniera ancora più equa e trasparente rispetto agli anni precedenti. A tutti i responsabili è stato fornito un documento contenente linee guida e indicatori di riferimento per assegnare correttamente gli aumenti previsti. Anche la parte variabile della retribuzione destinata ai manager ha subito una revisione degli schemi di riferimento e della metodologia di calcolo. Nel mese di maggio è stato siglato, in continuità con quanto previsto dall'accordo integrativo 2002 scaduto il 31 dicembre 2005, l'accordo che riconosce un premio economico riferito ai risultati dell'anno 2005, legato a parametri di tipo finanziario e relativi alla qualità del servizio.

Costituito da una parte fissa e da una variabile, anche nell'anno in oggetto l'importo erogato ha registrato un incremento, seppur lieve, rispetto allo scorso anno grazie alle buone performance aziendali.

Il personale in forza è iscritto al Fondo Impiegati FASC; i contributi ad esso destinati sono equamente ripartiti a carico del lavoratore (2,5%) e a carico dell'azienda (2,5%) secondo i termini stabiliti dallo statuto. L'accantonamento al fondo viene corrisposto fino al caso in cui il dipendente non presti più servizio in un'azienda regolata dal Contratto Collettivo Nazionale Autotrasporto, Spedizione, Merci e Logistica o passi alla qualifica di dirigente.

Retribuzione media annua lorda (in euro)

	Uomini	Donne
Dirigenti	88.296	90.888
Quadri	45.794	42.843
Impiegati	25.750	20.386
Operai	18.054	-

Premio di risultato (per coloro che fruivano del buono pasto alla data del 2 giugno 1997)

	2005	2004
Parte fissa (corrisposta con la retribuzione del mese di gennaio)	232	232
Parte variabile (corrisposta con la retribuzione del mese di maggio)	353	323

Premio di risultato (per coloro che non fruivano del buono pasto alla data del 2 giugno 1997)

	2005	2004
Parte fissa (corrisposta con la retribuzione del mese di gennaio)	155	155
Parte variabile (corrisposta con la retribuzione del mese di maggio)	200	181

Formazione

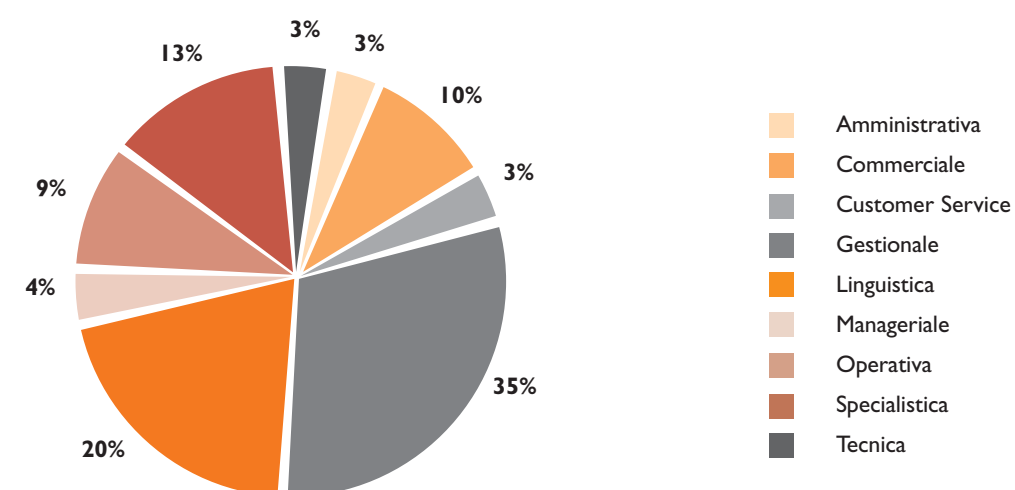
L'attività del Servizio Formazione è orientata a supportare la crescita individuale e a migliorare la professionalità delle persone, al fine di renderle sempre più competenti, motivate e capaci di partecipare attivamente al perseguimento degli obiettivi aziendali.

Il Servizio Formazione, nell'ambito delle Risorse Umane, provvede alla pianificazione delle attività di training, attraverso l'analisi delle richieste pervenute dalle diverse componenti dell'organizzazione, seguendo il trend del business aziendale, valutando e progettando le soluzioni formative ad hoc, destinate a tutti i dipendenti. I corsi vengono erogati prevalentemente in aula, avvalendosi di formatori interni e anche di consulenti esterni, laddove risultino necessari.

Con l'idea di ricercare soluzioni innovative e più mirate all'evoluzione del business, l'obiettivo della formazione del 2005 è stato quello di seguire e coadiuvare i cambiamenti organizzativi, sviluppando le necessarie competenze tecnico-professionali. In particolare, il 2005 ha visto l'implementazione del corso Voice of the Customer (orientamento al cliente): rivolto inizialmente al management, il corso progettato a livello divisionale, ha l'obiettivo di formare progressivamente tutta la popolazione aziendale e di sensibilizzarla rispetto alla nuova strategia aziendale e al conseguente riallineamento dei processi.

Sono state, inoltre, individuate aree di intervento importanti quali comunicazione e people management per le quali sono stati strutturati nuovi percorsi formativi. I corsi, suddivisi come nella tabella qui di seguito, hanno coinvolto 2.409 dipendenti, per un totale di 34.451 ore erogate. I dipendenti possono prendere visione dei corsi disponibili sul catalogo dedicato o sulla intranet aziendale.

1) Nel paragrafo Formazione vengono rendicontate anche le attività formative sull'Health & Safety che verranno illustrate in dettaglio nella sezione dedicata a Salute e Sicurezza sul lavoro.

Tipologia di Formazione erogata**Comunicazione Interna**

Avvalendosi di strumenti di comunicazione on-line e off-line, la comunicazione interna svolge un ruolo determinante sia per la gestione coerente e tempestiva delle informazioni, sia per il coinvolgimento di tutti i dipendenti. Il sito intranet, il principale strumento utilizzato dall'azienda per comunicare con gli utenti, è stato rinnovato e ha potenziato i contenuti di informazione e di servizi.

Al fine di rafforzare la diffusione della strategia e di progetti speciali sono stati interamente rivisitati gli strumenti di off-line quali l'house organ, completamente rivisto a livello di progetto editoriale e che prende il nome di TNTeam, e la Newsletter dedicata a particolari macrotemi che necessitano l'adeguata condivisione sul piano informativo. Oltre ad un panel di interlocutori di riferimento, a tutto il personale viene, inoltre, distribuito il Bilancio di Sostenibilità, non solo per diffondere sempre di più il concetto di cultura sostenibile, ma anche per presentare i risultati dell'anno in esame e i progetti intrapresi dall'azienda. Sono diversi, infine, i piani sostenuti da TNT Express Italy per rispondere alle esigenze delle persone, dall'implementazione delle convenzioni a progetti specifici volti a sviluppare il senso di appartenenza.

Iniziative di coinvolgimento dei dipendenti

Colour the World: la seconda edizione del concorso internazionale di disegno per bambini di età inferiore ai 14 anni focalizzato sul tema della fame del mondo. Cibo e Trasporto il titolo della competizione che aveva come obiettivo quello di coinvolgere le nuove generazioni sul modo migliore di trasportare cibo nei Paesi che ne hanno più bisogno. La sensibilità dimostrata è stata elevata, visto il numero di candidature e il livello dei disegni pervenuti.

TNT Photo Competition: il concorso fotografico a tema avente l'obiettivo non solo di indire una semplice gara, ma soprattutto di creare consapevolezza tra i dipendenti sui temi relativi alla sofferenza. Tale competizione si svolge in concomitanza con il World Press Photo (vedi sezione Collettività).

Outstanding Performance Award: gara introdotta per la prima volta nel 2005, con l'obiettivo di dare ad ogni dipendente la disponibilità di avere una finestra in cui presentare progetti e azioni meritevoli sotto il profilo del business, dei livelli di servizio, della salvaguardia ambientale o dell'impegno sociale.

I vincitori, suddivisi in 4 categorie - Business, Heart, Social e Team – selezionati da una commissione dedicata, sono stati invitati a partecipare alla Cerimonia di Premiazione che si è tenuta nel corso di una riunione del top management dell'azienda. È stata, quindi, offerta loro anche l'opportunità di condividere i loro lavori in occasione di un incontro strategico e di potersi direttamente presentare al top management di TNT.

Giochi Olimpici Invernali 2006: in occasione dei Giochi Olimpici sono state create numerose opportunità per i dipendenti. TNT Express Italy ha dato il via ad aste dedicate per l'acquisto di biglietti a costi simbolici, il cui ricavato è stato devoluto in beneficenza al WFP.

Ai 7 dipendenti selezionati, secondo precisi criteri, l'azienda ha offerto la possibilità di partecipare a questo grande evento in qualità di Tedefori. Un'opportunità per vivere un'esperienza memorabile: correre con la torcia olimpica insieme ai cinque cerchi, simbolo delle Olimpiadi.

Ad integrazione di queste attività, si è tenuta a Firenze la Convention dedicata alla forza commerciale. Non sono mancati, inoltre, i family day organizzati a Cervinia in occasione della marcia Walk the World (vedi sezione Collettività) e la festa di Sicilia, un incontro organizzato dai dipendenti delle Filiali della Sicilia volto a coinvolgere non solo i colleghi, ma anche le loro famiglie.

Relazioni Industriali

Attività sindacale

	2005	2004
Dipendenti iscritti	841	835
Ore di sciopero annue	941	3.479
Ore permesso sindacale	7.293	6.958

In linea con le trattative avviate nel corso del 2004 è proseguita la contrattazione per il rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale (Autotrasporto, Spedizione Merci e Logistica) del settore trasporto merci e logistica. Continuata per tutto il 2005 si è conclusa con l'accordo siglato il 1 marzo 2006 (per la parte normativa) e con un'appendice chiusa il 23 maggio 2006 per quanto concerne la parte relativa all'inquadramento. Quest'ultima parte non è da ritenersi esaustiva in quanto nel corso della contrattazione, sono emerse criticità per integrare i profili professionali dei vari comparti operanti in tale settore. Alla fine è stato concordato di integrare complessivamente le declaratorie contrattuali sull'inquadramento e l'azienda si è assunta l'impegno di sviluppare, nell'arco del 2006/2007, una commissione che avrà il compito di stabilire in modo specifico i profili a seconda dei vari livelli professionali. Tutto questo nell'ottica di definire, nel prossimo contratto, un nuovo inquadramento compatibile con un mondo del lavoro in continua evoluzione. In tal senso il ruolo di TNT Express Italy è stato fondamentale in quanto leader nel settore del trasporto espresso in Italia. La flessibilità dell'orario è stata affrontata in maniera razionale con l'inserimento e lo sviluppo di nuovi modelli di orario che possono rispondere alle esigenze delle Filiali in funzione delle necessità dei clienti. Nell'anno 2006 è previsto il rinnovo del contratto integrativo aziendale, l'obiettivo è quello di raggiungere un accordo con le OO.SS. (Organizzazioni Sindacali) entro luglio 2006.

La politica attuata è finalizzata a mantenere un buon rapporto con le RSA (Rappresentanze Sindacali Aziendali) RSU (Rappresentanze Sindacali Unitarie) e OO.SS. territoriali e nazionali che consentono ormai da anni di gestire con rapidità le variazioni organizzative e dei volumi.

I principali eventi che hanno caratterizzato il 2005, compreso il rinnovo del contratto nazionale di categoria in Italia, hanno reso particolarmente intenso il rapporto con i rappresentanti dei lavoratori sia in sede aziendale, sia di associazioni imprenditoriali. Questo ha comportato una delicata attività di consultazione e di verifica con il sindacato, che ha consentito però di avviare, con successo e nei tempi previsti, tutte le attività.

Contenzioso giudiziale, stragiudiziale e disciplinare

	2005	2004
Richieste di conciliazione avanti la Direzione Provinciale del Lavoro provenienti da personale dipendente	17	10
Ricorsi giudiziali	Totale cause gestite 31 di cui 21 nuove e 10 chiuse	Totale cause gestite 58 di cui 33 nuove e 18 chiuse
Procedimenti disciplinari	80	239
Sanzioni disciplinari	62	146

Nel corso del 2005 si è registrato un aumento delle azioni giudiziarie di carattere giuslavoristico nei confronti di TNT Express Italy. I nuovi ricorsi giudiziali sono 33 e riguardano prevalentemente pretese promosse da lavoratori dipendenti per differenti interpretazioni della normativa contrattualistica, in particolare in materia di inquadramenti e pagamento di indennità, nonché impugnazioni del provvedimento del licenziamento per giusta causa.

Quanto al potere disciplinare, nel corso del 2005 è stata riscontrata, rispetto al 2004, una diminuzione sia del numero dei procedimenti disciplinari promossi dall'azienda nei confronti dei propri dipendenti, sia delle sanzioni disciplinari irrogate.

Diversamente abili

Al 31 dicembre 2005 sono 139² le persone che appartengono alla categoria dei diversamente abili secondo la Legge 68/99.

Nel 2005 TNT Express Italy si è impegnata a definire un piano di convenzioni che ha consentito il completo adeguamento a partire dal 2006.

Al di là delle disposizioni di legge, l'azienda cerca sempre di trovare nuove soluzioni per assicurare migliori condizioni di lavoro sia strutturali, sia a livello di strumenti a disposizione.

Diversamente abili

	2005	2004
Invalidi	122	117
Categorie protette	17	19
Totale	139	136

Obiettivi raggiunti 2005**Risorse Umane**

- Adozione del metodo HAY che rappresenta un sistema di valutazione delle posizioni secondo parametri oggettivi
- Rivisitazione del sistema di remunerazione e incentivazione per garantire una maggiore equità e trasparenza

HEALTH & SAFETY (SALUTE E SICUREZZA)

Nel corso del 2005 il Sistema di Gestione Ambiente, Salute e Prevenzione è stato oggetto di aggiornamento sulla base sia delle normative vigenti sia dei suggerimenti e delle raccomandazioni emersi negli audit previsti per le Certificazioni Five Star Accreditation.

Nel corso del 2005 TNT Express Italy ha ottenuto le certificazioni OHSAS18001 per tutti gli insediamenti attivi, ad eccezione dei siti Special Services in fase di implementazione ed oggetto di certificazione nel 2006.

Matrice dei Rischi – Procedure

Nel 2005 il Servizio ASP (Ambiente, Salute e Prevenzione), al fine di agevolare i Responsabili di Filiale/Hub nel controllo giornaliero dell'applicazione delle misure correttive da adottare per il controllo dei rischi, ha predisposto una matrice (di seguito riportata) nella quale sono identificate, per ogni rischio, le procedure contenenti le relative misure correttive.

2) Il dato relativo agli invalidi è variato in quanto è stata modificata la modalità di calcolo.

Matrice di identificazione rischi e procedure correlate

RISCHIO	CODIFICA RISCHIO	PROCEDURE DI RIFERIMENTO
Aree di transito / porte	1	J25 Viabilità negli insediamenti
		J23 Richiesta attività extra non manutentiva di Sede o Filiale
		J11 Manutenzione delle Infrastrutture e Impiantistica di filiale
		J27 Permessi per lavorazione
Spazi di lavoro Servizi igienici	2	J13 Gestione Pulizie
		J09 Gestione Rifiuti
		SJ10 Servizio ASP
		J11 Manutenzione delle Infrastrutture e Impiantistica di filiale
Scale	3	J27 Permessi per lavorazione
		J39 Sorveglianza Sanitaria, sopralluoghi e riunioni periodiche
		J09 Gestione Rifiuti
		J13 Gestione Pulizie
Macchine	4	J37 Gestione Sistemi automazione magazzino
		J14 Gestione bilance aziendali
		J32 Installazione e manutenzione apparecchiature elettriche
		SJ08 Gestione Acquisti
Attrezzi Manuali	5	J27 Permessi per lavorazione
		J38 Check-up utensili
Movimentazione manuale dei carichi	6	J32 Installazione e manutenzione apparecchiature elettriche
		SJ08 Gestione Acquisti
Immagazzinamento	7	J28 Movimentazione manuale dei carichi
		F06 Arrivo Merci - Magazzino
		F07 Eccedenze
		E08 Zona Anomalie
		F01 Situazione di Magazzino Fermo Deposito Giacenza
Impianti Elettrici	8	J32 Installazione e manutenzione apparecchiature elettriche
		J11 Manutenzione delle Infrastrutture e Impiantistica di filiale
		J27 Permessi per lavorazione
Apparecchi a pressione	9	-
Reti e apparecchi di distribuzione gas	10	-
Apparecchi di sollevamento	11	J24 Lavoratori Isolati
		J11 Manutenzione delle Infrastrutture e Impiantistica di filiale
		J27 Permessi per lavorazione

RISCHIO	CODIFICA RISCHIO	PROCEDURE DI RIFERIMENTO
Mezzi di trasporto	12	J20 Compiti del carrellista J25 Viabilità negli insediamenti
Incendio / esplosione	13	Sez. 12 MQ J17 Gestione Emergenze J27 Registro di Prevenzione incendi J33 Permessi per lavorazione Fumo negli ambienti TNT
Presenza di Esplosivi	14	X01 Merci Pericolose X03 Trasporto di armi
Rischio chimico	15	-
Esposizione ad agenti chimici	16	X01 Merci Pericolose J27 Permessi per lavorazione
Esposizione ad agenti cancerogeni	17	-
Esposizione ad agenti biologici	18	X01 Merci Pericolose X05 Trasporto di animali
Ventilazione, Climatizzazione e microclima	19	SJ10 Servizio ASP J44 Salute sul posto di lavoro J22 Controllo della Legionella J39 Sorveglianza Sanitaria, sopralluoghi e riunioni periodiche J29 Stress Management
Esposizione al rumore	20	J34 Indagini conoscitive sui livelli di rumore J44 Salute sul posto di lavoro
Esposizione alle vibrazioni	21	-
Esposizione a Radiazioni Ionizzanti	22	J31 Apparecchiature a raggi X
Esposizione a Radiazioni non Ionizzanti	23	-
Uso di Videoterminali	24	J26 Terminali video sul posto di lavoro J39 Sorveglianza Sanitaria, sopralluoghi e riunioni periodiche J44 Salute sul posto di lavoro
Caduta	25	J36 Documento di Valutazione dei Rischi
Amianto	26	J43 Amianto
Vibrazioni	27	J47 Richio Vibrazioni

Nota: Per tutti i rischi valgono anche altre 4 procedure che hanno carattere generico e che sono:

J30	Primo Soccorso
J21	Rapporti con Imprese Appaltatrici
J10	Segnalazione infortuni
J36	Documento di Valutazione dei Rischi
J40	Gestione Locale dell'H & S

Formazione

Nel 2005 sono stati erogati i seguenti corsi:

Train the Trainers

Nel 2005 il DHO (Divisional Head Office) ha organizzato un corso Train the Trainers, cui hanno preso parte tutte le Business Unit mondiali, con lo scopo di agevolare l'erogazione del nuovo corso Salute e Sicurezza per manager e supervisor. Per quanto riguarda TNT Express Italy, hanno partecipato sia i Coordinatori del Servizio ASP sia i formatori della Direzione Risorse Umane.

TNT Express Italy ha poi implementato, sulla base di tale corso, un piano di formazione che verrà erogato in 3 anni a tutti i responsabili supervisor e coordinatori di Filiale e Hub. Il piano, concordato con il Gruppo, è il seguente:

	Persone da formare	Numero	Giornate formative
2006-2007	Supervisor e coordinatori di Filiale e Hub	315	2
	Totale	315	
2007-2008	Supervisor e coordinatori di Filiale e Hub	315	2
	Capi Filiale	120	2
	Responsabili Hub	10	2
	Totale	445	
2008-2009	Capi Filiale	120	2
	Responsabili Hub	10	2
	Totale	130	

Movimentazione dei carichi

Vista la tipologia del business e conseguentemente al nuovo progetto portato avanti dalla Casa Madre legato al "Sistema Road Safety", TNT Express Italy ha rivisto il corso per carrellisti, inserendovi anche temi legati al carico/scarico delle merci e alle manovre dei mezzi.

Il corso, della durata di 4 ore, è stato improntato su una parte teorica, che ha trattato temi inerenti la legislazione vigente, la movimentazione dei carichi sia manuale sia con attrezzature (transpallet, carrello elevatore), il carico e lo scarico dei mezzi e i metodi di segnalazione manuale per la manovra dei mezzi, ed una parte pratica con prova di guida del carrello.

Nel 2005 sono stati formati, sulla base del nuovo corso, 125 magazzinieri.

Addetti Emergenza e Primo Soccorso

Sono stati complessivamente formati 419 addetti.

Il totale delle persone che fanno parte delle Squadre di Emergenza e Primo Soccorso è di 1.026 su un totale di 3.055 dipendenti, per una percentuale effettiva del 34%, questo al fine di compensare l'eventuale turnover che si possa verificare nell'arco dell'anno.

Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)

Nel corso del 2005 sono stati formati tutti gli RLS di nuova nomina.

Corsi Guida Sicura

Sono stati organizzati corsi teorici di guida sicura della durata di 3 ore e mezza al fine di completare la formazione iniziata nel 2004. I corsi sono stati organizzati per i dipendenti che hanno in dotazione o che utilizzano per servizio un'auto aziendale.

I risultati sono stati decisamente buoni con 182 partecipanti su 215 convocati (pari all'85%), ai quali è stato rilasciato un attestato di partecipazione e materiale informativo.

Infortuni

Nell'anno 2005 è da segnalare un tragico evento che ha causato la morte di un dipendente nel corso di una rapina presso una Filiale. Si tratta di un caso mai verificatosi prima nella storia dell'azienda che ha portato ad immediate decisioni in merito all'innalzamento del livello di sicurezza delle strutture, in particolare in aree in cui il tasso di criminalità risulta essere elevato.

Il numero di infortuni nel 2005 risulta essere in lieve diminuzione rispetto all'anno precedente. Si tratta prevalentemente di incidenti dovuti a distrazione. Il dettaglio dal 2001 ad oggi è il seguente totale delle ore di assenza nel 2005 risulta diminuito rispetto allo scorso anno, soprattutto grazie alla riduzione degli infortuni.

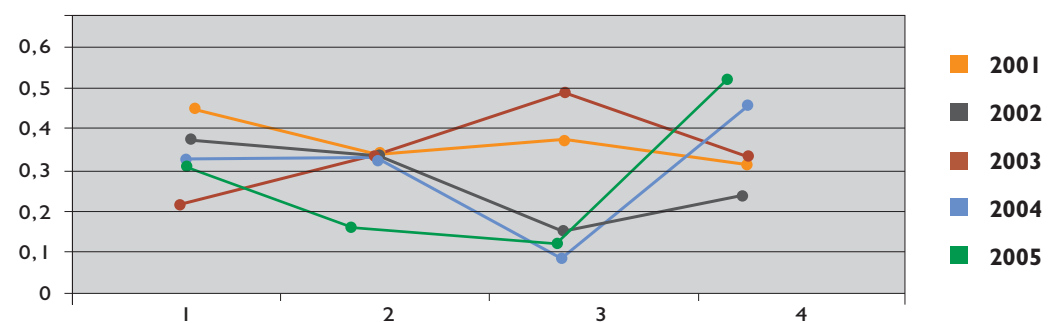
Indice di infortunio sul lavoro

		Q1	Q2	Q3	Q4	Totale
2001	n. dipendenti	3.294	3.273	3.253	3.251	
	%LTA*	0,27	0,32	0,45	0,33	1,37
2002	n. dipendenti	3.244	3.248	3.258	3.220	
	%LTA	0,42	0,33	0,36	0,31	1,42
2003	n. dipendenti	3.228	3.229	3.200	3.189	
	%LTA	0,36	0,31	0,18	0,25	1,1
2004	n. dipendenti	3.167	3.123	3.094	3.091	
	%LTA	0,32	0,32	0,13	0,42	1,19
2005	n. dipendenti	3.091	3.070	3.064	3.066	
	%LTA	0,32	0,17	0,16	0,52	1,17

Nota: (*) LTA = Lost Time Accident (% di infortunio sul lavoro)

Se suddivisi per piano trimestrale la situazione è la seguente:

Indice di infortuni sul lavoro (su ogni 100 dipendenti)



Assenze (in ore)

	2005	2004
Ferie	736.877	825.405
Malattia	184.791	179.512
Permessi non retribuiti	30.744	30.450
Permessi retribuiti	37.434	32.368
Permessi indennizzati	7.758	5.777
Infortunio	8.181	12.528
Maternità	158.246	146.918
Totale	1.164.031	1.232.958

Sorveglianza sanitaria

Anche nel 2005 TNT Express Italy ha monitorato in maniera preventiva, come previsto dalle normative, lo stato di salute e sicurezza di 1.192 dipendenti, suddivisi per categoria, avvalendosi del supporto del medico competente.

Dalle visite mediche effettuate, tutti sono risultati idonei a svolgere la propria attività lavorativa, e solo in pochi casi sono state prescritte misure correttive.

Sorveglianza sanitaria

	2005	2004
Videoterminalisti	907	269
Magazzinieri	221	201
Operatori notturni	64	49
Totale	1.192	519

Obiettivi raggiunti 2005

Health & Safety (Salute e Sicurezza)

- Conseguimento della certificazione OHSAS18001 per tutte le Filiali, in sostituzione della Five Star Accreditation, ad eccezione dei siti Special Services in fase di implementazione ed oggetto di certificazione nel 2006
- Conseguimento della certificazione ISO14001 per tutte le Filiali ad eccezione dei siti Special Services in fase di implementazione ed oggetto di certificazione nel 2006
- Completamento del piano di visite mediche per tutti i dipendenti inseriti negli elenchi della sorveglianza sanitaria
- Rispetto del programma di formazione per le squadre di emergenza e primo soccorso in tutte le Filiali
- Formazione a tutti i magazzinieri e ai nuovi RLS
- Rispetto dei KPI degli infortuni come stabilito con il Divisional Head Office
- Completamento del piano di visite ispettive dei Coadiutori e Coordinatori del Servizio ASP.

CLIENTI

LUGI ACANFORA
Amministratore Delegato Legea



LEGEA CORRE CON TNT

Ogni tanto capita di leggere storie quasi incredibili di “self made men”, persone che partite letteralmente dal nulla riescono a fondare imperi imprenditoriali, a creare ricchezza e lavoro per sè e per gli altri.

Difficilmente accadono nel nostro Paese e quelle poche sono quasi sempre collocate temporalmente nell’“età dell’oro” degli anni ’60, legate al boom economico che trasformò una nazione arretrata in una potenza industriale. E di quelle poche, pochissime riguardano il Sud Italia. In genere si trovano a Nord, quasi sempre nel Nord Est.

La storia della Legea, un colosso dell’abbigliamento sportivo, è dunque atipica per molti aspetti: è una storia italiana, è recente, e nasce e cresce al Sud, a pochi chilometri da Napoli, in una città piccola ma con una grande storia: Pompei.

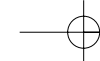
Ma se il contesto è atipico, non lo sono certo gli altri ingredienti di questa storia di successo: la volontà, il coraggio, la pazienza, l’ingegno e la capacità di guardare sempre avanti. Tutte doti che a Luigi Acanfora, giovane Amministratore Delegato di una realtà in continua espansione, con un fatturato di 32 milioni di euro e 50 dipendenti, non mancano di certo.

Lasciamo che sia lui a spiegarci come è possibile, partendo da un vecchio Fiorino cassonato carico di merce da vendere nei porta a porta per negozi di abbigliamento del napoletano, arrivare ogni domenica a vedere apparire il proprio logo in TV, sulle maglie di tante squadre di serie A e di serie B, in Italia come all’estero. “Era il 1993 quando nacque la Legea. La mia famiglia, all’epoca, possedeva un piccolissimo laboratorio tessile dove fabbricavamo pigiami. Mia mamma, in particolare, sarta abilissima, ideava e produceva i modelli che poi vendevamo in un piccolo spazio attiguo al laboratorio. Un giorno comprammo un Fiorino cassonato usato per commercializzare i prodotti a più ampio raggio: fu il primo investimento dell’azienda”. Soldi spesi bene, visti i risultati. “Guidavo questa macchina stracarica di merce in tutti i mercati del napoletano: proponevo agli ambulanti i nostri prodotti, raccoglievo gli eventuali ordinativi e la settimana successiva glieli consegnavo”.

Un ridottissimo time-to-market (di nome e di fatto) che si rivelò efficace e anticipò con successo in modo empirico i concetti di lean production e just in time, all’epoca ancora agli albori. “In breve tempo - ricorda Luigi - gli ordinativi crebbero al punto che dovemmo ampliare il nostro organico, prima ristretto ai membri della famiglia. Cominciammo a diversificare la produzione, trovando un terreno fertilissimo nel settore dell’abbigliamento sportivo. In poco tempo arrivarono le prime sponsorizzazioni e la conseguente notorietà del marchio”. Tutto però senza perdere di vista la regola aurea: mai fare il passo più lungo della gamba.

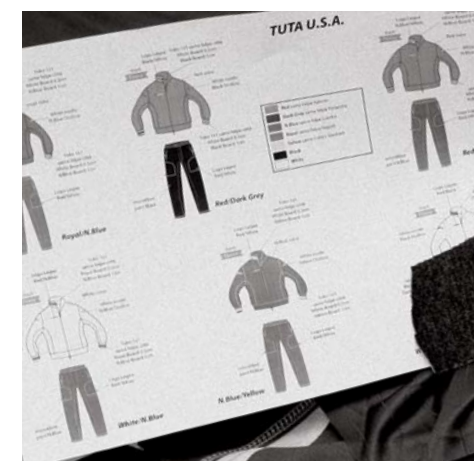
“Mi ricordo ancora adesso, e guai se me lo dimenticassi, quanto faticai a convincere mio padre ad acquistare quel vecchio Fiorino cassonato. Pur costando poco, per noi si trattava di una cifra importante, che mi sentivo impegnato anche moralmente a valorizzare.





Da allora io quella macchina non l'ho mai dimenticata: il giorno che lo facessi, ne sono certo, me ne pentirei amaramente. Per questo oggi Legea è un Gruppo in crescita certamente impetuosa, ma sempre ragionata e controllata.

Il nostro slogan, "keep running with us", rappresenta bene la filosofia che sta alla base della nostra impresa: le consegne adesso non le fa più il Fiorino cassonato, ma TNT, con cui abbiamo costruito negli anni un rapporto di autentica partnership e che ci consente di arrivare puntuali sui mercati, anche se stavolta non sono più quelli rionali, ma quelli europei e americani. Ora anche TNT "corre insieme a noi", applicando lo stesso schema che abbiamo adottato prima in famiglia, poi con i nostri partner: il gioco di squadra".



CLIENTI

TNT Express Italy interpreta il proprio business in una sola ottica: la centralità del cliente. Nessun cliente è tuttavia uguale all'altro, in quanto ognuno ha aspettative che variano in base a settore di appartenenza, mercato di riferimento, dimensioni, esigenze.

TNT opera in un mondo complesso con infinite variabili, un mondo in cui spesso non basta fornire un servizio standard con orari standard, ma occorre raggiungere una profonda conoscenza delle richieste, delle necessità e del livello di soddisfazione del cliente.

Per riuscirci l'azienda ha creato, promosso e diffuso una cultura customer-focussed con interventi strutturati volti a far sì che ogni livello dell'organizzazione sia concentrato su un obiettivo comune: trasformare i propri 100.000 clienti da "soddisfatti" a "più che soddisfatti" di TNT Express Italy. Il punto di partenza è rappresentato, come vedremo, dal processo di ascolto della "voce" del cliente, che arriva in modi diversi: dati incrociati, ricerche, incontri, telefonate, lettere e qualunque altra informazione.

Solo un ascolto efficace si traduce in una piena comprensione di cosa il cliente si aspetta da TNT.

Solo un ascolto efficace permette di anticipare, e superare, le sue aspettative.

Solo un ascolto efficace consente di poter "dire sempre sì".

Mercato del trasporto espresso in Italia

Quadro economico generale

La lunga fase di stagnazione che ha caratterizzato l'economia continentale, e quella italiana in particolare, a partire dal 2001 (anno in cui gli eventi dell'11 settembre hanno sostanzialmente accelerato una congiuntura già in essere) si è confermata anche nel 2005, con un PIL attestatosi su un modesto +0,1% rispetto al 2004, anno già di suo poco brillante (+1%).

Per la prima volta si sono intravisti tuttavia, soprattutto nel secondo semestre, i segnali di un'inversione di tendenza, riflesso del rialzo degli indicatori europei. L'economia globale ha continuato a crescere come già aveva fatto l'anno precedente sia negli Stati Uniti, dove il trend positivo prosegue dal 2003, sia nelle grandi "locomotive" asiatiche, Cina e India in primis. Uno sviluppo proseguito malgrado il permanere sullo sfondo di diversi elementi di incertezza, fra cui la significativa ascesa dei prezzi delle materie prime. In particolare, l'incremento del prezzo del petrolio è un esito della sovrapposizione di elementi relativi alle tendenze del settore e all'incerta evoluzione delle vicende politiche in Medio Oriente.

In Italia, benché alcune aree storicamente all'avanguardia nel comparto economico quali il Nord Est ed il Nord Ovest abbiano concluso negativamente il 2005, zone tradizionalmente più arretrate come Lazio, Sicilia, Campania e Puglia (fonte: Eurispes) hanno registrato segnali positivi.

TNT Express Italy nel contesto di riferimento

I segnali contraddittori dell'economia nazionale non hanno inciso in maniera negativa sui risultati di TNT Express Italy che, anzi, nella seconda parte dell'anno ha incrementato significativamente le proprie performance di business, soprattutto sul fronte internazionale.

Merito in particolar modo dell'implementazione del network, il fulcro della strategia di TNT a livello nazionale e globale nell'arco dell'anno. Ciò ha consentito all'azienda di distinguersi in un mercato complesso e fortemente competitivo com'è quello del trasporto espresso, e di prepararsi il terreno per diventare l'interlocutore più attendibile a "cavalcare" l'onda della ripresa economica. L'essere riusciti per primi a collegare il 97% del territorio italiano all'Europa in 24 ore, grazie soprattutto all'apertura di nuovi punti di accesso internazionali in Sicilia e Sardegna, ha costituito un importante volano per realtà

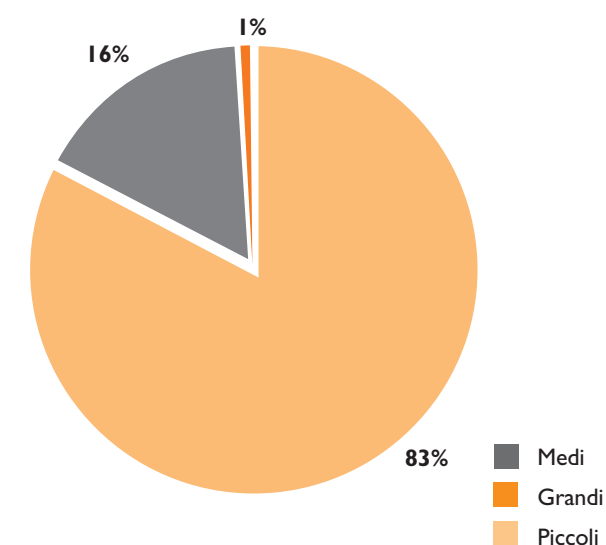
economiche le cui potenzialità sono spesso soffocate dalla sfavorevole situazione infrastrutturale del Paese. Relativamente al segmento internazionale, si è confermato il trend di crescita già in atto nel 2004 con un incremento pari al 12,6%: dato significativo, che assume ancor più rilevanza se raffrontato all'andamento dell'export, in flessione in Italia anche quest'anno a causa del forte apprezzamento dell'euro. Il segmento domestico nel 2005 ha registrato un incremento del 2,5% rispetto all'anno precedente, a riprova dell'efficacia della politica commerciale adottata malgrado il periodo congiunturale.

Nel complesso, nonostante il forte rallentamento dell'economia, la nuova strategia combinata con quella divisionale orientata alla focalizzazione commerciale sui clienti medio-piccoli ha garantito all'azienda un'espansione qualitativa e quantitativa della propria base clienti anche per il 2005.

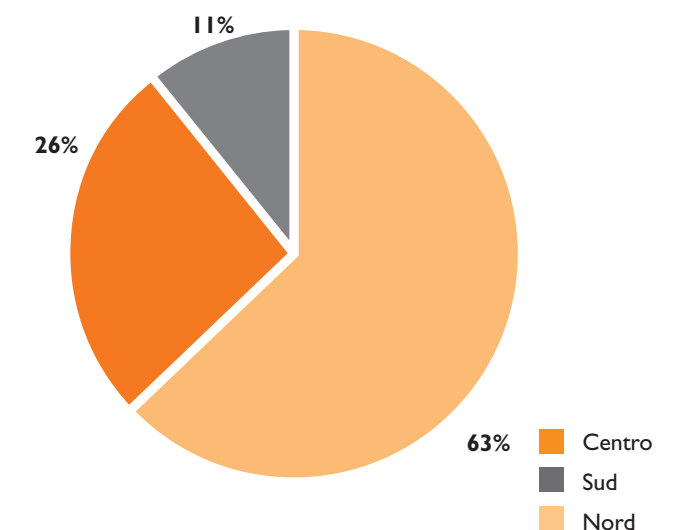
Caratteristiche dei clienti e dei servizi

Nell'universo dei clienti di TNT Express Italy esistono due macro-categorie: i grandi clienti ed i clienti medio-piccoli. L'approccio cognitivo alle loro esigenze si basa principalmente sulle informazioni provenienti dalle analisi di mercato, sull'evoluzione dei servizi di trasporto espresso e sulle loro modalità di utilizzo. Complessivamente nel 2005 non si sono registrati significativi cambiamenti nella suddivisione dei clienti per dimensione e ripartizione geografica. Si riconferma elevata ed in costante aumento la concentrazione nelle aree del Nord Italia.

Ripartizione dei clienti per dimensione



Ripartizione dei clienti per area geografica



Servizi

Nel corso del tempo i servizi standard di TNT sono stati strutturati in modo da fornire una risposta efficace ed in linea con le esigenze di un'economia aperta alla competizione globale. Sia per i servizi nazionali sia per quelli internazionali, TNT Express Italy ha saputo ottimizzare le connessioni offerte dal proprio imponente network air e road, che collega in 24 ore tutta l'Europa. I servizi tradizionali si basano su una compressione senza paragoni dei tempi di resa, un supporto tecnologico di alto profilo, sistemi di

sicurezza dagli standard elevatissimi e un'eccellente assistenza in fase di pre e post vendita.

Oltre ai servizi core, nel 2005 TNT Express Italy ha concentrato la propria attenzione su una gamma di soluzioni dedicate e sinergiche, i cosiddetti Special Services, al fine di poter soddisfare qualunque esigenza del cliente. Da sempre questo settore rappresenta il valore aggiunto dell'azienda e spazia dal trasporto e dall'installazione di materiale molto grande ed ingombrante (ad esempio, i macchinari tipografici) sino alla movimentazione dell'estremamente piccolo e fragile (come la cristalleria di alta gamma), passando attraverso la collocazione delle macchine bancomat su tutto il territorio italiano. Un insieme di competenze assai ampio, dall'elettronica alla distribuzione ottica, che si vuole mettere a disposizione del cliente all'interno di un'unica piattaforma di offerta commerciale. Per questa ragione, a fine 2005 è stato avviato il progetto di integrazione tra l'area Special Services e i servizi standard di TNT Express Italy.

Qualità del servizio

Il cambiamento in atto ha comportato una rivoluzione nella gestione dei problemi e nella progettazione delle attività. L'azienda ha orientato le proprie scelte in questa direzione effettuando rilevanti investimenti nel corso del 2005 (proseguiti poi nell'anno successivo) volti a migliorare la qualità dei servizi erogati.

Una svolta che ha interessato tutta la filiera coinvolgendo in prima battuta la figura del subcontractor: infatti, è stato ridisegnato il quadro che comprende i vari aspetti della sua attività a supporto di TNT Express Italy. I progetti hanno comportato un re-engineering gestionale e relazionale:

- sul fronte dell'immagine, sviluppando una politica di promozione del brand coerente e standardizzata con l'applicazione della nuova livrea "corporate" (contraddistinta dal caratteristico colore arancione) su tutti i mezzi impiegati in Italia e la sostituzione di quelli più obsoleti
- sul fronte della formazione, con l'elaborazione del Manuale del Driver, che predispone le linee guida di comportamento per l'autotrasportatore
- sul fronte dell'informazione, con la nascita della rivista dedicata Driving TNT, esperimento unico nel panorama italiano del trasporto.

Qui di seguito sono riportati i Livelli di Servizio, indicatori che misurano la consegna entro i termini previsti.

Livelli di servizio con giustificato*

	2005	2004
Nazionali	97,0%	97,1%
Traco 10	98,7%	98,8%
Welcome	95,8%	95,4%
Air	93,2%	93,5%
Internazionali**	90,6%	89,4%
Import	91,2%	89,2%
Export	89,9%	89,5%

Note: (*) Nella voce giustificato sono incluse le spedizioni consegnate fuori target per esigenza del cliente (ad es. consegna su appuntamento).

(**) Dati relativi all'internazionale non sono confrontabili in quanto il metodo di calcolo è differente rispetto a quello utilizzato per quelli nazionali.

Attenzione alla sicurezza delle merci

La sicurezza delle merci trasportate è un elemento essenziale per determinare la qualità del servizio. Nel 2005 è stato introdotto un nuovo indicatore (KPI) legato alla soddisfazione del cliente che non misura solo le eventuali anomalie verificatesi, ma anche le modalità di pagamento dei danni riconosciuti. Il processo di rimborso è stato perciò ridisegnato, accorciando sensibilmente i tempi necessari alla sua effettuazione: da 14 giorni di media si è passati a meno di 8.

Questo intervento ha fatto seguito alla drastica riduzione dei tempi di comunicazione delle anomalie, che anche nel 2005 si sono confermati estremamente rapidi: 1 giorno soltanto per i danneggiamenti, 3 per le mancanze. Sul fronte della prevenzione, sono stati avviati oltre dieci progetti quale prima applicazione del concetto "back to basics", premessa indispensabile per il nuovo progetto di qualità a 360° (Q360°) iniziato nel 2005 e istituzionalizzato l'anno successivo. La cura dei fondamentali (basics) è infatti il punto di partenza di qualsiasi programma di qualità. In particolare le azioni hanno riguardato:

- la revisione di un numero rilevante di procedure operative
- l'implementazione dei sistemi richiesti dallo standard TAPA per aumentare la sicurezza passiva degli impianti, con installazione di telecamere e antifurti di ultima generazione
- l'avvio dello studio di un packaging ad hoc contro i danneggiamenti, nell'ambito della creazione di una "cultura dell'imballo" presso il cliente
- la comunicazione strutturata ai subcontractor, tramite la Guida al Pick Up & Delivery, delle procedure da adottare per la sicurezza del pacco a bordo del mezzo, con istruzioni dettagliate sulle modalità di carico all'interno del furgone e sui comportamenti consigliabili per evitare il rischio di furti durante le operazioni di consegna.

I dati qui di seguito riportati, confrontati con i 25 milioni di colli movimentati nel 2005, presentano un andamento fisiologico e in linea con gli anni precedenti.

Tipologia dei danni segnalati

	2005		2004	
	Domestico	Internazionale	Domestico	Internazionale
Per eventi di sicurezza	30.323	1.346	29.733	1.446
Per eventi non di sicurezza	3.407	1	5.326	1

Tipologia dei reclami

	2005		2004	
	Domestico	Internazionale	Domestico	Internazionale
Per eventi di sicurezza	18.995	694	13.760	703
Per eventi non di sicurezza	722	1	345	1

1) I dati relativi all'internazionale non sono riportati perché nel Risk Management System, il sistema utilizzato universalmente per registrare le anomalie su spedizioni internazionali, non vengono inseriti i danni relativi a disservizi.

Gestione dei reclami

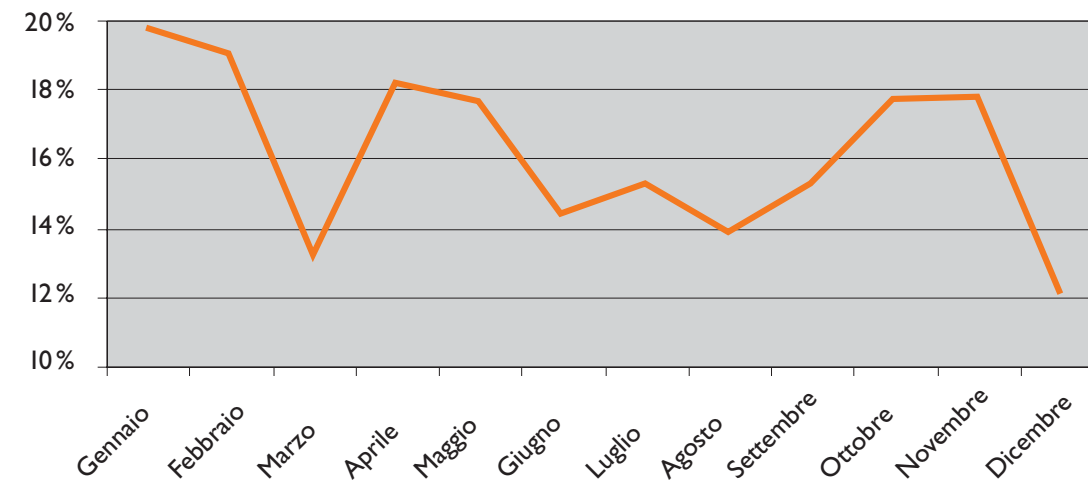
TNT Express Italy ha adottato una serie di piattaforme appositamente strutturate per interfacciarsi al meglio con il cliente in caso si verificano delle problematiche. Suddivise per tipologia di cliente gestito e ambito di attività, tali piattaforme vanno dal Customer Service ai desk dedicati, dai Major Account nazionali ed internazionali sino al Call Centre amministrativo, che si occupa nello specifico della gestione dei reclami in un'area sensibile come quella contabile.

Sul fronte amministrativo, in seguito alle contestazioni effettuate dai clienti in relazione alle fatture emesse, vengono aperte "Invoice Query". Nell'ottica di garantire soluzioni sempre più tempestive, nel 2005 sono stati rafforzati sia il processo di interazione tra i vari enti, sia la formazione del personale coinvolto affinché risulti un valido interlocutore.

indicatori chiave del livello di soddisfazione come la tipologia di servizio richiesto e il valore percepito sulla qualità erogata) hanno evidenziato un progresso in relazione ad alcuni indicatori chiave:

- qualità percepita dai clienti
- facilità di contattare l'azienda
- velocità di risposta del Customer Service
- semplicità nella procedura di prenotazione dei ritiri
- preparazione del personale di Customer Service
- puntualità nel ritiro
- tempestività nella segnalazione di problemi
- chiarezza delle fatture
- professionalità del personale amministrativo e capacità di risolvere i problemi
- comprensione delle esigenze del cliente.

Percentuale di Invoice Query su fatture emesse



Ascolto del cliente

Customer Loyalty Management

Per essere un'azienda customer-focussed occorre poter conoscere in ogni momento l'opinione del cliente sul servizio erogato e studiare soluzioni ad hoc per interpretarne al meglio le esigenze. Nel corso del 2005 TNT Express Italy ha continuato ad effettuare un processo di monitoraggio esterno all'azienda allo scopo di recepire con il maggior anticipo e dettaglio possibile le impressioni del cliente: il Customer Loyalty Management (CLM).

Si tratta di uno strumento di ascolto strutturato per comprendere le aspettative sulla qualità del servizio offerto, utile per fotografare in maniera costante le performance aziendali e attivare azioni correttive sulla base delle aree di miglioramento emerse. Nel 2005 sono stati contattati 29.505 clienti e si è rilevata una redemption del 15%, per un totale di 4.423 clienti che hanno aderito all'iniziativa.

Le indicazioni emerse da quella che è sostanzialmente un'indagine sulla fedeltà (focalizzata su alcuni

Campo d'indagine

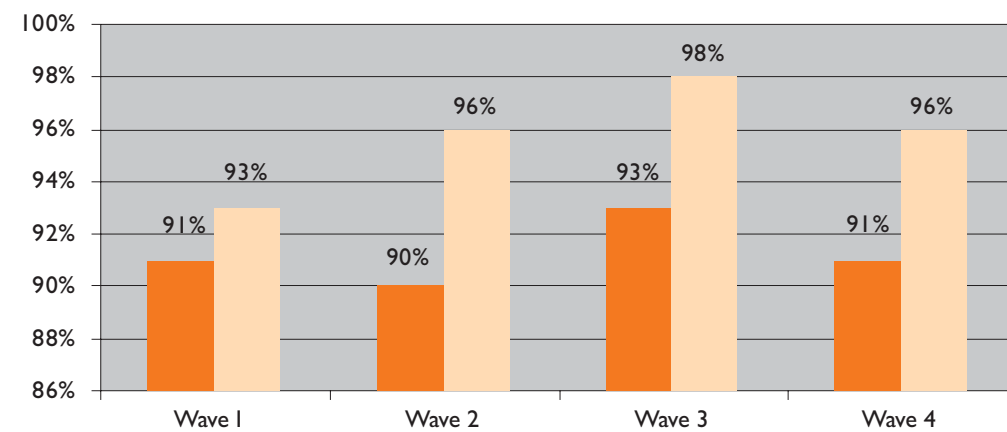
	% soddisfatti		DELTA
	2005	2004	
Qualità globale dei servizi di distribuzione espressa di TNT	92,6%	92,3%	0,28%
Facilità di entrare in contatto telefonico con le persone desiderate	75,5%	73,7%	1,78%
Velocità con la quale il Customer Service risponde alle telefonate	83,0%	81,4%	1,58%
Semplicità della procedura di prenotazione dei ritiri	94,3%	93,8%	0,48%
Capacità del Customer Service di rispondere a tutte le domande	82,0%	82,0%	0,00%
Tempestività nella segnalazione di problemi di consegna della spedizione	63,5%	62,1%	1,32%
Competenza nel gestire le lamentele	67,7%	67,6%	0,08%
Chiarezza delle fatture TNT	84,8%	83,5%	1,27%
Capacità di TNT di risolvere problemi amministrativi	79,6%	79,3%	0,30%
Professionalità del nostro personale amministrativo	91,5%	91,3%	0,18%
Comprensione da parte di TNT delle sue esigenze di trasporto	88,2%	87,5%	0,67%

Mystery Shopper

Anche nel 2005 è stato utilizzato il Mystery Shopper per verificare la qualità del servizio offerto dagli operatori del Call Centre. Il monitoraggio è avvenuto tramite un sistema di interviste a campione, gestito internamente da personale competente, che determina l'analisi di aree specifiche quali la gestione della telefonata, la qualità della telefonata e la professionalità dell'operatore.

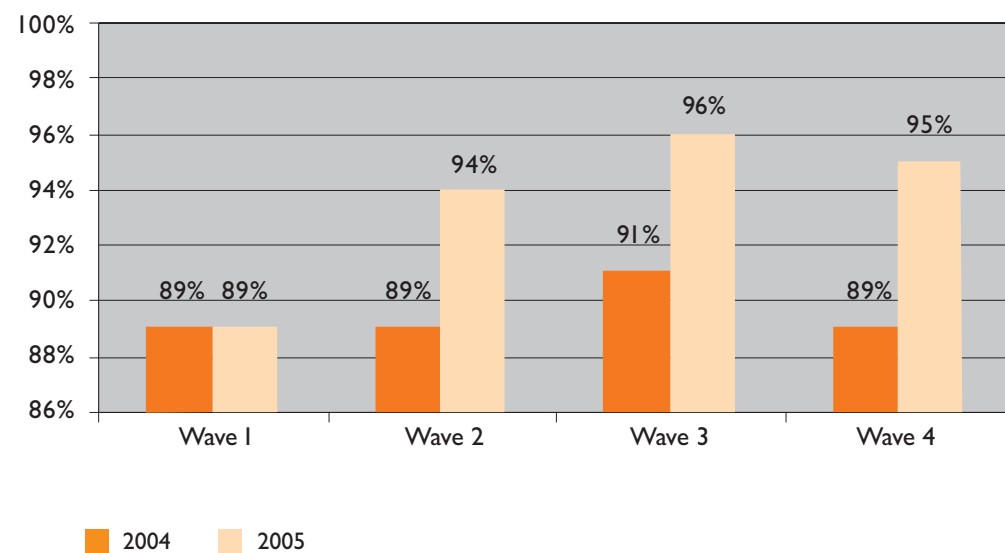
I dati relativi al 2005 evidenziano un notevole miglioramento rispetto all'anno precedente, con percentuali di soddisfazione superiori al 90%.

Mystery Shopper 2005 vs 2004: internazionale



Nota:
Per wave si intende la fase dell'anno durante la quale vengono effettuate le indagini di CLM e Mystery Shopper.

Mystery Shopper 2005 vs 2004: domestico



ICS e innovazione tecnologica

L'offerta tecnologica di TNT Express Italy è in costante evoluzione: la crescita dell'azienda è in gran parte dovuta alla capacità di innovare ed integrare soluzioni in grado di favorire l'interazione con i clienti, l'accesso condiviso alle informazioni e il totale controllo delle spedizioni.

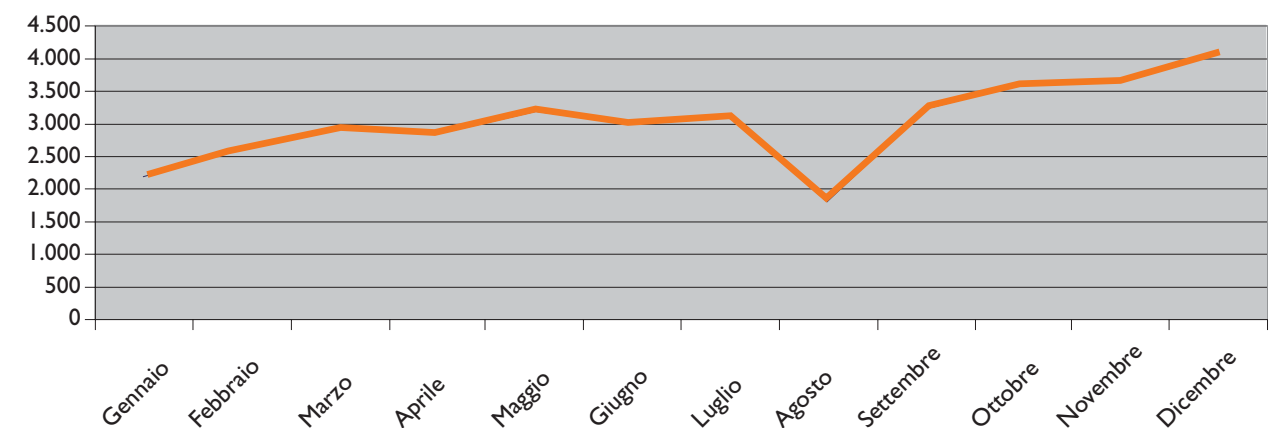
Da quando è attivo, il sito www.tnt.it registra un numero sempre crescente di contatti, indice inequivocabile del gradimento da parte dei clienti: nel corso dell'anno ha raggiunto circa 4 milioni di contatti, ovvero il 30% in più rispetto al 2004. Merito della diffusione di internet, oramai divenuto, seppure con un lieve ritardo rispetto alle previsioni del periodo della "new-economy", un reale strumento di lavoro.

L'utenza, grazie anche alla diffusione della banda larga, predilige sempre più aziende "web oriented": in Italia è particolarmente apprezzata l'erogazione di servizi, oltre che di semplici informazioni, e infatti i siti "operativi" sono quelli che registrano il tasso di penetrazione maggiore. In tale ottica, www.tnt.it non fa eccezione e si rivela efficace perché è "vicino" al cliente, sa comprenderne le necessità ed è estremamente flessibile e ricettivo nei suoi confronti. Come dimostra l'Help Desk a supporto dell'utenza web, con personale preparato ed efficiente che opera a stretto contatto con le persone deputate allo sviluppo applicativo del web.

Per agevolare ulteriormente l'utente finale, nel corso del 2005 il sito è stato oggetto di un restyling:

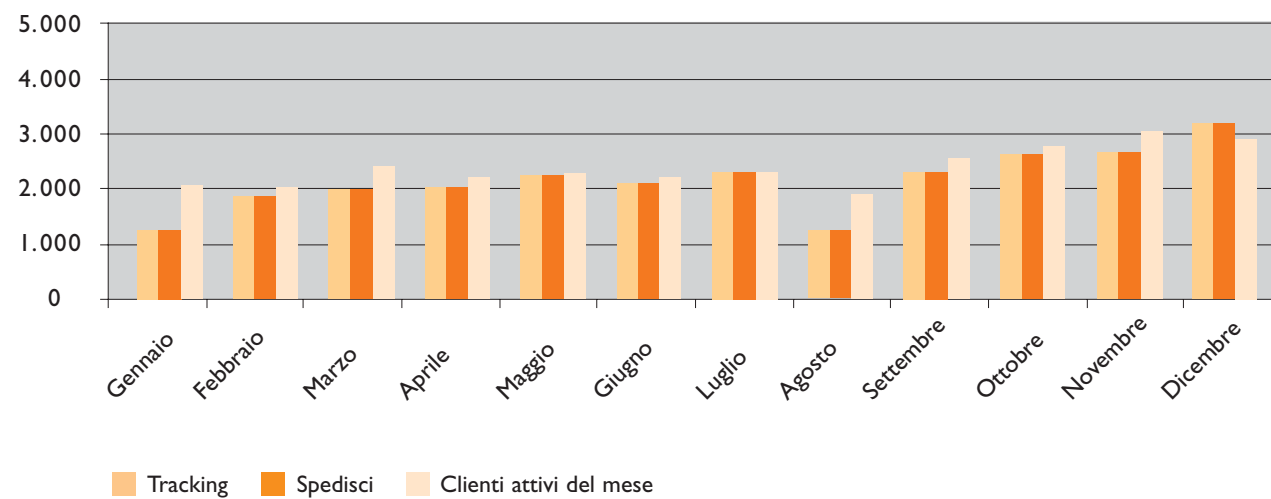
- integrazione delle pagine sui diversi business (ad esempio, Optical Distribution e Technical Courier) in un'unica sezione dedicata agli Special Services
- inserimento della richiesta di ritiro semplificata
- possibilità di scaricare la lista delle Filiali TNT
- possibilità di scaricare la lista delle località raggiunte dal servizio Traco 10
- ottimizzazione della funzione "trova TNT" attraverso una significativa integrazione con il fornitore del servizio.

Accessi medi giornalieri al sito internet myTNT



myTNT

Il fiore all'occhiello del sito è certamente rappresentato da myTNT. Attiva dal 2002, è un'area ad accesso riservato per i clienti convenzionati con un volume di spedizioni inferiore alle 50 unità giornaliere, che consente il monitoraggio degli invii e della situazione contabile ed amministrativa da qualsiasi luogo, sia interno sia esterno all'azienda. In pratica, è un ufficio aperto 24 ore su 24 con il quale è possibile dialogare senza attese. Grazie all'utilizzo della tecnologia XML, organizza proattivamente i dati presi in carico dai clienti garantendo l'estrema riservatezza e, al contempo, la massima velocità di accesso con livelli differenziati in base alle preferenze dell'utente. Nel 2005 è stato attivato un progetto di re-engineering volto a migliorare la navigabilità e a potenziare alcune funzionalità del portale.

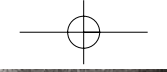
Statistica mensile delle operazioni svolte in myTNT**Tutela dei dati e delle informazioni**

Grande rilievo viene riservato alla tutela della sicurezza e all'integrità delle informazioni: il sito è stato quasi completamente revisionato utilizzando le soluzioni XML (extensible Mark-up Language) per il trasferimento dei dati e l'applicativo Java per la realizzazione delle pagine.

Per la completa sicurezza dei dati, TNT Express Italy ha predisposto un'infrastruttura complessa che prevede l'utilizzo di un server ad hoc per la gestione delle informazioni (database), posto nella rete aziendale e assolutamente non accessibile, oltre ad una serie di server dedicati collocati nella rete dei provider che si occupano della presentazione dei dati.

Contenzioso con i clienti

	2005	2004
Citazioni nazionali ed internazionali	68	90
	(di cui 25 transate prima dell'udienza e le rimanenti attualmente in gestione)	(di cui 17 transate prima dell'udienza e le rimanenti attualmente in gestione)



ROBERTO CABBIA
Presidente TNT



FORNITORI





TFC: INVESTIRE E CRESCERE CON TNT

La storia di TFC è decisamente una storia in controtendenza rispetto ai tempi attuali e nasce da un'apparente contraddizione: puntare al rialzo laddove la maggioranza punta al ribasso. Infatti, in un'epoca in cui la globalizzazione ha innescato una sorta di corsa al taglio dei costi e, di conseguenza, alla qualità del prodotto realizzato o del servizio offerto, TFC ha intrapreso una strada alternativa, distinguendosi al contrario proprio per l'elevato standard del servizio offerto. Una scelta che, a distanza di nemmeno 10 anni dalla fondazione, si è rivelata vincente.

Tutto ha inizio nel 1998 quando la Cooperativa TFC vede la luce, su iniziativa di un gruppo di 9 "padroncini" operanti presso la Filiale TNT di Padova e facenti capo a Roberto Cabbia, tuttora Presidente di TFC. L'obiettivo è quello di diventare un partner affidabile per TNT. Un obiettivo perseguito con determinazione: la focalizzazione sul cliente (nella fattispecie TNT) è il leitmotiv che ha accompagnato il percorso di questa cooperativa sin dagli esordi.

Una politica che ha prodotto risultati immediati: al nucleo originario, infatti, si sono aggiunti nel corso del tempo altri driver delle Filiali TNT di Treviso, Rovigo, Ferrara, fino ad arrivare a Bologna. TFC attualmente conta su oltre 200 operatori nel Nord Est. Un'espansione progressiva che ha fatto di TFC, partita sostanzialmente dal nulla,





uno dei fornitori di riferimento in un'area strategica per TNT Express Italy e per l'intera economia nazionale come il Nord Est. Tra TNT e TFC si è realizzato quello che può definirsi un "matrimonio d'interesse": entrambi, infatti, hanno deciso di utilizzare come tratto distintivo e come leva competitiva sul mercato proprio l'elemento qualità. La creazione di una partnership è venuta di conseguenza.

All'inizio TFC utilizzava furgoni che non rispondevano ai precisi standard qualitativi richiesti da TNT Express Italy, ma dal 2001 è stato attuato un preciso disegno che prevedeva il rispetto di quelli più rigorosi, in termini di immagine dei veicoli utilizzati, della loro efficienza, del ridotto impatto ambientale garantito dalla tecnologia adottata. TFC ha optato per la propria flotta sulla marca top di gamma, Mercedes: da allora la casa della stella è il fornitore esclusivo di TFC, a cui assicura ogni anno 200 mezzi. "Mercedes per noi vuol dire affidabilità – spiega il supervisor di TFC Gastone Paggiaro – e dal momento che lavoriamo anche nel campo degli Special Services di TNT, dove l'affidabilità è la prima delle richieste che ci vengono fatte, con questi mezzi possiamo dormire sonni tranquilli".

Un percorso di qualità che si riflette anche sull'organizzazione: TFC ha designato un responsabile degli autisti in ogni Filiale, che cura in accordo con il responsabile di TNT tutti gli aspetti legati alla qualità del servizio e segue anche gli ambiti inerenti alle consegne per TNT Special Services nelle zone di competenza. L'abilità di TFC e dei suoi uomini è anticipare le tendenze del futuro: per questa ragione, come afferma il Responsabile Operativo Francesco Franceschi, sono in arrivo alcuni mezzi alimentati a metano da utilizzare per l'accesso ai centri storici delle città. "L'obiettivo – spiega Franceschi – è quello di garantire un servizio ai clienti senza incidere negativamente sulla qualità dell'ambiente con emissioni inquinanti".

FORNITORI

La catena di fornitura, direttamente coinvolta nell'attività dell'azienda, è determinante per assicurare un servizio di elevata qualità e valore aggiunto, ed è al centro delle scelte strategiche di TNT Express Italy. La politica adottata è quella di rafforzare le relazioni con i propri fornitori in modo da poter proporre il miglior servizio sul mercato.

In un contesto di reciproca trasparenza e correttezza TNT Express Italy si impegna, quindi, a scegliere i propri partner valutandone competenza, competitività ma anche requisiti che deve rispettare obbligatoriamente per assicurare una catena di fornitura in cui vengano assicurate condizioni di lavoro eque e sicure e in cui si garantisca il valore del marchio aziendale e si promuova una gestione responsabile degli impatti sull'ambiente e sulla collettività.

Un ruolo determinante è svolto dai contractor operativi che partecipano all'attività strategica dell'azienda sia per quanto riguarda la distribuzione delle merci, sia relativamente alla lavorazione delle spedizioni presso i Centri di Smistamento e le Filiali.

Analisi e valutazione per la gestione dei servizi di fornitura

Requisiti fondamentali per la selezione e la valutazione

I processi di selezione avvengono secondo criteri precisi e definiti che garantiscono oggettività, efficienza ed efficacia delle scelte. Al fine di prevenire pratiche e condizioni di lavoro illegali o non eticamente corrette, oltre al rispetto di parametri stabiliti dall'azienda, è considerato un requisito preferenziale l'adesione da parte delle aziende fornitrici allo standard SA8000. A tutti i fornitori, infatti, è stata inviata la documentazione che descrive le iniziative poste in essere in relazione all'applicazione di tale norma e del sistema di gestione ad essa correlato.

L'obiettivo è quello di ricercare il fornitore sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo e in tal senso si tendono a privilegiare accordi di lungo periodo definiti "contratto quadro", a garanzia di forniture durature e di elevata qualità.

In sintesi, i criteri di selezione più importanti sui quali si basano le scelte sono i seguenti:

- qualità della prestazione (servizio/prodotto fornito)
- comprovata affidabilità
- competitività ed economicità
- conformità alla legislazione di tutela ambientale secondo la norma ISO 14001 e/o l'adesione al programma di responsabilità sociale secondo la norma SA8000.

Nell'interesse dei propri partner e al fine di facilitare i rapporti di collaborazione sono state aggiornate le condizioni generali di fornitura, dalle procedure di qualificazione agli accordi quadro, dai contratti di fornitura agli ordini di acquisto.

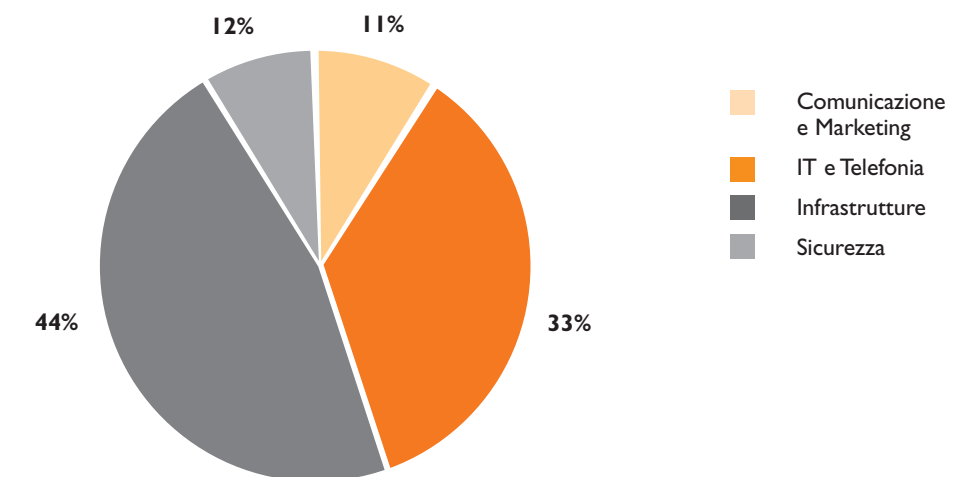
Il 2005 è stato principalmente dedicato alla standardizzazione dei processi nell'ottica di una sempre maggiore trasparenza; ne è l'esempio l'implementazione di SAP, che ha integralmente sostituito il sistema precedente e che consente un flusso di informazioni definito e strutturato a garanzia della chiarezza interna.

Composizione degli acquisti

Nel corso del 2005 il totale degli acquisti effettuati ammonta a 344.513 euro. L'incremento, pari al 6,5% rispetto allo scorso anno, è da ritenersi in linea con l'aumento del fatturato.

Qui di seguito sono riportati i principali costi per servizi, esclusi quelli operativi in quanto, per la tipologia del business, la percentuale di tali costi risulta molto elevata e non consente una corretta ripartizione degli altri costi, comunque importanti a livello di investimenti. Si evince una crescita degli investimenti soprattutto tecnologici, necessari per seguire l'evoluzione del business.

Costi per servizi



Analisi e valutazione per la gestione dei contractor operativi

Per soddisfare le esigenze dei propri clienti TNT Express Italy si avvale dell'opera di veri professionisti del trasporto che si occupano della distribuzione o del collegamento tra Filiali e Centri di Smistamento, in maniera autonoma e utilizzando mezzi propri.

Nel dettaglio i contractor sono così suddivisi:

Fornitori per il servizio di prese e consegne (pick up & delivery)

Sono gli autotrasportatori nonché le rispettive società e cooperative ai quali è affidato il trasporto della merce dalla Filiale a destino e viceversa.

Fornitori per il servizio di facchinaggio (handling)

Sono le cooperative di facchinaggio che forniscono all'azienda personale addetto al carico e allo scarico delle merci, in particolare nei Centri di Smistamento.

È stato predisposto un sistema di monitoraggio di una serie di aspetti, quali la capacità organizzativa e l'economicità, indispensabili per la valutazione del fornitore e per garantire un servizio di qualità.

Fornitori del servizio di trazione (linehaul)

Sono società di autotrasporto, spesso organizzate in cooperative o consorzi, alle quali è affidato il trasporto della merce verso i Centri di Smistamento sulle tratte del network road.

Le modalità di selezione avvengono secondo procedure rispondenti ai requisiti previsti dalla certificazione Vision 2000 oltre che a quelli richiesti dallo standard SA8000.

In aggiunta, per ogni categoria l'azienda può instaurare partnership secondo criteri tecnici ed amministrativi specifici.

Consistenza contractor operativi

	2005	2004
Società di autotrasportatori (pick up & delivery)	1.164	1.412
Società che gestiscono linee (linehaul)	140	140
Società di cooperative di facchinaggio (handling)	59	52
Totale addetti impiegati dalle società sopra citate	4.824	4.730

Coinvolgimento dei contractor operativi

Il 2005 ha segnato una svolta nella strategia di TNT Express Italy, da azienda customer-oriented è diventata un'azienda customer-focussed. Un cambiamento che ha comportato una rivoluzione nell'approccio alla gestione dei problemi ed alla progettazione delle attività.

Si è dato il via ad un'autentica "rivoluzione culturale" nella quale la centralità del cliente è un concetto che si riflette sia internamente che esternamente all'azienda. La Direzione Operativa, che gestisce le attività core di TNT Express Italy ha orientato le proprie scelte di conseguenza su tale fronte, effettuando rilevanti investimenti nel corso del 2005, e iniziando a porre le basi di un concetto, quello di qualità a 360°, che sarà ripreso e sviluppato nei prossimi anni. Una rivoluzione che ha riguardato la figura del driver: intorno al contractor è stato ridisegnato un quadro che comprende tutti gli aspetti della sua attività a supporto dell'azienda.

I progetti hanno comportato un re-engineering gestionale e relazionale:

- sviluppo di una politica legata alla promozione di un'immagine coerente e standardizzata, che ha avuto come conseguenza l'applicazione della nuova livrea corporate (quella contraddistinta dal caratteristico arancione) su tutti i mezzi impiegati in Italia, con la sostituzione di quelli più obsoleti
- formazione, con l'elaborazione del Manuale del Driver, che predispone le linee di comportamento attese e richieste dall'azienda
- informazione, con la nascita di una rivista dedicata, Driving TNT, esperimento unico nel panorama italiano del trasporto.

Condizioni contrattuali

Le condizioni contrattuali applicate da TNT Express Italy sono negoziali standard sia per quanto riguarda i fornitori industriali, sia per quelli legati alla gestione delle infrastrutture. Il trattamento dei contractor operativi in linea generale si basa su parametri standard legati al trend di mercato e su un sistema di incentivazione attraverso il quale vengono stabiliti i requisiti minimi di servizio a cui attenersi e secondo i quali viene anche tarato il sistema di pagamento.

Se per gli ultimi il tempo medio di pagamento varia tra i 15 e i 45 giorni, per tutti gli altri fornitori è di 90 giorni data fattura fine mese.

Contenzioso

Relativamente ai fornitori industriali, nel corso dell'anno non sono stati segnalati significativi casi di contenzioso. Per quanto riguarda i nostri contractor operativi, nel solo anno 2005, sono state registrate in totale 9 nuove controversie, di cui:

- 2 intentate dalle società cooperative di handling (movimentazione merce all'interno dei magazzini) per aspetti inerenti i rispettivi rapporti contrattuali (pagamento compensi, estinzione del rapporto). Entrambe le cause sono ancora aperte
- 2 intentate dal personale impiegato dalle società cooperative di handling e aventi ad oggetto il riconoscimento del lavoro subordinato sia nei confronti delle società cooperative sia nei confronti dell'azienda in qualità di committente del servizio. Entrambe le cause sono ancora aperte
- 2 controversie intentate dagli autisti delle ditte/società fornitrici del servizio di pick up & delivery nei confronti di TNT Express Italy e delle società fornitrici. Una di queste vertenze riguarda un collaboratore della Pony Express. Entrambe le vertenze sono tuttora aperte
- 3 controversie riguardanti omissioni contributive accertate dall'INPS o dall'INAIL.

Obiettivi raggiunti 2005**Fornitori**

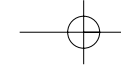
- Attivazione di un processo di informazione dedicato ai contractor operativi per i quali sono stati predisposti strumenti ad hoc
- Proseguimento del piano di standardizzazione dei contratti relativi ai contractor operativi.



AMBIENTE

ALBERTO SARTORI
Responsabile Ufficio Clienti Idroenergia





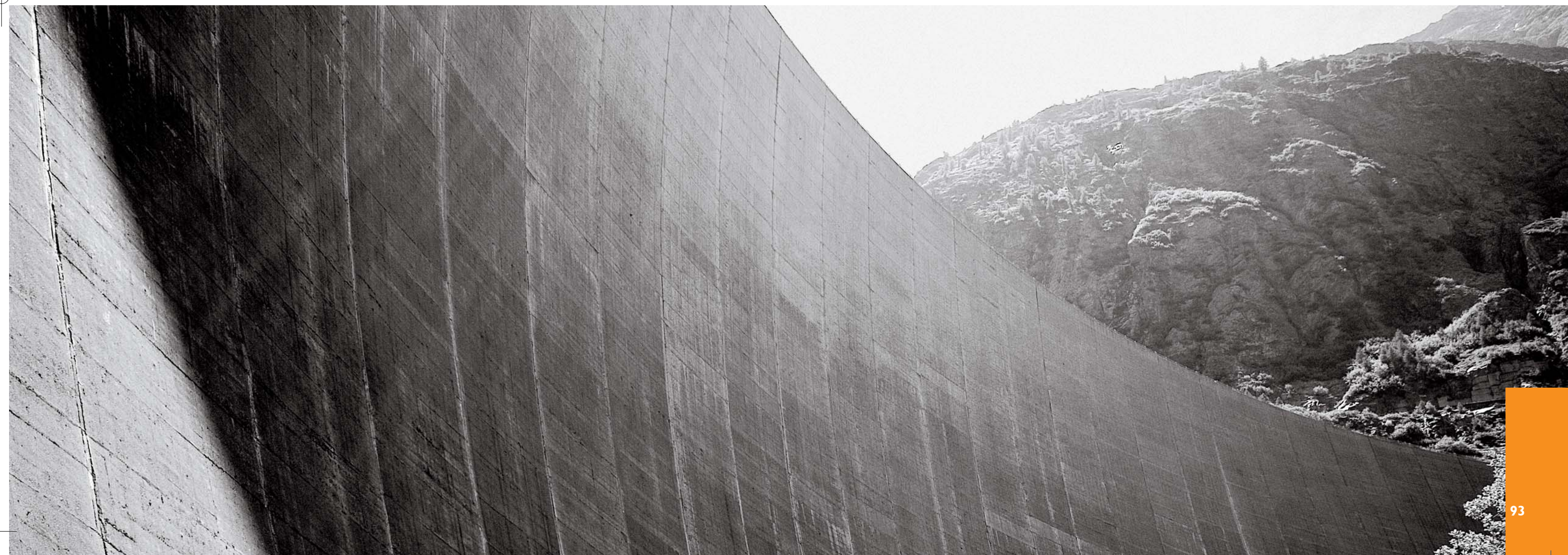
EAUX DE LA VALLÉE – ACQUA PURA ED ENERGIA A IMPATTO ZERO

Ogni attività di TNT Express Italy ha un impatto ambientale e un costo correlato. Una delle voci più significative è il consumo di energia elettrica e la spesa che ne deriva: basta pensare a quanto può costare alimentare un network così capillare come quello italiano di TNT Express Italy, con Filiali di ogni dimensione, Centri di Smistamento, una Sede che ospita 600 persone, PC e autentiche centrali informatiche come la Computer Room, senza dimenticare i 6 Customer Service.

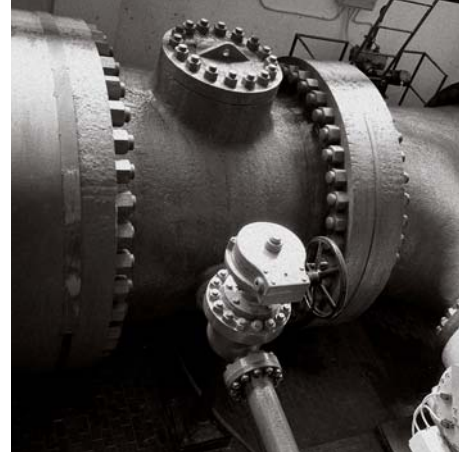
Per conciliare l'apparente quadratura del cerchio che prevede il rispetto dell'ambiente, l'alimentazione di un crescente fabbisogno energetico e il contenimento dei costi, una risposta esiste e si chiama Eaux de la Vallée, il marchio di cui si può fregiare TNT Express Italy in seguito all'accordo con Idroenergia. Stipulato a fine 2005 ed operativo dall'inizio del 2006, permette a TNT Express Italy di alimentare i suoi 18 Hub e le sue 134 Filiali in tutta Italia esclusivamente con energia idroelettrica, totalmente rinnovabile, prodotta negli impianti valdostani del Consorzio.

Questa piccola Regione ha trovato negli anni una nuova opportunità di valorizzazione per il suo straordinario patrimonio naturale. Le risorse del suo territorio, infatti, oltre a rappresentare una formidabile attrazione per il turismo, giocano un ruolo decisivo sul piano dell'energia prodotta con fonti alternative e per la promozione dell'economia locale. Il forte appeal esercitato dal Consorzio Valdostano Idroenergia presso centinaia di industrie operanti a livello nazionale ne è la conferma: nel 2005 il Consorzio, che dispone di 29 centrali idroelettriche, ha somministrato loro 2.700 GWh.

L'accordo stipulato da TNT Express Italy consente dunque di coniugare progresso e rispetto dell'ambiente, ottenendo al contempo una significativa riduzione (circa il 10%) dei costi d'esercizio, nel pieno rispetto della certificazione ambientale ISO 14001: oltre ad essere pienamente conforme alle indicazioni di tale certificazione, TNT Express Italy può anche disporre delle agevolazioni per chi ricorre all'utilizzo di energia "pulita". Un duplice ed esclusivo vantaggio per l'azienda, frutto del lavoro del Team Real Estate, attivo all'interno del Servizio Real Estate and Health & Safety.



Alberto Sartori, Responsabile Ufficio Clienti, ci illustra l'attività di Idroenergia: "Come tutti gli altri operatori di mercato, Idroenergia utilizza una rete distributiva dell'energia elettrica somministrando nella rete tradizionale il proprio output energetico. Ogni azienda consorziata, e quindi anche TNT Express Italy, collegandosi alla normale presa elettrica, consuma un quantitativo "equivalente" a quello immesso all'origine in Val d'Aosta. Di fatto, una quota della produzione nazionale di energia elettrica è generata da Idroenergia e questa quota è costituita da energia pulita perché proviene da una fonte totalmente rinnovabile: l'acqua, che consente di abbassare il livello delle emissioni inquinanti necessarie alla produzione di energia elettrica. È importante e gratificante che aziende multinazionali come TNT Express Italy facciano questo tipo di scelte dando il buon esempio".



AMBIENTE

Qualsiasi azienda, che si occupi di produzione o di servizi, è fonte di impatto ambientale.

La dimensione di TNT Express Italy non consente di prescindere dal contesto in cui opera, né dalla salvaguardia e manutenzione delle proprie strutture. L'attenzione alle tematiche relative a sicurezza, igiene e ambiente è diventata elemento determinante in ogni sistema gestionale aziendale evoluto.

Tutte le persone possono contribuire a migliorare il proprio ambiente di lavoro e a ridurre gli sprechi di risorse naturali, ad esempio praticando il riciclo dei rifiuti o riducendo il consumo di carta. A tale proposito, TNT Express Italy si è impegnata nell'elaborazione di una Politica per la Protezione Ambientale in linea con le norme ISO 14001.

L'analisi effettuata per raccogliere tutte le informazioni necessarie a fornire un quadro esatto dell'impatto dell'azienda sull'ambiente esterno ed interno ha permesso di definire le procedure per gestirlo, monitorarlo e ridurlo.

Sistema di gestione ambientale

Nell'ottica di un crescente impegno nel campo della tutela dell'ambiente naturale, nel marzo del 2001 TNT Express Italy ha ottenuto la certificazione secondo la norma ISO 14001 relativamente alla Sede e alla Filiale di Torino San Giorgio, certificazione mantenuta e estesa ad altre Filiali negli anni successivi. Mantenendo un impegno costante nel tempo, nel 2005 la certificazione è stata estesa a tutti gli insediamenti attivi ad eccezione dei siti Special Services, in fase di implementazione ed oggetto di certificazione nel 2006.

Tale sistema consente di avere un approccio strutturato per identificare i rischi ambientali e le opportunità di miglioramento, contribuendo ad aumentare il valore dell'impresa nel mercato odierno e futuro partendo da una seria analisi delle varie problematiche, siano esse di natura legislativa, tecnica o gestionale.

In quest'ottica sono stati individuati come rilevanti per il Gruppo: i consumi energetici, la produzione di rifiuti, i consumi di carta, la limitazione di sostanze nocive e soprattutto il monitoraggio della flotta aziendale.

Gestione delle infrastrutture

Nel 2005, in collaborazione con le proprietà degli immobili, TNT Express Italy ha provveduto a far rimuovere l'amianto presso le Filiali di Milano Internazionale e Roma Fiano: le Filiali con presenza di amianto sono così passate da 29¹⁾ a 27, di cui 7 con amianto bonificato e 20 con amianto non bonificato. Sempre in questo ambito l'azienda ha eseguito, direttamente o tramite le proprietà degli immobili, l'analisi delle fibre aerodisperse nei 20 insediamenti con presenza di amianto non bonificato in cui la cadenza delle analisi è annuale. Relativamente ai 7 insediamenti con amianto bonificato, dove la cadenza dell'analisi è triennale, TNT Express Italy ha completato l'attività eseguendo direttamente il controllo delle fibre aerodisperse nei 2 in cui la stessa era in scadenza.

Anche per il 2005 è stato confermato che non sussistono rischi per i lavoratori.

1) Errata corrige: il valore del 2004 delle Filiali con presenza di amianto è stato modificato con il valore corretto rispetto a quello inserito nel Bilancio di Sostenibilità 2004.

Impatti ambientali derivanti dalla flotta di automezzi

A livello di Gruppo è stato lanciato il progetto Driving Clean, volto a ridurre l'impatto ambientale generato dalla flotta di automezzi. Attualmente implementato solo in alcune Business Unit, il programma prevede un insieme di accorgimenti che vanno dall'installazione di particolari filtri negli automezzi all'utilizzo di nuove tecnologie e tipologie di carburante. Il piano degli investimenti è stato definito e l'obiettivo è estendere tale sistema in altre Business Unit nel medio termine.

In Italia, dove la flotta non è di proprietà dell'azienda, è stato attivato un processo di sensibilizzazione degli autotrasportatori affinché, soprattutto i principali fornitori, rinnovino progressivamente i propri veicoli. I furgoni nuovi permettono di ridurre l'impatto sull'ambiente in quanto meno inquinanti. Un modello predisposto che identifica i furgoni presenti in Filiale, la loro età e il periodo entro il quale è necessario revisionare il mezzo consente inoltre di monitorare la situazione.

In sintesi anche quest'anno l'azienda ha richiesto ai propri partner di:

- sostituire gli automezzi obsoleti e, pertanto, maggiormente inquinanti che non hanno i requisiti di base per limitare l'impatto ambientale
- ottemperare alle normative di legge in materia di requisiti tecnici del mezzo, revisioni regolari e costante rinnovo del bollino blu.

Le auto utilizzate dai dipendenti hanno un ciclo di vita ridotto e sono soggette a continui controlli nel rispetto delle normative vigenti.

Il progetto relativo all'ottimizzazione del network, iniziato già gli scorsi anni, che prevede una più efficiente pianificazione del trasporto contribuisce in maniera positiva alla salvaguardia dell'ambiente.

Inoltre è stato consegnato a tutti i PUD un manuale informativo nel quale è inserita una parte relativa al rispetto dell'ambiente, che richiama l'attenzione sull'adottare uno stile di guida "sicuro" e sulle modalità di smaltimento dei rifiuti inquinanti prodotti da attività di manutenzione quali ad es. oli e batterie esausti.

Fornitura di energia

Il consumo energetico di TNT Express Italy deriva principalmente dalle infrastrutture ed è soggetto a variazioni dettate dall'eventuale riorganizzazione dei siti presenti sul territorio nazionale. Un impatto elevato è generato dai centri di smistamento e spesso l'incremento dei consumi deriva dall'inserimento di nuovi macchinari automatizzati dall'elevato contenuto tecnologico.

Proprio dalla sensibilità dell'azienda per la tutela ambientale è scaturito nel 2005 un contratto di fornitura di energia elettrica a livello nazionale con la Società Idroeconomia, che eroga il servizio da fonte completamente rinnovabile. Si tratta di uno dei primi esempi di "energia pulita" che non solo pone attenzione al crescente fabbisogno energetico e al contenimento dei costi, ma garantisce un maggior rispetto delle comunità locali. Tale accordo permette a TNT Express Italy di alimentare tutte le proprie strutture esclusivamente con energia idroelettrica, totalmente rinnovabile, prodotta negli impianti valdostani del Consorzio.

Per la prima volta, inoltre, è stata effettuata un'analisi per verificare la presenza di PCB, composto chimico dannoso per l'ambiente, che potrebbe essere presente negli oli delle cabine elettriche situate all'interno dell'azienda. Valutati tutti gli impianti, i risultati sono stati positivi e si è evidenziata la totale assenza di questo componente.

Nel 2005 i consumi sono aumentati rispetto allo scorso anno in seguito all'implementazione dei sistemi di riscaldamento nelle strutture più obsolete, che prima non erano servite adeguatamente.²⁾

2) Si precisa che il dato relativo ai consumi di riscaldamento nel 2004 è stato rettificato con quello corretto.

Consumi di energia, materiali ed emissioni

	2005	2004
Elettricità	21.028.909 kWh	18.003.535 kWh
Riscaldamento	3.739 Gjs	3.929 Gjs
Gas metano	41.714 Gjs	23.133 Gjs
Acqua	84.817 Mc	77.505 Mc

Gestione rifiuti

Nell'esecuzione delle proprie attività di processo e di servizio, TNT Express Italy genera rifiuti che secondo la normativa vigente possono essere suddivisi in:

- Rifiuti Solidi Urbani (rifiuti domestici provenienti da locali, rifiuti vegetali e rifiuti risultanti da attività di pulizia)
- Rifiuti Speciali (rifiuti prodotti dall'attività lavorativa), che possono essere:
 - pericolosi (rifiuti non domestici e tossico/nocivi)
 - non pericolosi (tutti quelli che non rientrano nelle categorie precedenti).

I rifiuti solidi urbani vengono smaltiti tramite il servizio pubblico, mentre la gestione dei rifiuti speciali prodotti dall'azienda è stata appaltata su tutto il territorio nazionale ad un'unica società esterna, al fine di creare uno standard di qualità in linea con le normative nazionali ed europee vigenti. Tale società provvede al ritiro, alla cernita, allo smaltimento e ove possibile al recupero/riciclaggio dei rifiuti prodotti.

Per quanto riguarda il consumo di carta, in linea generale nel corso del 2005 si è evidenziata una forte riduzione; questo testimonia come la politica di sensibilizzazione interna sia stata recepita dai dipendenti e integrata nel sistema gestionale dell'azienda. La carta è il principale materiale di consumo, soprattutto negli uffici di Sede, per cui già da alcuni anni sono state create procedure dedicate al rispetto del suo intero ciclo di vita: dall'acquisto all'utilizzo e al consumo. Il contenimento dei consumi deriva soprattutto dalla scelta di lasciare sempre maggior spazio ai sistemi informatici per la diffusione delle informazioni sia interne sia esterne all'azienda. Gli accorgimenti attivati comprendono l'installazione di attrezzature centralizzate predisposte alla stampa fronte-retro dei documenti e la dotazione di contenitori per la raccolta della carta in ogni ufficio.

Rifiuti prodotti (Kg)*

Tipologia	2005	2004
Carta	78.940	96.600
Hardware	10.860	17.056
Imballi in più materiali	3.498.000	3.234.245
Legno	1.245.000	863.480
Pericolosi	11.160	10.203
Toner	3.075	8.105

Nota: (*) I dati sono relativi ai rifiuti prodotti presso le Filiali in cui è presente il servizio di raccolta privata a mezzo di società esterna autorizzata

Emissioni acustiche

In linea con quanto richiesto dalla certificazione ISO14001 anche nel 2005 l'azienda si è confrontata su diversi aspetti con le autorità competenti, al fine di chiedere consulenze relative alle emissioni acustiche esterne quali rumore generato dall'attività di TNT Express Italy.

Incidenti ambientali

Nel 2005 non si sono verificati incidenti ambientali.

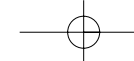
Contenzioso

Non si sono verificati casi di contenzioso o reclami, ma allo stesso tempo sono continuati i rapporti intrapresi con le istituzioni e le autorità locali per prevenire eventuali rischi e/o ricercare nuove soluzioni.

Obiettivi raggiunti 2005

Ambiente

- Attivato il sistema per l'utilizzo di energia eco-compatibile in tutte le strutture di TNT Express Italy
- Estensione della certificazione ISO14001 a tutti gli insediamenti attivi, ad eccezione dei siti Special Services.



COLLETTIVITÀ

GIOVANNI PULICE
Responsabile Coordinamento Sicurezza e Servizi TOROC



TORINO 2006: PASSION (& TNT) LIVE HERE!

Nel febbraio 2006 si è svolto a Torino il più grande evento di sempre ospitato in questa città: i XX Giochi Olimpici Invernali.

Per dare un'idea delle dimensioni di una moderna Olimpiade, basta qualche numero: 1.000.000 di spettatori, 2.500 atleti, 2.300 rappresentanti dei Comitati Olimpici, 10.000 giornalisti accreditati, 10.000 ospiti degli Sponsor, 13.000 posti letto, 3 Villaggi Olimpici e 7 Media Village.

Tutto il territorio ha contribuito alla riuscita di questo appuntamento: per anni, fianco a fianco, hanno lavorato istituzioni, imprese e privati cittadini.

Gli Enti Pubblici, locali e nazionali, hanno rinnovato profondamente le infrastrutture sportive e viarie, facendo sì che le Olimpiadi si svolgessero senza il minimo intoppo anche e soprattutto (in considerazione della tragica priorità che questa componente ha assunto negli ultimi anni) sotto il profilo della sicurezza. Il Comitato Organizzatore (TOROC) è riuscito a coinvolgere un grandissimo numero di volontari (20.000, e le richieste erano state più di 40.000!), creando un team che si è rivelato un formidabile propagatore di entusiasmo e coinvolgimento; last but not least, naturalmente, le aziende che in qualità di Sponsor o di Fornitori Ufficiali hanno svolto una funzione cruciale sotto il profilo della comunicazione e che hanno assicurato il funzionamento della complessa macchina organizzativa delle Olimpiadi.

Tra queste aziende un ruolo importante lo ha giocato TNT Express Italy. I XX Giochi Olimpici Invernali si sono svolti, infatti, nella città in cui 40 anni or sono nacque ed in cui risiede tuttora il primo corriere espresso italiano, l'attuale TNT Express Italy.

L'azienda ha voluto mettersi in gioco con un grande impegno "dietro le quinte", il cui successo è dimostrato a posteriori, per assurdo, proprio dall'invisibilità degli operatori TNT: infatti, nel momento in cui, per qualche motivo, si fosse parlato di loro, lo si sarebbe fatto per l'insorgere di un problema...

Da qui la firma che nel maggio 2004 ha ufficializzato l'accordo con il TOROC e ha conferito a TNT la qualifica di Fornitore Ufficiale per i servizi logistici e di trasporto espresso.

Per 17 giorni consecutivi (a cui vanno aggiunti 10 giorni a marzo per i Giochi Paralimpici), TNT ha allestito una struttura chiamata a seguire full-time le attività sia sotto il profilo operativo che manageriale. Della squadra TNT per le Olimpiadi hanno fatto parte 350 persone che hanno gestito, movimentato, stoccato e distribuito, con l'impiego di 100 veicoli dedicati, i 500.000 metri cubi di merce presenti nei 3 magazzini dedicati (31.000 metri quadri di superficie complessiva) e nei 20 magazzini presenti sui siti di gara, di allenamento e presso i Villaggi. Con l'ausilio, per quanto riguarda la sicurezza, dei raggi X e di una sorveglianza via satellite 24 ore su 24 effettuata dalla Centrale Operativa di TNT.

Definito il quadro operativo, TNT ha effettuato i test-event a inizio 2005, importante banco di prova attivato su 9 Venue competitive, superati brillantemente.



TNT Express Italy ha avuto così in carico la gestione della verifica di tutta la merce che, per motivi di carattere organizzativo, è dovuta transitare nelle Venue Olimpiche.

Nel periodo olimpico TNT Express Italy ha predisposto ed attuato con successo il cosiddetto milk round, un "giro del latte" che ha impegnato durante i Giochi 20 mezzi e 40 operatori per assicurare il costante rifornimento dei siti di gara e dei villaggi olimpici lontano dalle finestre di gara e due volte al giorno.

A giochi conclusi, dopo le attività di "transition", ovvero di carattere logistico legate alla riconversione delle Venue per l'allestimento delle Paralimpiadi, TNT Express Italy ha attivato la "dissolution", ovvero lo smantellamento dei siti e l'imballo del materiale presso i 3 magazzini centrali dove, una volta stoccato ed inventariato, è stato spedito alla destinazione finale.

A queste attività, previste dall'accordo base, se ne sono aggiunte altre: TNT Express Italy infatti si è aggiudicata anche il contratto per l'allestimento dei Villaggi Olimpici e delle Venue, il Contratto con TOBO (Torino Olympic Broadcasting Organisation) e il trasporto e la distribuzione dei biglietti olimpici. Un grande impegno, perché la sola installazione degli arredi dei 3 Villaggi Olimpici (13.000 posti letto complessivi) ha comportato l'impiego di 250 uomini per la movimentazione e l'assemblamento, in una finestra temporale ristrettissima, di 250.000 elementi di arredo.

Giovanni Pulice, Responsabile del Coordinamento Sicurezza e Servizi di TOROC, commenta così la sua collaborazione con TNT Express Italy: "L'Evento Olimpico è unico per complessità organizzativa e per copertura mediatica. Tra i processi critici per il successo di un'Olimpiade moderna ricopre primaria importanza la gestione logistica. Per Torino 2006 abbiamo scelto di lavorare in stretta partnership con TNT e la cooperazione avviata nella fase di definizione strategica del progetto si è via via sviluppata fino alla fase operativa durante i 17 giorni dei Giochi. Grazie allo spirito di squadra creatosi tra il personale TOROC e lo staff TNT siamo riusciti a gestire al meglio tutte le attività operative ed a risolvere rapidamente anche i piccoli problemi che possono insorgere nella gestione di una "macchina" così complessa.

Mi piace pensare che la sintesi più bella di questa esperienza sia lo spirito di amicizia, di collaborazione, di abnegazione e di stima che si è creato lavorando insieme e che permane anche dopo il termine dei Giochi".



COLLETTIVITÀ

Nel corso degli anni il cammino di crescita intrapreso da TNT si è evoluto dal semplice contatto con le realtà locali ad un percorso ad ampio raggio nel vasto panorama mondiale. Benché eterogenei per caratteristiche e proporzioni, entrambi i contesti evidenziano l'importanza di una gestione responsabile delle risorse, oggi quanto mai preziose alla luce dell'accelerazione con cui il progresso investe ogni attività dell'uomo.

Per una multinazionale come TNT, che aspira ad essere leader nel proprio settore di riferimento, crescere significa interfacciarsi in maniera coerente e rispettosa con la società in cui opera e la collettività che ne fa parte. L'azienda si prefigge di consolidare la propria posizione di mercato attraverso la salvaguardia delle persone, la tutela dell'ambiente e la custodia dei valori sociali. Temi di grande attualità, che si riconducono al concetto universale di sviluppo sostenibile.

Parallelamente al perseguimento del proprio core business, TNT si è quindi posta come traguardo una serie di obiettivi improntati al dialogo e al rispetto delle comunità in cui opera, coinvolgendo a cascata le Divisioni e le relative Business Unit.

Impegno del Gruppo

TNT si impegna ad andare oltre la pura conformità, cercando di distinguersi in ambiti che consentano di assicurare un carattere unitario alle iniziative intraprese nei vari Paesi in cui il Gruppo è presente. La ricerca di occasioni di miglioramento si riflette positivamente sui dipendenti, spinti ad interpretare il loro ruolo all'interno dell'organizzazione anche in funzione del contributo offerto alla collettività. Due iniziative di lungo termine sono legate alla partnership ormai consolidata con il World Food Programme delle Nazioni Unite e al nuovo progetto Driving Clean (vedi sezione Ambiente), che rispecchia la recente decisione di aderire all'Environmental Programme delle Nazioni Unite.

World Food Programme

La collaborazione globale nata nel 2002 con il World Food Programme (WFP), la più grande organizzazione umanitaria mondiale e il braccio logistico delle Nazioni Unite che ogni anno fornisce cibo ad una media di 90 milioni di persone in oltre 80 Paesi, continua a crescere. TNT si configura ormai come un partner strategico per le competenze e il know-how offerti nell'ambito del trasporto e della logistica, i veri punti critici per una distribuzione uniforme delle risorse che abbondano sul nostro pianeta.

Nel 2005 le attività di TNT, inquadrate all'interno del progetto Moving the World, hanno permesso di sostenere le operazioni di soccorso in Indonesia a seguito dello Tsunami verificatosi a dicembre 2004, con l'apertura di un ufficio congiunto WFP/TNT a Medan e la costruzione per conto del WFP di una base per gestire l'emergenza in loco. A livello logistico sono stati organizzati ponti aerei verso Medan e Banda Aceh, con successivo scarico degli aerei e organizzazione di convogli di camion (inizialmente 15, poi 120) per il trasporto degli aiuti alle aree disastrate.

Specialist Support Programme

Dal 2004 il trasferimento di know-how è agevolato dallo Specialist Support Programme, che consente di rispondere ai bisogni effettivi del WFP su base continuativa. Lavorando all'interno delle cinque iniziative chiave, TNT offre un livello di assistenza nuovo rispetto alle conoscenze generali dei dipendenti impegnati nel progetto School Feeding: i volontari specialisti forniscono, infatti, il passaggio di competenze altamente specifiche, frutto della loro esperienza nei contesti lavorativi di riferimento (IT, project management, ecc.). Il programma funziona in questo modo: quando il WFP identifica un'area scoperta dove occorrono aiuti,

viene inserita una richiesta sul sito www.multitrack.org aperto sia ai dipendenti TNT sia ad un pubblico esterno. Finora sono 46 gli specialisti TNT assegnati a progetti in Costa d'Avorio, Sudan, Mozambico, Pakistan, Indonesia, Ginevra, Roma e Dubai per periodi da 2 mesi ad un anno, dove si sono occupati di: sviluppo e lancio di sistemi di gestione della flotta, analisi delle capacità di magazzino, creazione di supply chain, consulenza per l'utilizzo dei container, analisi ICS, ottimizzazione del lavoro di back office e training sulle operazioni air. Ecco il dettaglio relativo all'anno in oggetto:

- assistenza all'Airport Emergency Team in Pakistan a seguito del terremoto avvenuto nel nord del Paese (1 specialista TNT in Pakistan per 4 settimane, 17 ottobre-12 novembre 2005)
- operazioni di emergenza a Banda Aceh dopo lo Tsunami (2 specialisti TNT per 4 settimane in Indonesia, 19 gennaio-17 febbraio 2005)
- coordinamento delle risorse umane da parte dello staff TNT a sostegno del WFP dopo lo Tsunami; ottimizzazione, protezione e aggiornamento del flusso di informazioni in risposta alla catastrofe (2 specialisti TNT in Indonesia, Medan e altrove, 16 gennaio-16 febbraio 2005)
- revisione tecnica e funzionale del sistema di tracking di Compas per la gestione degli aiuti, principalmente alimentare (2 specialisti TNT impegnati in Italia, Sudan, Sudafrica e Angola dal 13 settembre 2004 al 28 gennaio 2005)
- creazione di un software per la simulazione e l'organizzazione della distribuzione di aiuti, la pianificazione delle rotte e il recupero delle infrastrutture nel Sud del Sudan. Finalità ultima: ridurre i costi di trasporto (2 specialisti TNT in Sudan, Etiopia, Kenia e Uganda per 27 settimane, dal 20 agosto 2004 al 28 febbraio 2005)
- sviluppo di una procedura generale per il 'Customs Support Project', che analizza i sistemi import-export del WFP allo scopo di velocizzare i tempi di transito dei beni di soccorso (1 specialista TNT in Gran Bretagna, Italia e Kenia per 1 anno e 16 settimane, dal 13 settembre 2004 a dicembre 2005).

Sensibilizzazione dei dipendenti

Positivi i risultati ottenuti nel 2005 relativamente al coinvolgimento dello staff TNT. Un'indagine interna al Gruppo ha evidenziato come il 57% dei dipendenti in un modo o nell'altro abbia dato il proprio personale contributo, mentre il 66% afferma di essere più orgoglioso da quando l'azienda è impegnata in iniziative umanitarie: prime fra tutte, il sostegno al WFP. Il livello di sensibilizzazione si riflette anche nell'ammontare delle donazioni, pari a quasi 2,2 milioni di euro: in totale, nel 2005 TNT ha destinato al WFP 9,6 milioni di euro. Alle offerte in denaro ha fatto eco il desiderio di 6 dipendenti di proporsi come volontari all'interno del Progetto School Feeding in Nicaragua, Gambia (Paese "gemellato con la Business Unit Italia - vedi case history Pellegrini), Tanzania, Malawi e Cambogia. Nel 2005 TNT Express Italy ha continuato l'opera di sensibilizzazione attraverso un'attenta e puntuale informazione interna: dopo un impegnativo processo di selezione, due volontari italiani hanno trascorso un periodo di 3 mesi in un villaggio in Gambia.

Il simbolo del supporto di TNT al World Food Programme resta comunque Walk the World, la marcia mondiale contro la fame nata da un'idea di alcuni dipendenti in Asia tre anni fa. Una manifestazione che ha per obiettivo la diffusione della cultura attraverso il diretto coinvolgimento della collettività e la raccolta fondi e che nel 2005, a livello globale, ha visto la partecipazione di oltre 266.000 persone in 266 città di oltre 91 Paesi.

World Press Photo

La scelta di TNT di sostenere il lavoro di World Press Photo si sposa con lo stesso criterio alla base della partnership con il World Food Programme: per riuscire a fare la differenza nelle grandi sfide che il mondo deve affrontare, occorre identificarle e mostrare al mondo le immagini che le raccontano. Ed è qui che

risiede il valore di World Press Photo, organizzazione indipendente no-profit che promuove a livello internazionale il lavoro di fotografi professionisti inviati di testate giornalistiche.

Nata nel 1955 in Olanda, con il tempo World Press Photo si è evoluta in una piattaforma indipendente per il fotogiornalismo e il libero scambio di informazioni, sostenendo anche una serie di importanti progetti educativi. Per realizzarli, ogni anno organizza una delle più grandi e prestigiose competizioni fotografiche globali con circa 70.000 fotografie candidate, esposte poi in una mostra itinerante in numerosi Paesi fra cui l'Italia. La mostra, che nel nostro Paese si tiene a Milano e Roma, propone una carrellata sui principali eventi dell'anno, positivi e negativi, senza tuttavia eludere i temi sui quali si dovrebbe essere più sensibili: guerre, calamità naturali, campi profughi.

Grande l'attenzione e il coinvolgimento dei dipendenti TNT, invitati ad assistere e a partecipare alla mostra nei Paesi interessati e ad approfondire la conoscenza di questa importante organizzazione. Ulteriori informazioni sono disponibili sul sito www.worldpressphoto.com (vedi sezione Persone).

IMPEGNO DI TNT EXPRESS ITALY

Nell'ottica di dare il proprio contributo sociale e rendere coerenti gli sforzi compiuti a favore della collettività, l'azienda ha perseguito un doppio cammino: da un lato, estendendo e promuovendo a livello locale le attività nate nel Gruppo, dall'altro ideando iniziative indipendenti in risposta a sollecitazioni provenienti dalle comunità locali. Alcuni di questi progetti evidenziano un carattere assolutamente peculiare, che tuttavia non preclude a priori la fattibilità di un eventuale sviluppo al di fuori del contesto di riferimento. Spesso la Business Unit italiana è stata infatti un "Paese pilota" nell'applicazione dei progetti di CSR, fra cui ricordiamo la pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità.

Progetti globali

Continua l'impegno per fare della marcia di solidarietà Walk the World un evento sempre più noto e coinvolgente attraverso l'elaborazione di un piano di comunicazione multistakeholder. Nel 2005 la manifestazione si è tenuta a Roma e Cervinia, dove si è svolto in concomitanza un family day per tutti i dipendenti. Oltre 6.000 i partecipanti che a Roma, sede mondiale del WFP, si sono incamminati attraverso le antiche rovine dei Fori Imperiali e del Colosseo, con 24.713 euro raccolti.

Che la consapevolezza generata dalla marcia sul tema della fame nel mondo sia oggi un dato di fatto è testimoniato anche dalla presenza di molte personalità quali l'allora Ministro degli Esteri Gianfranco Fini, il Sindaco di Roma, Walter Veltroni, l'onorevole Gustavo Selva, Presidente della Commissione Esteri della Camera dei Deputati e il campione olimpionico Piero Gros. Grande la risonanza dei media, particolarmente sensibili al tema soprattutto in concomitanza con la richiesta di cancellazione del debito nei confronti dei Paesi Poveri.

Nell'anno in oggetto il sostegno ai progetti umanitari del WFP, attraverso la raccolta fondi, è stato di 112.151 euro complessivi.

Iniziative indipendenti

Come nel 2004, non è mancato l'impegno dei dipendenti di TNT Express Italy per fare del bene. L'iniziativa Babbo Natale negli Ospedali, con la consegna di regali e piccoli doni ai bimbi in istituto o ricoverati presso le strutture pediatriche ed ospedaliere, è un appuntamento immancabile in occasione del Natale. Questa volta sono stati coinvolti 22 fra ospedali, istituti e orfanotrofi: 23 dipendenti volontari hanno consegnato giochi a 767 bambini.

La novità del 2005 è stata la donazione di materiale hardware dismesso alle scuole richiedenti. È il caso della ISA (Istituzione Scolastica Autonoma D.D.S "Rivoli III"), che promuove la diffusione dell'informatica per gli alunni della scuola primaria, in particolare per le classi prossime alla scuola secondaria. A fronte del decurtamento dei finanziamenti statali, la ISA si è rivolta, fra gli altri, a TNT Express Italy per un sostegno alle proprie finalità didattiche. L'azienda ha risposto mettendo a disposizione apparecchiature inutilizzate perfettamente funzionanti. Altra scelta coerente con la politica adottata dall'azienda è stata quella di devolvere una parte di denaro destinato ai regali di Natale ai clienti all'AIMS, Associazione Italiana Sclerosi Multipla.

Rapporti con le Istituzioni

Nel corso del 2005, diverse iniziative a livello di Business Unit hanno contribuito a consolidare e, in alcuni casi, a rinnovare la collaborazione con Istituzioni locali e nazionali. Ai contatti intrapresi per ottimizzare l'espletamento delle attività quotidiane (transito mezzi, apertura/trasloco Filiali, normative specifiche inerenti il trasporto), TNT Express Italy accosta lo sviluppo di nuovi progetti con enti di primo piano, al fine di confermarsi quale punto di riferimento all'interno delle comunità in cui opera.

Giochi Olimpici Invernali

TNT Express Italy è diventata Fornitore Ufficiale dei Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006. Il Gruppo di Coordinamento della Prefettura di Torino - composto da rappresentanti di Questura, Carabinieri, Guardia di Finanza e Servizio Sicurezza del TOROC - ha dato il via libera approvando integralmente il piano di sicurezza del trasporto e della logistica proposto da TNT Express Italy. In occasione dei lunghi e delicati preparativi per i Giochi, è sensibilmente aumentata la percezione dell'azienda nel contesto di riferimento grazie al rafforzamento dei rapporti con le autorità locali, in particolare nella Provincia di Torino (vedi case history apertura di sezione).

Cittadinanzattiva

Le Divisioni italiane di TNT Express e Post hanno scelto di sostenere la campagna "ImparareSicuri 2005" di Cittadinanzattiva, insieme alla Presidenza del Consiglio, il Ministero dell'Educazione e la Difesa Civile. Cittadinanzattiva è una Onlus nata nel 1978 che opera in Italia e in Europa per la tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori, oltre ad essere impegnata sul fronte della sicurezza. La sua mission si riassume in una frase: "Fare i cittadini è il modo migliore per esserlo".

La Campagna 'ImparareSicuri', nata nel 2002 a seguito del sisma che determinò il crollo della Scuola Elementare di San Giuliano in Molise, promuove programmi educativi sui temi di salute e sicurezza nelle 42.000 scuole italiane, di cui oltre la metà non risulta essere certificata. Il 25 novembre 2005, 10.000 scuole hanno preso parte alla 3° edizione della Giornata sulla Salute & Sicurezza: TNT Express Italy ha messo a disposizione la propria expertise in materia di trasporti e logistica occupandosi dell'assemblaggio e del trasporto dei kit informativi alle scuole che hanno aderito all'iniziativa.

Informazioni su www.cittadinanzattiva.it

Sodalitas

TNT Express Italy ha scelto di essere partner di Sodalitas, un'associazione che unisce il mondo delle imprese e il settore no-profit sotto il comune impegno a favore della collettività. Si tratta di un'ulteriore opportunità per condividere esperienze comuni tra le aziende attive in tale ambito e soprattutto per diffondere la cultura della Responsabilità Sociale di Impresa tra le diverse categorie di stakeholder.

Informazioni su www.sodalitas.it

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Spesso, quando si pensa di essere arrivati, in realtà non si è mai partiti. TNT crede che un percorso evolutivo senza soluzione di continuità non possa affidarsi al caso, ma debba basarsi su premesse solide e su obiettivi quantificabili e raggiungibili. Perché senza un filo conduttore strategico i nostri miglioramenti sarebbero un risultato incompleto. Senza un monitoraggio costante non saremmo in grado di imparare nulla dai nostri progressi.

Governance

- garantire un maggiore controllo delle procedure interne per assicurare la corretta applicazione della Sarbanes-Oxley (Sarbox)
- introdurre progetti di CSR all'interno del piano strategico dell'azienda
- implementare il sistema di monitoraggio e attivazione delle procedure di internal auditing relativamente ai processi di raccolta e gestione dei KPI sulla CSR.

Corporate Social Responsibility

- continuare a divulgare la cultura sostenibile tra i dipendenti e tra i principali stakeholder di riferimento
- attivare iniziative a carattere locale che coinvolgano le Istituzioni e la comunità del territorio in cui l'azienda opera
- incrementare i corsi di formazione relativi alla SA8000 e garantire una maggiore informazione sulla certificazione ai principali stakeholder di riferimento.

Dialogo con gli stakeholder

- continuare il processo di dialogo iniziato nel corso del 2005, coinvolgendo un maggior numero di interlocutori e utilizzando strumenti sempre più efficaci.

Dipendenti

- procedere alla standardizzazione dei processi di gestione delle persone con l'obiettivo di rendere sempre più equo e coerente il trattamento per tutti i dipendenti
- sviluppare piani di crescita interna dei dipendenti al fine di migliorare ulteriormente la capacità di sviluppare e trattenere i talenti
- attivare percorsi formativi specificatamente dedicati ai bisogni formativi emergenti dei dipendenti
- rafforzare il senso di appartenenza e migliorare il livello di soddisfazione dei dipendenti attraverso specifiche iniziative, volte a valorizzare le esperienze di successo.

Health & Safety (Salute e Sicurezza)

- rispettare i KPI relativi alle ispezioni dei Coordinatori e Coadiutori ASP
- sottoporre a visita medica tutti i dipendenti inseriti negli elenchi della sorveglianza sanitaria
- assicurare il piano di formazione stabilito per quanto riguarda le squadre di Emergenza e Primo Soccorso, i nuovi carrellisti e i nuovi RLS
- completare il piano di certificazioni OHSAS 18001 per tutti i siti aziendali.

Fornitori

- applicare la nuova procedura di selezione e valutazione dei fornitori: creare nuovi parametri chiari ed oggettivi per la selezione e l'identificazione di KPI per una valutazione costante del servizio offerto
- introdurre un processo di e-purchasing, nell'ottica di gestire gli acquisti attraverso un portale dedicato che consenta di attivare aste on-line
- implementare il piano di comunicazione e utilizzare strumenti atti a rinnovare l'immagine dei sub-contractor
- assicurare una corretta informazione sulle politiche SA8000 e sensibilizzare le società di sub-contractor relativamente alle tematiche sociali e ambientali
- presentare nuovi contratti con regole definite per i contractor operativi.

Clienti

- identificare strumenti sempre più strutturati per coinvolgere e dialogare maggiormente con i clienti nell'ottica di anticipare e soddisfare i loro bisogni
- implementare i corsi VOC (Voice of the Customer) incentrati sulla customer focalization e rafforzare tale strategia con azioni sempre più concrete e innovative
- incrementare il valore e la reputazione del brand.

Ambiente

- estendere la certificazione ISO14001 ai siti Special Services
- ricercare agevolazioni per incentivare i sub-contractor a rinnovare la flotta aziendale
- utilizzare esclusivamente energia rinnovabile.

ATTESTAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

ATTESTAZIONE DI CONFORMITA'

Al Consiglio di Amministrazione di
TNT Global Express SpA
Torino

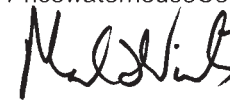
- 1 Abbiamo svolto alcune verifiche ed analisi di conformità sul Bilancio di Sostenibilità di TNT Express Italy relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2005 (di seguito il "Bilancio") effettuando le procedure di verifica sinteticamente descritte al paragrafo 3 della presente relazione.
- 2 Il nostro esame è stato condotto secondo i principi e le indicazioni contenute nell'"International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE3000)" dell'International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) applicabili nella fattispecie. L'attività è stata svolta al fine di valutare, secondo i principi di un *limited assurance engagement*, l'affermazione del Consiglio di Amministrazione, riportata nel paragrafo "Metodologia e approccio", secondo cui il Bilancio è stato predisposto con riferimento alle "Sustainability Reporting Guidelines 2002" redatte dal Global Reporting Initiative, declinate secondo quanto specificato in detto paragrafo e considerando i "Principi di redazione del Bilancio Sociale" redatti dal GBS (Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale) per il prospetto di determinazione del valore aggiunto e relativa distribuzione agli stakeholder. La responsabilità della predisposizione del Bilancio in accordo con le menzionate linee guida compete agli amministratori di TNT, mentre è nostra la responsabilità nell'attestare la conformità a detti principi.
- 3 Allo scopo di poter valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione richiamata nel paragrafo 2, sono state svolte le seguenti procedure di verifica, così sinteticamente descritte:
 - verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario ai dati e alle informazioni redatti ai fini del bilancio consolidato del Gruppo TNT al 31 dicembre 2005;
 - analisi delle modalità di rilevazione e gestione dei dati quantitativi e qualitativi tramite:
 - incontri e interviste con i delegati delle Direzioni di TNT Express Italy per ottenere una generale comprensione delle procedure che supportano la raccolta e la successiva gestione dei dati

trasmessi alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio;

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, per ottenere una conferma dell'attendibilità dei dati e delle informazioni acquisite attraverso gli incontri e le interviste e del loro corretto trattamento;
 - analisi della completezza e della congruenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio. Tale attività è stata svolta sulla base delle linee guida sopra menzionate;
 - verifica dell'attività di ascolto degli stakeholder con riferimento alle modalità utilizzate e al risultato del confronto con gli stessi, rispetto a quanto riportato nel Bilancio;
 - ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di TNT Global Express SpA, sull'attendibilità e completezza del Bilancio, delle informazioni e dei dati in esso contenuti, nonché sulla conformità ai principi di redazione.
- 4 Per i risultati relativi alle verifiche di conformità effettuate sui dati e sulle informazioni dell'esercizio 2004 presenti nel Bilancio a fini comparativi, si rimanda alla relazione da noi emessa in data 28 settembre 2005 sul Bilancio di Sostenibilità 2004.
 - 5 Sulla base delle procedure di verifica svolte, non siamo venuti a conoscenza di aspetti che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità al 31 dicembre 2005 di TNT Express Italy non sia conforme ai principi di redazione così come riportati nel paragrafo "Metodologia e approccio" dello stesso. Inoltre, i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario del Bilancio di Sostenibilità derivano da quelli redatti per il bilancio consolidato del Gruppo TNT e gli altri dati ed informazioni sono coerenti con la documentazione interna prodotta e resaci disponibile da TNT Express Italy.

Torino, 10 ottobre 2006

PricewaterhouseCoopers SpA



Mark Winter
(Direttore)



PROSPETTO DEGLI INDICATORI

PROSPETTO INDICATORI E CONTENUTI

Argomenti	GRI
Lettera Amministratore Delegato	I.2

Identità e Governance	GRI
Visione e Strategia	I.1
Mission e Principi	3.7
Struttura organizzativa	2.1-2.8
Strumenti di gestione della Governance	3.1-3.2
Sistemi di gestione della Responsabilità Sociale	-

Dialogo con gli stakeholder	GRI
Coinvolgimento principali stakeholder e sintesi dei risultati	3.10-3.11-3.12
Mappa stakeholder	2.9

Performance economica	GRI
Dati di gestione e performance economica	EC1-EC3
Calcolo e distribuzione del Valore aggiunto	EC5-EC6-EC8 EC10-EC12-HR14

Relazione Sociale

Persone	GRI
Composizione per tipologia	LA1
Remunerazione e incentivazione	EC5-LA12
Formazione e sviluppo professionale	LA9-LA17
Diversità e pari opportunità	LA10-LA11
Relazioni sindacali e libertà di associazione	HR5-LA4
Contenzioso	HR9-HR10
Salute e Sicurezza	LA5-LA6-LA7-LA15

Clienti	GRI
Composizione	PR2
Posizione sul mercato	EC2
Qualità e customer satisfaction	PR8
Innovazione	PR3

Fornitori	GRI
Analisi e valutazione dei fornitori	EC11
Composizione acquisti	EC3
Condizioni contrattuali	EC4
Contenzioso	EC5

Ambiente	GRI
Sistemi di gestione ambientale	3.17-3.20
Consumi energetici	EN3-EN4-EN5
Iniziative per l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile	EN17
Gestione rifiuti	EN11-EN31
Emissioni acustiche	EN25
Contenzioso	EN16

Collettività	GRI
Iniziative a sostegno della comunità	SO1
Rapporti con Associazioni ed Enti	SO1

TNT Express Italy

Progetto e coordinamento editoriale:
Servizio Comunicazione e CSR
Progetto grafico e impaginazione:
DGTmedia Unità Editoriale

Foto:
Davide Gallo, Giancarlo Tovo, LaPresse, TNT

Stampa:
Litograf Industria Grafica - Rosta (TO)

novembre 2006
Torino - Italia

Il Bilancio di Sostenibilità è disponibile sul sito internet www.tnt.it
Informazioni e suggerimenti possono essere indirizzati a: bilanciosociale@tntitaly.it