

2009 BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Bilancio di Sostenibilità 2009

- 3 Lettera agli Stakeholder
- 4 Metodologia e Approccio
- 6 Indicatori chiave

Identità e Governance

- 8 Chi siamo, dove operiamo
- 9 Descrizione del business
- 10 Contesto di riferimento
- 12 Strategia "Vision 2015"
- 13 Corporate responsibility
- 17 Governance

Performance Economica

- 21 Valore economico direttamente generato e distribuito
- 21 Previsioni future

Ambiente e rapporti con gli stakeholder

- 24 Ambiente
- 32 Risorse Umane
- 42 Clienti
- 52 Fornitori
- 58 Collettività

- 68 **Raggiungimento obiettivi 2009**
- 70 **Impegni per il futuro**
- 72 **Verifica del Bilancio di Sostenibilità**
- 74 **GRI Content Index**



Condividere per creare valore

La grande crisi economica che stiamo attraversando e che nel 2009, anno di riferimento di questo Bilancio di Sostenibilità, ha raggiunto il suo acme, ha imposto una profonda revisione delle logiche e dei meccanismi culturali che dominano l'attuale sistema economico.

Sono cambiati i criteri che guidano l'atteggiamento di chi opera sul mercato che, ora come non mai, deve essere in grado di rispondere alle crescenti esigenze dei propri interlocutori in termini di eticità, trasparenza, responsabilità, qualità.

Aspettative che devono trovare, adesso e subito, una capacità di ascolto e di risposta strutturata in tutti i settori dell'organizzazione di un'azienda: quello che è atteso è infatti un cambiamento, o meglio un'evoluzione culturale complessiva.

Ogni crisi porta con sé delle inevitabili domande: ecco perché diventa imprescindibile l'ascolto degli stakeholder e del mercato nel suo complesso, l'analisi del "senso" di marcia del contesto generale in cui siamo inseriti, laddove "senso" va inteso nell'accezione semantica non solo e non tanto di "direzione di marcia", ma anche del significato ("senso", appunto) di questa direzione. E per poterci riuscire, occorre conoscere la visione prospettica di tutti, cosa che TNT ha scelto di fare da tempo come è attestato dal Dow Jones Sustainability Index, che ci vede da anni leader di settore. È un indice che si basa su parametri "non convenzionali" rispetto ai tradizionali misuratori di performance finanziarie e che rappresenta un importante indicatore di quella crescita intelligente, sostenibile e inclusiva che non è (ancora) presente nello strumento di misurazione economico per eccellenza, il PIL.

Il nostro approccio critico, che ha portato alla creazione di questo documento, è esattamente lo stesso, si è partiti da una domanda, e si sono cercate, con i nostri stakeholder, delle risposte, includendo all'interno della rendicontazione dell'attività dell'azienda anche parametri relativi alla sostenibilità del nostro operato, con la precisa volontà di comunicare la direzione su cui TNT Express Italy e il Gruppo di cui fa parte fondano la propria strategia: lo sviluppo sostenibile. L'attenzione ai soggetti portatori di interesse ha l'obiettivo di definire una prospettiva di business che tenga conto dei bisogni emergenti culturali e sociali prima ancora che economici: abbiamo voluto quindi sviluppare insieme un orizzonte comune.

TNT Express Italy vuole integrare in maniera sistematica i propri stakeholder all'interno del processo di creazione del valore: il Bilancio di Sostenibilità aiuta ed agevola questo processo di dialogo, indispensabile per affrontare in maniera totalmente innovativa l'approccio al mercato e individuare la strada migliore da seguire in quello che è stato "l'anno zero" dell'economia mondiale.

Vi auguro buona lettura.

Rosario Ambrosino

Amministratore Delegato

TNT Express Italy

Metodologia e Approccio

Il Bilancio di Sostenibilità 2009 (di seguito “Bilancio”) di TNT Express Italy, giunto alla sua nona edizione, vuole presentare ai propri stakeholder il contributo aziendale nell’ambito della Corporate responsibility (CR) e i risultati raggiunti rispetto alla strategia di CR adottata.

Il documento è stato redatto con riferimento alle “Linee Guida per il Reporting di Sostenibilità” versione 3.0 emesse dal Global Reporting Initiative, livello di applicazione B+.

In relazione ai dati economico-finanziari presenti nel Bilancio, si segnala che gli stessi si riferiscono al bilancio civilistico al 31 dicembre 2009 di TNT Global Express S.p.A., come approvato dall’Assemblea dei Soci.

I principi di rendicontazione, opportunamente declinati ed adattati al contesto di TNT Express Italy, sono di seguito dettagliati.

Materialità

Il perimetro di rendicontazione è riferito a TNT Global Express S.p.A.; nei capitoli inerenti al profilo, alla collettività e all’ambiente sono anche riportate informazioni relative al Gruppo TNT, che governa direttamente iniziative e progetti internazionali; si segnalano, inoltre, nella sezione ambiente alcune informazioni di pertinenza dei contractor. Le informazioni che afferiscono ad un perimetro differente sono espressamente evidenziate nel documento. Si precisa che per TNT si intende il Gruppo a livello globale, TNT Express identifica la Divisione Express, mentre per TNT Express Italy s’intende TNT Global Express S.p.A..

Tutti i contenuti presenti nel Bilancio sono il risultato di analisi e valutazioni svolte con le funzioni nel processo decisionale.

Nell’identificazione dei KPI si è tenuto conto anche del sistema di reporting di Gruppo predisposto per la redazione dell’Annual Report di TNT, che quest’anno ha raccolto le informazioni presenti nel Corporate Responsibility Report.

Contesto di Sostenibilità e Inclusività degli stakeholder

Il documento permette di inquadrare in un contesto più ampio l’attività di TNT Express Italy esponendo gli aspetti sociali e ambientali di impatto sui diversi portatori d’interesse identificati nella mappa degli stakeholder riportata nella sezione “Corporate responsibility”.

Chiarezza

Il linguaggio utilizzato per la stesura del Bilancio di Sostenibilità è in linea con lo stile della comunicazione istituzionale dell’azienda. Tutte le edizioni del Bilancio di Sostenibilità sono scaricabili dalla sezione Responsabilità d’impresa del sito italiano www.tnt.it.

Equilibrio

I dati sono esposti in modo oggettivo e sistematico, su una struttura informativa applicata nel tempo e progressivamente aggiornata. Gli indicatori rappresentativi dei risultati riflettono la misurazione della performance indipendentemente dal miglioramento o peggioramento rispetto ai periodi precedenti.

Completezza

Lo “scope” del Bilancio è circoscritto agli impatti diretti dell’azienda in termini economici, sociali e ambientali. Le fonti dei dati e delle informazioni relativi al Gruppo TNT sono riconducibili ai documenti di comunicazione istituzionale, compreso l’Annual Report.

Comparabilità

Ove opportuno sono stati riportati dati di trend relativi al triennio 2007-2009. I casi di dati privi di comparazione sono ascrivibili a:

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

Si segnala che nella tabella Valore economico direttamente generato e distribuito i dati relativi all'esercizio 2009 differiscono per metodologia di calcolo da quelli presentati nel Bilancio di Sostenibilità 2008.

Accuratezza

Il processo di raccolta dati è stato coordinato e gestito da un gruppo di lavoro afferente al Servizio Comunicazione & CR, che ha proseguito l'approfondimento avviato negli scorsi anni con tutte le Direzioni, affinando il sistema parametrico delle variabili CR governate da ciascuna di esse e impostando il processo di raccolta dati. I dati e le informazioni sono stati rielaborati dal suddetto team, il quale ha sottoposto quanto prodotto all'approvazione delle Funzioni interessate e del top management, completando il processo condiviso di redazione dei contenuti. Il documento è stato approvato dai legali rappresentanti di TNT Express Italy.

Tempestività

Il Bilancio di Sostenibilità è pubblicato con cadenza annuale. Questa edizione è disponibile solo in versione elettronica, scaricabile dal website e distribuita attraverso la posta elettronica agli stakeholder di riferimento. L'ultimo documento pubblicato è relativo all'esercizio 2008 ed è scaricabile dal sito internet www.tnt.it. Per informazioni si può contattare il Servizio Comunicazione & CR (csr:italy@tntitaly.it).

Affidabilità

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 l'ottavo anno consecutivo il documento è stato sottoposto ad attività di verifica esterna e indipendente da parte di PricewaterhouseCoopers. L'attività è finalizzata alla verifica del rispetto dei principi di redazione, come richiamati nel presente capitolo.



Indicatori chiave

Indicatori economici

Fatturato netto (euro)
2009: € 633.500
2008: 711.039
2007: 699.466

Spedizioni annuali (milioni)
2009: 37.591
2008: 41.004
2007: 39.541

Indicatori sociali

Clienti
2009: oltre 100.000
2008: oltre 100.000
2007: oltre 100.000

Clienti coinvolti in attività di customer satisfaction
2009: oltre 200.000
2008: oltre 200.000
2007: oltre 200.000

Customer satisfaction (Response Rate)
2009: 16,4%
2008: 16,5%
2007: 14,69

Dipendenti
2009: 3.078
2008: 3.159
2007: 3.171

Indice di turnover
2009: 1,7%
2008: 2,8%
2007: 3,5

Formazione erogata (ore)
2009: 57.824
2008: 64.340
2007: 64.359

Engagement Survey (Response Rate)
2009: ND*
2008: 72%
2007: 58

Infortuni (numero)
2009: 13
2008: 29
2007: 33

Donazioni di TNT Express Italy al WFP (euro)
2009: 50.732
2008: 97.713
2007: 123.087

Indicatori ambientali

Consumi elettricità totali (kWh) - stime
2009: 23.177.488
2008: 21.887.751
2007: 23.563.009

Consumi elettricità da fonte rinnovabile (kWh) - stime
2009: 20.765.248
2008: 20.250.464
2007: 21.067.524

* Nell'anno in oggetto non si è tenuta l'Engagement Survey

Identità e Governance

CHI SIAMO, DOVE OPERIAMO

TNT Express Italy fa parte del Gruppo TNT, uno dei maggiori operatori nel contesto globale della distribuzione e del trasporto che, attraverso le Divisioni Express e Mail, fornisce soluzioni di consegna ai propri clienti in oltre 200 Paesi nel mondo.

TNT N.V.¹ ha sede in Olanda dove è quotata al NYSE Euronext di Amsterdam e impiega 159.663 dipendenti diretti a livello worldwide. Nel 2009 l'azienda ha realizzato un fatturato pari a € 10,402 miliardi e un margine operativo di € 648 milioni. Il forte orientamento al risultato sul piano finanziario si riflette pienamente anche nell'ambito della corporate citizenship. A tale proposito l'azienda implementa una serie di standard di carattere internazionale con l'obiettivo di operare con lo stesso livello di compliance in tutte le country in cui è presente. In tale ottica l'azienda misura, confronta e rendiconta le proprie performance.

Il Gruppo ha consolidato negli anni partnership con il World Food Programme e l'Environmental Programme delle Nazioni Unite per contribuire a sconfiggere rispettivamente la fame e l'inquinamento globale. Un impegno che ha determinato una continuità anche in termini di riconoscimento internazionale: nel 2009 TNT ha raggiunto per il terzo anno consecutivo il punteggio più elevato nel Dow Jones Sustainability Index e ha preso parte al Carbone Disclosure Project nei settori ad alta intensità di emissioni di CO₂.

L'Operating Unit italiana fa capo alla Southern Europe Region della Divisione Express. Leader di mercato con il più grande network nazionale, articolato in 130 Filiali, 13 Hub, 5 Customer Service e 1.500 TNT Point, si avvale per la gestione del traffico internazionale di quello della Divisione Express presente in tutto il mondo.

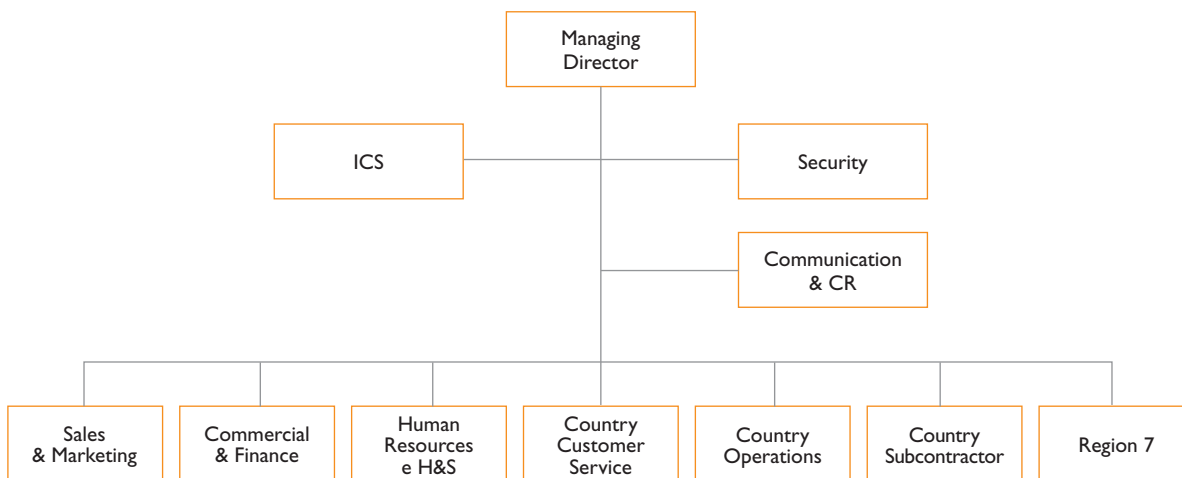
L'azienda, che al 31.12.2009 conta 3.078 dipendenti, è impegnata nella costante revisione dei processi operativi nel pieno rispetto delle logiche legate alla strategia divisionale e di Gruppo.

L'assetto organizzativo attuale non ha subito

variazioni rispetto all'anno precedente; riportano all'Amministratore Delegato le Funzioni indicate nell'organigramma incaricate di supportare le attività di business e l'operatività a livello territoriale. La gestione del territorio è affidata ai Regional Business Manager, impegnati a garantire la corretta applicazione della strategia e lo sviluppo del business nella propria area di competenza.

L'Amministratore Delegato Rosario Ambrosino guida TNT Express Italy a far data dal 1° giugno 2009.

¹ Ulteriori informazioni su TNT e i progetti in corso sono disponibili su <http://group.tnt.com>



DESCRIZIONE DEL BUSINESS

Trasferire merci e documenti in tutto il mondo nel rispetto delle specifiche esigenze di tempo e di destinazione dei singoli clienti costituisce il perimetro di riferimento del business di TNT, che opera in supporto di partner impegnati nei diversi settori merceologici quali automotive e industriale, computer e semiconduttori, elettronica, finanziario, governativo, healthcare, lifestyle e telecomunicazioni.

Il Gruppo ritira, trasporta, smista, gestisce, immagazzina e consegna documenti, colli e merci combinando infrastrutture fisiche (magazzini e veicoli), informatiche (fatturazione e tracking) e commerciali con l'obiettivo di acquisire, fidelizzare e soddisfare i clienti.

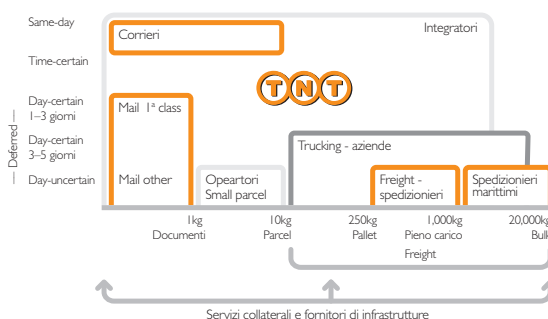
Le merci e i documenti possono differire per peso, forma e dimensione: piccoli e leggeri come una cartolina oppure grandi e pesanti come il motore di un Jumbo Jet. Possono anche avere forme diverse, che variano se assemblate in un unico pallet, e requisiti differenti in termini di consegna, sicurezza e distanza da percorrere. Le variabili legate alle distanze da ricoprire per la destinazione finale delle merci affidate possono essere diverse a seconda dell'ambito: domestico, cross-border/regionale, intra e inter-continentale.

In generale il peso e la velocità sono gli asset sui quali vengono mappate le diverse tipologie di esigenze di trasporto dei clienti. Queste variabili sono rappresentate nel grafico sotto riportato che illustra le categorie di peso nelle diverse fasce: sotto 1 kg (documenti), tra 1 e 30 kg (pacchi) e sopra i 30 kg (pallet, carichi completi e bancali). E le categorie relative alle diverse variabili di tempi di consegna: same-day (in giornata); day-definite (nel giorno definito, ad esempio entro le 10.00 del giorno successivo); day-certain (nel giorno stabilito)

entro 1/3 giorni; day-certain entro 3/5 giorni e day-uncertain (senza giorno stabilito).

Tutti questi tipi di esigenze richiedono differenti network per effettuare le consegne e vengono gestiti da diversi operatori.

Trasporto Globale – segmentazione



Nel contesto di riferimento vi sono, infatti, società di trasporto e logistica, che si occupano dei sistemi di collegamento time-sensitive (air e road), e società di trasporto via mare, vettori meno veloci. I collettamisti, invece, gestiscono il trasporto utilizzando gli spazi sui velivoli e sulle navi di altri operatori e, più marginalmente, avvalendosi dei mezzi a trazione. Questi ultimi dispongono di infrastrutture proprie, situate presso i principali porti e aeroporti.

I corrieri sono principalmente focalizzati sul trasporto same-day e, per le consegne intercontinentali, next-day (giorno successivo) di merci dal peso meno rilevante. Infine, in senso più ampio, fanno parte del settore dei trasporti i cosiddetti operatori periferici come ad esempio i fornitori di infrastrutture (autorità portuali, operatori aeroportuali, proprietari delle reti autostradali), i consulenti e le aziende che realizzano software.

CONTESTO DI RIFERIMENTO

MERCATO DEL CEP: SEGMENTAZIONE E TREND

TNT opera globalmente nel mercato del courier-express-parcels (CEP)² e in quello postale. In Europa, il principale mercato per TNT, quello del CEP, è stimato approssimativamente in € 58 miliardi nel 2008³. Il mercato dell'express relativo alle consegne time o day-certain rappresenta il segmento più importante, con un fatturato di circa € 29 miliardi così ripartito: € 24,4 miliardi per le consegne business-to-business e € 4,3 miliardi per quelle business-to-consumer. Per quanto riguarda il valore del mercato del trasporto tradizionale delle consegne non day-certain la stima si attesta leggermente al di sopra dei € 21 miliardi di fatturato, di cui: € 16,9 miliardi per il segmento business-to-business e € 4,9 miliardi in quello business-to-consumer.

Il mercato relativo ai servizi time-critical (urgentissimo) ad alto valore aggiunto costituisce il segmento più piccolo, con un fatturato di € 5 miliardi.

La competizione nel mercato del CEP è incentrata su: copertura del network, velocità, affidabilità, qualità del customer service e, in maniera crescente, prezzo. Ci sono diverse tipologie di player nel contesto di riferimento: gli operatori di trasporto e logistica, principalmente attivi nel comparto dell'express, gli operatori a livello locale/regionale impegnati nel trasporto di colli a carico parziale o di merci, entrambi prettamente operativi nel segmento del trasporto tradizionale e, infine, i corrieri locali.

I quattro operatori di trasporto e logistica globali sono: UPS, FedEx, DP/DHL e TNT. Gli operatori a livello locale e regionale di trasporto di questo tipo di segmento sono spesso collegati al mercato postale, si veda ad esempio TNT Post Parcelservice (segmento pacchi), GLS (Royal Mail) e Geopost/DPD (La Poste). I trasportatori a carico parziale e i collettamisti locali e regionali includono operatori quali Schenker (Deutsche Bahn), Danzas (Deutsche Post), DSV, Dachser e Geodis (SNCF). Il mercato del time-critical ad alto valore aggiunto si presenta come altamente frammentato, caratterizzato da piccoli operatori locali. Negli ultimi anni GLS e Geopost/DPD hanno sviluppato strutture per le interconnessioni in Europa, iniziando così ad offrire servizi intracontinentali. Al

contempo stanno da un lato ampliando la loro offerta di servizi day-definite e dall'altro incrementando la loro penetrazione nel mercato dell'express. In altre parole si può dire che i confini tra il segmento express e quello tradizionale sono sempre più labili. In maniera meno significativa i freighter operativi nel segmento tradizionale stanno migliorando i propri servizi e strutturando i propri network europei.

La posizione di TNT in Europa differisce sulla base del segmento di business preso in considerazione. La definizione di mercato express per TNT comprende: i servizi di consegna time-certain, next-day e quelli per le consegne veloci business-to-business via air o road nel primo giorno disponibile trasportate attraverso flussi pianificati, gestite door-to-door con il track and trace disponibile per ogni singolo collo.

Il valore di questo mercato in Europa stimato da TNT si aggira approssimativamente intorno ai € 21 miliardi di fatturato. TNT ha consolidato la propria leadership di mercato in Europa attestandosi su una quota del 18%, seguita da DHL (16%), UPS (9%) e La Poste (7%). Relativamente al totale del mercato europeo CEP, TNT detiene una quota del 9% posizionandosi dietro a DHL (17%) e prima di La Poste (8%), UPS (7%) e Royal Mail (5%).

Fuori dall'Europa il posizionamento di TNT varia. In Australia l'azienda opera a livello prevalentemente domestico con un flusso di traffico internazionale di minore entità. Negli Stati Uniti, Giappone e Sud Corea, TNT ha una posizione limitata ed è presente principalmente con punti di connessione con gli altri network. Nei mercati emergenti (Sud America, Cina, India, Sud-est asiatico, Medio Oriente e Africa) TNT ha, negli ultimi anni, costruito delle posizioni significative sia a livello domestico, sia internazionale.

I fattori chiave del mercato dell'express possono essere suddivisi in tre categorie: crescita, prezzo e costo. I driver principali della crescita in questo segmento sono quasi esclusivamente da ricondursi allo sviluppo del Pil e alla crescente globalizzazione che interessa le diverse supply chain. Gli indicatori più importanti relativi al prezzo sono: il consolidamento, l'intensificazione della competizione e il costo del carburante. Quelli relativi al costo sono: i giri e il numero di fermate durante le fasi di ritiro e consegna, il numero di chilometri percorsi dai mezzi di trazione e le ore/uomo utilizzate negli Hub e nelle Filiali. La maggior parte di questi costi sono gestibili, tuttavia il loro aumento può essere soggetto ai volumi generati,

² Per parcels si intendono i prodotti con peso non superiore ai 50 kg
³ I dati riportati nel presente paragrafo sono estratti dall'Annual Report

a incrementi di carattere autonomo, agli interventi relativi all'ottimizzazione dei network e a investimenti legati all'ulteriore sviluppo di attività in essere. Diversamente dal 2008, anno che poteva essere suddiviso in due momenti distinti con un trend nel secondo semestre che evidenziava i segnali di una crisi economica a livello globale, il 2009 deve essere visto come un anno completamente influenzato dal forte impatto da essa generato.

Il business relativo al segmento dell'express, caratterizzato dalla sua natura ciclica, è quello che ha sofferto di più di tale impatto. Molti clienti in Europa hanno scelto di optare per forme di trasporto maggiormente economiche e di conseguenza meno veloci, privilegiando il trasporto via road rispetto a quello via air. La diretta conseguenza è stata un calo pari al 25% dei volumi dell'air express nella prima parte dell'anno e una contrazione dei volumi dell'express road a doppia cifra registrata nel corso del 2009.

I trend evidenziati a livello mondiale, e in particolar modo europeo, trovano pieno riscontro anche sul mercato italiano, dove la forte competitività ha richiesto di elevare ulteriormente l'attenzione e la qualità del servizio offerto ai clienti. Questo ha comportato l'adozione di processi maggiormente flessibili, per supportare e sostenere le richieste e le nuove esigenze espresse dai clienti, legate alla necessità di ridurre l'impatto economico del trasporto senza penalizzare la competitività.

MERCATO DEL MAIL

Per quanto riguarda gli approfondimenti relativi al mercato postale si rimanda al TNT Annual Report 2009 (maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.group.tnt.com).

STRATEGIA DI TNT

Contestualmente all'annuncio del completamento con successo della strategia "Focus sul Network"⁴ che prevedeva nella sua seconda fase l'implementazione e il mantenimento attivo dei portafogli core (Express courier in Europa e servizio postale in Olanda) e l'accelerazione della crescita delle piattaforme emergenti (network postali in Europa e servizi Express nei mercati in crescita), il 3 dicembre 2009 è stata presentata la "Vision 2015", strategia elaborata dal

Gruppo che detta le linee guida del business per i prossimi cinque anni.

Negli anni a venire TNT concentrerà le proprie attività in cinque aree, di cui quattro nell'ambito dei servizi di consegna day-definite e la restante nel segmento postale in Olanda. L'European Mail Network verrà gestito separatamente nell'ottica di concretizzare partnership volte al rafforzamento di questa tipologia di business.

⁴ Vedi Bilancio di Sostenibilità 2008

STRATEGIA "VISION 2015"

LE 5 AREE DI FOCALIZZAZIONE

<p>1. Pacchi (mercato europeo) Incrementare la crescita nel segmento dei Pacchi Standard il cui valore è di € 20 miliardi</p>	<p>Rafforzamento ulteriore della leadership nel segmento domestico dei servizi next-day e economy cross-border</p> <p>Applicazione di differenti soluzioni per segmento nei diversi mercati europei</p> <p>Raggiungimento della leadership sui costi</p>
<p>2. Freight Consolidare la posizione di leader sul mercato europeo</p>	<p>Sviluppo del business attraverso la capitalizzazione del più imponente Network Road Europeo e la forte crescita dei volumi intercontinentali in import</p> <p>Introduzione di nuove estensioni del network a livello globale attraverso la concretizzazione di partnership e il potenziamento di TNT nei mercati emergenti</p>
<p>3. Piattaforme emergenti Acquisire nuovi business e concretizzare la crescita nelle aree</p>	<p>Capitalizzazione del vantaggio competitivo derivato dell'essere stati first mover in Cina e in Sud-America</p> <p>Focalizzazione sulla continua espansione e connessione dei network road in India, Australia, Medio Oriente, Africa e Sud America e nel Sud-est asiatico</p>
<p>4. Special Delivery Solutions Incrementare la crescita nelle soluzioni "su ordinazione" richieste dai clienti</p>	<p>Sviluppo di soluzioni a livello di network multi-customer in settori quali: farmaceutico, healthcare, elettronica e automotive</p> <p>Acquisizione di nuovi business nel segmento e-commerce</p>
<p>5. Postale Olanda Mantenere la sostenibilità delle performance a livello di cash</p>	<p>Focus su: Poste olandesi, Cendrix, Netwerk VSP e EMN Belgio</p> <p>Esplorazione di opportunità di rinnovamento del business</p> <p>Preparazione e apertura a possibili partnership con altri operatori postali</p>

STRATEGIA DI TNT EXPRESS

La Divisione Express, alla quale fa capo l'Operating Unit italiana TNT Express Italy, è impegnata nella gestione di consegne espresse door-to-door di documenti, pacchi e grossi carichi. TNT Express, che opera principalmente nel settore del business-to-business, ambisce anche grazie alla ottima copertura geografica ad essere riconosciuta sul mercato per la propria leadership nel segmento dei servizi day-certain e time-certain.

Nel corso del 2009 è stato completato a livello divisionale il raggiungimento degli obiettivi legati alla strategia "Focus sul Network"; particolare enfasi è stata posta sull'ottimizzazione delle tratte e sul controllo dei costi. Contemporaneamente è continuata l'espansione dei network e della capacità produttiva tra l'Asia e l'Europa con l'inserimento di un Boeing 747 dedicato, precedentemente operativo per il collegamento con gli Emirati Arabi, utilizzato per lanciare a settembre del 2009 il servizio freight da Hong Kong all'Hub europeo di Liegi. Ulteriori significativi progressi sono stati effettuati nel rafforzamento del network domestico in Sud America attraverso le acquisizioni in Cile (Lit Cargo) e in Brasile (Expresso Araçatuba).

Nel pieno rispetto della strategia e delle linee guida indicate a livello di Divisione, TNT Express Italy si è concentrata sulla standardizzazione dei processi operativi core e di quelli relativi al segmento dei servizi ad alto valore aggiunto. Sul fronte del rafforzamento del proprio network interno, la cui capillarità è ampiamente riconosciuta dal mercato quale tratto distintivo, l'azienda ha proseguito con gli investimenti pianificati. Nell'anno 2009 sono state infatti aperte o trasferite in nuove strutture le Filiali di Zibido, Ravenna e Foggia. Gli sviluppi del network sopra riportati e i nuovi collegamenti realizzati in ambito divisionale hanno permesso a TNT Express Italy di garantire connessioni di carattere strategico a livello worldwide e, conseguentemente, di consolidare la propria posizione nel segmento di mercato dell'internazionale.

CORPORATE RESPONSIBILITY

GESTIONE DELLA RESPONSABILITÀ D'IMPRESA

Da diversi anni TNT lavora nell'ottica di garantire una sempre maggiore integrazione delle politiche di business con gli interessi dei propri stakeholder di riferimento applicando una strategia di Corporate responsibility elaborata dal Gruppo che prevede la condivisione e la declinazione con le singole Operating Unit.

La strategia di CR di TNT riflette l'ambizione del Gruppo di essere un fornitore globale di servizi attraverso i propri network. Poiché tale strategia di business influisce sul contesto sociale e ambientale di riferimento, essere un'azienda responsabile a 360° diventa un obiettivo fondamentale e oltremodo strategico. È intenzione dell'azienda infatti tradurre le sfide che il mercato propone in opportunità di sviluppo e di crescita sia per i propri interlocutori di riferimento, sia per la collettività.

A livello di Gruppo TNT gestisce centralmente il coordinamento della strategia di CR e condivide con le Operating Unit attive nei diversi Paesi in cui è presente le linee guida, le priorità e gli ambiti d'azione. A livello di Divisione vengono coordinate le attività di rendicontazione e le iniziative propriamente correlate al business dell'espresso.

Team dedicati alla CR, dotati di autonomia operativa e gestionale, collaborano sia centralmente, sia localmente con le diverse funzioni aziendali coinvolte nel processo nell'ottica di garantire che tutte le attività in essere siano completamente integrate e coerenti con gli obiettivi di CR definiti.

Per quanto riguarda TNT Express Italy la CR è in carico al Servizio Comunicazione & CR. Il Servizio, che riporta direttamente all'Amministratore Delegato, gestisce i progetti e gli strumenti volti ad integrare i criteri di sostenibilità nell'attività dell'azienda in collaborazione con le funzioni aziendali di riferimento e si interfaccia con il team centrale per la condivisione delle linee guida e l'attuazione del processo di reporting verso la Casa Madre.

La strategia di Corporate responsibility di TNT prevede una focalizzazione su quattro aree ritenute prioritarie e per questo oggetto di particolare attenzione e di specifici piani d'azione. Le aree individuate sono le seguenti: dipendenti, ambiente, altri stakeholder quali clienti e fornitori, e contributo

volontario verso la collettività. Nel corso del 2009 sono stati definiti dieci ambiti di focalizzazione riconducibili ai quattro asset elencati. Per ciascuno degli ambiti sono stati elaborati, inoltre, degli indicatori di performance (KPI) per facilitare il processo di misurazione e di progresso delle attività previste.

ASSET DELLA STRATEGIA DI CORPORATE RESPONSIBILITY

Asset	Focus
1. Dipendenti	<p>Health & Safety Ridurre l'assenteismo ed eliminare gli incidenti nelle unità operative di proprietà prevenendo i rischi sul luogo di lavoro e su strada</p> <p>Diritti umani Assicurare il rispetto dei diritti umani, della diversity & inclusion</p> <p>Motivazione dei dipendenti Incrementare il numero di dipendenti soddisfatti e motivati</p>
2. Ambiente	<p>CO₂ footprint Incrementare la riduzione dei consumi energetici nelle unità operative</p> <p>Qualità dell'aria Migliorare la qualità delle emissioni generate dalla flotta</p>
3. Altri stakeholder	<p>Soddisfazione dei clienti Incrementare il livello di soddisfazione dei clienti</p> <p>Servizi "green" Incrementare la percentuale di servizi "green" (incluse le compensazioni di CO₂)</p> <p>Contractor operativi Stabilire un approccio per la selezione e la gestione delle performance di CR dei contractor operativi</p> <p>Fornitori Incrementare l'utilizzo di servizi sostenibili</p>
4. Contributo volontario verso la collettività	<p>Moving the World Incrementare il coinvolgimento attivo nelle attività di Moving the World</p>

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Per TNT il coinvolgimento dei propri stakeholder di riferimento rappresenta un aspetto fondamentale. Essere un'azienda "responsabile" significa per TNT essere pienamente consapevole che l'integrazione degli obiettivi di carattere economico, ambientale e sociale nella gestione di un'impresa è una condizione imprescindibile per una maggiore competitività. Nella creazione e, soprattutto, nella gestione responsabile della relazione con gli stakeholder risultano quindi fondamentali l'ascolto e la rendicontazione chiara e trasparente. Nello strutturare i processi di ascolto e di dialogo con gli stakeholder TNT si attiva a livello di Gruppo per instaurare relazioni improntate su trasparenza, fiducia e consenso nelle scelte intraprese. Questo tipo di approccio, focalizzato sulla volontà di comprendere sempre meglio le prospettive e le preoccupazioni dei diversi portatori d'interesse relativamente ai rischi e alle responsabilità correlate alle attività direttamente gestite dall'azienda, viene ritenuto necessario per creare e sostenere la capacità di generare valore per tutti gli stakeholder diretti e indiretti. In quest'ottica TNT ha rivisto le modalità di coinvolgimento degli stakeholder precedentemente adottate, favorendo l'interazione

tra di essi. Le modalità applicate sono state di varia natura: dalla survey on-line ai meeting dedicati. Il campo d'indagine era orientato alla percezione dell'approccio di TNT rispetto alla CR e al livello di soddisfazione del processo di comunicazione e delle performance conseguite nell'ambito della Corporate responsibility. L'individuazione di quattro aree tematiche quali:

- la sicurezza stradale e la possibile conflittualità rispetto alle consegne nei tempi stabiliti (puntuali)
- l'approccio etico e le relative performance
- i cambiamenti climatici e la ricerca della creazione di efficienze a livello di consumi comparate ad altre problematiche di carattere ambientale
- la comunicazione e il reporting degli obiettivi e delle performance di CR

ha consentito all'azienda di avere un quadro approfondito e dettagliato del livello di percezione e del grado di priorità attribuiti dagli stakeholder, permettendo di individuare quanto segue:

1. Relativamente alla possibile conflittualità tra gli obiettivi di miglioramento delle performance nell'ambito della sicurezza stradale, gli stakeholder hanno riconosciuto la conflittualità tra la velocità della consegna e la sicurezza stradale. Nell'ottica della diminuzione di questo gap è stato suggerito

di coinvolgere attivamente i clienti nella scelta ponderata di servizi “meno veloci” e maggiormente sostenibili.

2. Rispetto all'approccio etico e alle performance conseguite, gli stakeholder hanno sottolineato l'importanza primaria della trasparenza, riconoscendo a TNT uno standard elevato e indicando possibili aree di miglioramento inerenti la rendicontazione delle violazioni e delle best practice dei principi di integrità TNT correlati ai contractor operativi e ai fornitori.
3. Per quanto riguarda i cambiamenti climatici e la ricerca della creazione di efficienze energetiche, gli stakeholder hanno riconosciuto l'importanza primaria di questa tematica ambientale per un operatore come TNT e allo stesso tempo le problematiche collegate alla diminuzione dell'impatto ambientale. Data la rilevanza della qualità dell'aria, in particolar modo nei centri urbani, e dell'impatto generato, i portatori di interesse hanno consigliato di identificare e comunicare i target per la riduzione delle emissioni di CO₂ nell'ottica di rafforzare ulteriormente la credibilità e l'apprezzamento nei confronti della politica ambientale di TNT.
4. In tema di comunicazione delle performance di CR e del relativo reporting è stata segnalata l'utilità di introdurre tabelle comparative rispetto alle performance dei competitor, per consentire una comprensione migliore delle stesse.

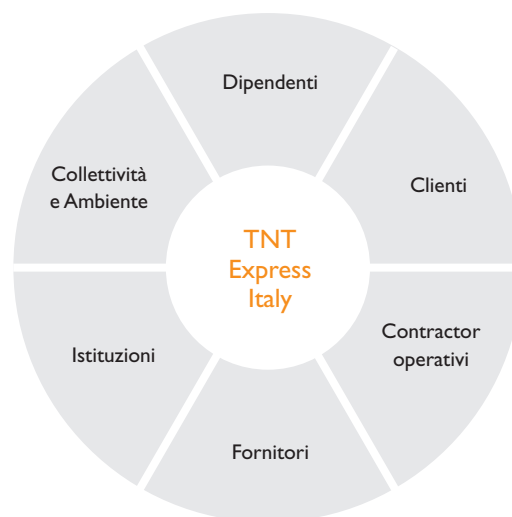
Questi elementi emersi dai passaggi fondamentali di ascolto e sviluppo dei processi di dialogo e confronto saranno contemplati nell'aggiornamento della strategia di CR e nella definizione dei relativi piani d'azione.

APPROCCIO DI TNT EXPRESS ITALY

Nel pieno rispetto delle linee guida e dell'indirizzo strategico individuato dal Gruppo, TNT Express Italy ha lavorato a livello di country di competenza alla capitalizzazione sul fronte della Corporate responsibility, con l'obiettivo di trarre dai meccanismi di dialogo con i propri stakeholder di riferimento una creazione di valore tangibile e benefici non solo per il proprio business ma, in particolar modo, per quello dei propri clienti.

Nel corso del 2009, l'azienda ha continuato a lavorare alla realizzazione del piano strategico concentrandosi principalmente sul rafforzamento del focus sugli asset fondanti della CR (People, Planet, Profit), sull'implementazione di macro-progetti interni sul

fronte della sostenibilità (con particolare attenzione alla ricerca di soluzioni per la riduzione dell'impatto ambientale) e sul coinvolgimento degli stakeholder nel processo di dialogo costruttivo per la creazione di una cultura improntata sulla responsabilità.



La mappa degli stakeholder di TNT Express Italy rappresenta le diverse categorie di portatori di interesse con i quali l'azienda si relaziona costantemente e che, con differenti modalità, possono da un lato influenzare la gestione dell'impresa e dall'altro esserne influenzati. TNT Express Italy dialoga sistematicamente con gli stakeholder di riferimento, tenendo conto anche della rilevanza strategica dei singoli rispetto al processo operativo dell'azienda. La comprensione delle diverse percezioni rispetto al tema di responsabilità d'impresa e ai vari impatti generati sui rispettivi stakeholder dalle attività di business permette di prevenire possibili ripercussioni negative e, in particolar modo, di attivare partnership produttive. Conoscere in maniera maggiormente approfondita opinioni e vedute eterogenee aiuta a stabilire le priorità d'azione e a sostenere la capacità di creare valore per tutti i portatori di interesse.

La comunicazione bilaterale e strutturata con i dipendenti, i clienti, la società civile e la comunità (cittadini ed aziende) facilita l'integrazione tra lo sviluppo delle logiche di business e l'approccio corretto alle sfide di CR. Il percorso di coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni che TNT Express Italy ha messo in atto nel corso degli anni si basa sui principi di materialità, completezza e risposta. Le possibili criticità emerse

dal confronto con gli stakeholder di riferimento sono state raccolte, mappate e trasformate in opportunità di miglioramento e di sviluppo.

Anche nel 2009 è stato realizzato un piano di incontri con il management (con diversi livelli di responsabilità) delle singole funzioni aziendali, nell'ottica di rafforzare la partecipazione alle tematiche di responsabilità d'impresa sulle quali l'azienda si focalizza. Lo scopo di quest'attività era principalmente legato alla chiarificazione del livello di commitment rispetto alla sostenibilità, all'illustrazione delle priorità individuate dal Gruppo e alla condivisione delle aree di lavoro e degli impegni assunti.

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Nel presente Bilancio di Sostenibilità di TNT Express Italy sono rendicontati i dati dal 1° gennaio al 31 dicembre 2009. Il documento precedente, scaricabile dal sito internet, si riferisce all'anno 2008. Il perimetro di rendicontazione non ha subito variazioni rispetto a quello utilizzato per l'anno 2008 ed è riferito a TNT Global Express S.p.A.; tutti i contenuti riportati nel presente Bilancio di Sostenibilità sono stati concordati con le funzioni aziendali di riferimento coinvolte nel processo decisionale. I dati elaborati sono stati sottoposti a verifica da parte di PricewaterhouseCoopers: inseriti sia nel Bilancio di Sostenibilità di TNT Express Italy sia in quello di Gruppo, concorrono alla candidatura per il Dow Jones Sustainability Index.

INIZIATIVE DI SETTORE NELL'AMBITO DELLA CR

TNT nel corso del 2009 ha continuato a partecipare alle attività svolte dal Logistics and Transport Sustainability Group del World Economic Forum (WEF). Il Supply Chain Decarbonisation Report⁵ è stato completato e pubblicato nell'anno 2009; nel documento in oggetto sono state sviluppate ulteriori linee guida per la definizione del set di principi relativi alla rendicontazione delle emissioni per singola consegna. TNT si rifà ai principi indicati per comunicare ai clienti in maniera trasparente le informazioni inerenti alle emissioni di CO₂ dei trasporti utilizzati.

Firmataria del Global Compact delle Nazioni Unite dal 2006, TNT è stata nel 2009 una delle dieci aziende in Olanda a partecipare all'Iniziativa sul Business e i Diritti Umani il cui scopo è quello di rafforzare ulteriormente il rispetto dei diritti umani nei contesti di business.

Per quanto riguarda TNT Express Italy, l'azienda ha partecipato nel 2009 alle attività promosse dal Global Compact Italia. Il network si è principalmente concentrato sul rispetto dei diritti umani nel contesto lavorativo e sulle tematiche della lotta alla corruzione. Workshop tematici hanno permesso alle singole aziende partecipanti di confrontarsi e di condividere i rispettivi approcci e le eventuali best practice.

Da anni l'azienda è membro di Sodalitas e del CSR Network⁶. Le iniziative delle rispettive associazioni anche nel 2009 hanno permesso all'azienda di continuare a scambiare esperienze con realtà che hanno intrapreso il percorso della responsabilità d'impresa e, che operando nello stesso Paese, si muovono nel medesimo contesto sociale e affrontano i macro problemi dello scenario di riferimento.

TNT Express Italy è stata una delle prime dieci aziende ad aderire al "10 x 10 Challenge", l'iniziativa lanciata dal mensile Quattroruote per lavorare concretamente all'impegno della riduzione delle emissioni di CO₂ che ha dato vita ad un vero e proprio network al quale aderiscono attualmente oltre trenta tra le principali aziende italiane.

Nell'anno in oggetto è stata sostenuta e promossa inoltre la campagna nazionale Bastaunattimo in occasione dei corsi di guida sicura per i clienti organizzati in collaborazione con il centro ASC di Quattroruote. Un'occasione per dar modo ai partecipanti non solo di apprendere tecniche e comportamenti per migliorare il proprio stile al volante, ma anche di riflettere su quanto la preparazione individuale possa ridurre l'inquinamento ambientale e il rischio di incidenti stradali.

⁵ Il Rapporto sulla gestione a basso impatto della Supply Chain

⁶ Si veda a tal proposito il capitolo "Collettività"

GOVERNANCE

GOVERNANCE DI TNT EXPRESS ITALY

Operating Unit della Divisione Express, TNT Express Italy fa parte del Gruppo olandese TNT N.V., fornitore globale di servizi di trasporto espresso e mail con sede ad Amsterdam. La Sede legale è a San Mauro Torinese (Torino). TNT Global Express S.p.A. detiene partecipazioni di controllo nelle società Gelders Holding B.V (NL), TNT WW Air Express UK Ltd (Uk) e GO Polska Spolka Zoo (Poland); per quanto riguarda queste ultime due è in corso la procedura di liquidazione. Tra le operazioni societarie dell'anno in oggetto si evidenzia la cessione di SDO, società facente capo a TNT Global Express S.p.A. incaricata di gestire il mercato della distribuzione per il settore ottico.

TNT Express Italy adotta un sistema di Corporate Governance ispirato a standard di trasparenza e correttezza nella gestione dell'impresa che, oltre a costituire uno strumento essenziale per assicurare l'efficace gestione e il valido controllo delle attività in ambito aziendale, è orientato: alla qualità del servizio offerto, al controllo dei rischi d'impresa, alla trasparenza nei confronti degli stakeholder esterni e alla consapevolezza dell'impatto sociale ed ambientale della propria attività sul territorio. Gli organi sociali di TNT Express Italy sono il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale affiancati dalla Società di Revisione che svolge una funzione di controllo contabile.

Il Consiglio di Amministrazione è eletto dall'Assemblea dei soci ed è l'organo collegiale preposto all'amministrazione della società che ha esclusiva competenza e poteri di natura ordinaria e straordinaria ai fini della gestione dell'azienda nei limiti previsti dalla legge. Attualmente è composto dal Presidente e Amministratore Delegato Rosario Ambrosino, in carica dal 1° giugno 2009, e da tre consiglieri delegati che hanno potere esecutivo e non sono indipendenti. Agli Amministratori spetta, con firma libera nei limiti stabiliti, la rappresentanza legale della società di fronte ai terzi ed in giudizio; per gli atti societari aventi implicazioni legali di una certa rilevanza, è previsto il principio della doppia firma. L'organo sociale in oggetto approva oltre al Bilancio di Esercizio anche quello di Sostenibilità. Nel corso del 2009 il Consiglio di Amministrazione si è riunito 5 volte.

Il Collegio Sindacale è composto da 3 sindaci effettivi e 2 supplenti e si è riunito 5 volte nel 2009. Il Presidente del Collegio Sindacale e tutti i suoi componenti sono nominati dall'Assemblea.

Al fine di rendere il controllo dei principi di governance maggiormente efficiente sono stati strutturati programmi di integrity e risk management affidati alle funzioni competenti.

Si segnala inoltre che TNT Express Italy ha definito, in accordo a quanto previsto dal Decreto Legislativo n. 231/01, un proprio Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo.

Programma di integrità

Nel corso del 2009 l'azienda ha continuato a lavorare al processo di rafforzamento del proprio programma di anticorruzione in conformità al decreto legislativo n. 231 dell'8 giugno 2001⁷. In caso di episodi di illecito o corruzione, ogni dipendente può contattare il Supervisory Board del Gruppo o l'Integrity Manager di TNT Express Italy, che valuta l'informazione ricevuta con gli enti competenti.

Nell'anno in oggetto non si sono registrati incidenti in tale ambito, tuttavia l'azienda continua a promuovere misure preventive divulgando le procedure interne e aumentando la consapevolezza fra i dipendenti. A tale proposito, nel 2009 è stato divulgato il pacchetto formativo "Fraud-i Online", promosso a tutti i livelli dell'organizzazione per rafforzare la conoscenza sui Principi di Business di TNT e dimostrare come la prevenzione in merito a frode e corruzione sia un tema molto sentito dal management.

Gestione dei rischi

TNT Express Italy attribuisce una forte rilevanza alla gestione e al controllo dei rischi, quali condizioni per garantire un'affidabile e sostenibile generazione di valore, proteggere la solidità finanziaria e la propria reputazione sul mercato. Pur riconoscendo che il rischio rimane una componente intrinseca del proprio business, l'azienda ritiene che un processo strutturato e trasparente in tale ambito consenta non solo di riconoscere tempestivamente le aree critiche e di prepararsi a gestirle in maniera controllata e presidiata dal punto di vista dell'informazione, ma anche di individuare azioni in grado di costituire reali opportunità di miglioramento.

I meccanismi interni di governance prevedono che nel corso del risk assessment annuale ogni Operating Unit identifichi, ed eventualmente confermi, i rischi legati all'operatività e agli impatti finanziari. Quanto emerso

⁷ Si veda a tal proposito il capitolo "Modello organizzativo e gestionale"

dalle sessioni di analisi dei rischi a livello di Operating Unit viene poi centralizzato e costituisce la base per il risk assessment di Gruppo. Tale processo, affidato a livello di Operating Unit alla funzione del Risk Management, è volto a presidiare l'iter di gestione dei rischi aziendali, far comprendere quali di questi possono essere connessi agli obiettivi di business e proporre interventi correttivi adeguati.

Nel 2009 si è tenuta l'analisi annuale dei rischi con un focus particolare su (i) gli effetti della crisi globale sull'operatività e sulla liquidità di TNT in Italia, (ii) la conformità dei subcontractor e (iii) i piani di continuità a fronte di una eventuale pandemia di influenza, i cui focolai sono già stati riportati più volte dall'Organizzazione Mondiale della Sanità a partire dal 2005. Importante è stata inoltre l'analisi degli impatti ambientali generati dalle attività operative.

Comprendere i rischi è un elemento vitale del processo decisionale del management TNT, ma costituisce anche la chiave per aprire le porte a nuove opportunità legate al business. Sotto questo profilo, le misure preventive sono da intendersi come strumenti di crescita e di evoluzione per l'azienda, a maggior ragione in un contesto economico mutevole come quello attuale, dove occorre essere pronti a cogliere i segnali del mercato sui quali costruire e ottenere un vantaggio competitivo.

Controlli interni

Il Consiglio di Amministrazione, per tutto il 2009, si è avvalso delle Funzioni di Internal Control e Corporate Compliance per monitorare il corretto funzionamento del sistema di controllo interno. In particolare, le principali attività svolte nel 2009 hanno riguardato:

- il supporto agli enti preposti ai controlli per il rinnovo delle certificazioni ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 e SA8000
- la verifica attraverso specifici audit della corretta applicazione delle policy di Gruppo e delle procedure locali, da proporre in accordo con i processi e con particolare enfasi sui processi di Sede
- il supporto alle Funzioni Purchasing e Operations nella valutazione dei fornitori al fine di verificare la conformità con il Decreto 276/03 in materia di responsabilità solidale del committente
- lo svolgimento di verifiche ispettive presso le Filiali finalizzate alla verifica della corretta applicazione delle procedure locali.

Modello organizzativo e gestionale

In data 19 dicembre 2008 TNT Express Italy, con delibera del Consiglio di Amministrazione, ha approvato un proprio modello organizzativo e gestionale rispondente ai requisiti del Decreto Legislativo 8 giugno, n.231, che ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano un regime di responsabilità amministrativa, ma di fatto penale, a carico delle società per alcune tipologie di reati commessi dai relativi amministratori, dirigenti o dipendenti nell'interesse o a vantaggio delle società stesse.

Il modello definito è coerente nei contenuti con quanto disposto dalle linee guida elaborate in materia dalle associazioni di categoria e rappresenta un ulteriore passo verso il rigore, la trasparenza e il senso di responsabilità nei rapporti interni ed esterni, offrendo agli stakeholder le migliori garanzie di una gestione efficiente e corretta. TNT non tollera comportamenti illeciti di qualsiasi tipo e il sistema disciplinare contemplato nel Modello costituisce parte integrante del CCNL applicabile ai dipendenti.

Sono elementi fondanti:

- l'attività di sensibilizzazione e diffusione delle regole di condotta e delle procedure istituite ad ogni livello aziendale
- la verifica delle cosiddette "aree di rischio" dell'azienda, dove deve ritenersi maggiore la possibilità di commissione di reati
- le funzioni di controllo sull'efficace e corretto funzionamento del Modello da parte dell'Organismo di Vigilanza (OdV)
- la definizione dei poteri autorizzativi propri delle responsabilità assegnate
- la verifica periodica del funzionamento del Modello e il suo aggiornamento
- un adeguato sistema sanzionatorio.

Nell'istituire un apposito OdV, il Consiglio di Amministrazione di TNT Express Italy ha nominato quali componenti un dirigente della società e un professionista esterno avente competenze penalistiche, aziendalistiche e organizzative: tale scelta ha la finalità di rispondere ai requisiti di autonomia, indipendenza, professionalità e continuità di azione. L'OdV, contattabile da tutti i dipendenti per chiarimenti o segnalazioni all'indirizzo e-mail odv@tntitaly.it, vigila sull'applicazione del Modello, ne verifica l'efficacia e la reale capacità di prevenire la commissione dei reati, e relazione al Consiglio di Amministrazione con cadenza semestrale aggiornamenti, modifiche nonché eventuali illeciti.

L'OdV è tenuto altresì a promuovere iniziative mirate alla formazione e diffusione del Modello. Una sezione sul sito intranet sempre aggiornata consente ai dipendenti di approfondire la conoscenza e di prendere visione delle relative procedure e del Codice Etico, che ne costituisce parte integrante e contiene le regole di natura comportamentale da osservare nell'ambito delle attività aziendali. Il sito www.tnt.it pubblica a sua volta una pagina dove gli stakeholder esterni possono prendere visione del Modello di Gestione, Organizzazione e Controllo adottato da TNT Express Italy.

Dalla data della costituzione dell'OdV, non sono emerse criticità in merito, né sono giunte segnalazioni relative al mancato rispetto del Codice Etico o del Modello.

GRUPPO TNT

Per quanto riguarda le informazioni relative al sistema di Governance di TNT Group si rimanda alla consultazione dell'Annual Report, scaricabile sul sito internet: www.group.tnt.com

RELAZIONI CON ENTI ED ISTITUZIONI

L'impegno di instaurare un dialogo partecipativo con gli stakeholder istituzionali si è tradotto nel corso del 2009 nel rappresentare nelle sedi istituzionali opportune, anche attraverso le Associazioni di categoria di appartenenza, le idee e le esigenze specifiche di un operatore del trasporto espresso. La rilevanza dell'impatto sulla collettività generato dalla gestione efficiente ed efficace dei flussi delle merci nel nostro Paese richiede una specifica sensibilizzazione degli enti preposti.

In occasione del suo turno di Presidenza in AICAI, TNT Express Italy ha lavorato con i Soci alla realizzazione di un documento programmatico, con relative indicazioni di policy, che permettesse di rappresentare le aree di maggior interesse e, allo stesso tempo, di criticità al Governo. Il contributo in tal senso ha portato all'identificazione delle problematiche chiave, in primo luogo quella della limitazione dell'accesso ai mezzi leggeri dedicati al trasporto nell'ultimo miglio nei centri urbani. Tematica che pone sul tavolo di discussione le possibili logiche attuative per la gestione della riduzione dell'emissioni di CO₂. Il contributo al dibattito su temi inerenti il mercato del trasporto è stato offerto sia attraverso incontri istituzionali, sia in occasione di Audizioni presso le Commissioni. Si ricorda l'Audizione presso la Commissione Trasporti della Camera incentrata sulle problematiche aeroportuali e, nello specifico, degli scali merci.

Dal punto di vista legislativo, l'azienda ha guardato con interesse diverse iniziative parlamentari e governative strettamente legate al trasporto e alle infrastrutture, ma ha anche lavorato a livello locale. La presenza capillare sul territorio ha richiesto infatti di interfacciarsi direttamente con gli enti locali per riportare le istanze generate in particolar modo dalla limitazione degli accessi nei centri urbani. Sempre a livello territoriale, l'azienda ha collaborato con la Provincia di Modena ad un progetto legato alle pari opportunità.

L'obiettivo delle attività svolte a livello istituzionale era, in prima battuta, far comprendere la tipologia e l'entità dell'impatto generato dal corriere espresso negli equilibri economici del sistema Paese e nella conseguente creazione del vantaggio competitivo per le imprese italiane.

Performance Economica

La performance economica di TNT Express Italy è orientata al mantenimento e alla generazione di valore dell'azienda in riferimento a tutti i propri stakeholder.

A tal fine, sono messe in essere le procedure necessarie per un attento controllo dei rischi operativi e finanziari e sono attuate tutte quelle attività che permettono di assicurare la solidità finanziaria dell'azienda.

Mentre il 2008 è stato, per l'economia mondiale ed italiana, un anno caratterizzato da due periodi differenti, dove si è passati da una crescita in corso da diversi anni ad una fase di profonda recessione, il 2009 ha risentito degli effetti della crisi globale per tutta la sua durata.

L'andamento dei tre principali driver macroeconomici che influiscono sull'andamento del business del trasporto, nel settore domestico i primi due (consumi: -1,8%; produzione: -17,4%) ed internazionale il terzo (export: -21,4%), hanno confermato il trend negativo dell'economia nazionale e mondiale. Nell'ottica di affrontare una crisi di questa portata TNT Express Italy ha focalizzato il proprio impegno sui fattori ritenuti fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi strategici:

- soddisfazione dei clienti: l'azienda si è impegnata ad andare incontro ai propri clienti che hanno risentito particolarmente della crisi economica, offrendo servizi sempre più competitivi
- controllo dei costi: l'efficace attenzione prestata, pur comportando scelte difficili, ha consentito di ottenere una significativa riduzione rispetto all'esercizio precedente
- focus sulla liquidità: la rigorosa gestione, sia in termini di contenimento degli investimenti sia in termini di miglioramento del capitale circolante netto, ha permesso di ottenere un risultato positivo
- soddisfazione dei dipendenti: nonostante il contenimento dei costi non sono stati effettuati interventi sui livelli occupazionali dei dipendenti diretti
- impatto ambientale: anche nel corso del 2009 è proseguito il percorso di salvaguardia e miglioramento dell'impatto ambientale.

Nell'anno in oggetto sono comunque stati effettuati importanti investimenti ispirati principalmente alle esigenze espresse dai clienti e alle relative indagini sulla loro soddisfazione attraverso lo strumento del Customer Loyalty Management (CLM)¹.

Il driver di base che ha guidato la gestione degli investimenti è stato fondato sulla creazione di valore in funzione della spesa da effettuare, politica rigorosamente applicata mediante la valutazione preventiva degli indicatori Economic Profit ed Economic Value, sulla base dei quali TNT Express Italy ha potuto stabilire gli impatti positivi generati dalle scelte intraprese.

Nel 2009 si è evidenziata una focalizzazione non solo sullo sviluppo di progetti dedicati, ma anche sul miglioramento delle strutture operative, in linea con il modello British Safety Council.

¹ Per visionare i dati aggiornati consultare la sezione Clienti

Valore economico direttamente generato e distribuito²

	(valori in € milioni)			%
	2009	2008	2009-2008	2009-2008
Valore Economico generato				
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	633,5	711	(77,5)	-11%
Altri ricavi e proventi	14,4	15,4	(1)	-6%
Proventi della gestione finanziaria	1,6	3,4	(1,8)	-53%
	649,5	729,8	(80,3)	-11%
Valore Economico distribuito				
Costi operativi	531,4	557,7	(26,3)	-5%
Costo del personale e benefit	130,2	134,2	(4,0)	-3%
Pagamenti a finanziatori di capitale	6,2	105,8	(99,6)	-94%
Pagamenti a Pubblica Amministrazione	6,1	6,4	(0,3)	-5%
Liberalità esterne	0,1	0,1	0	0%
	674	804,2	130,2	-16%
Valore Economico Trattenuto*	(24,5)	(74,4)	(49,9)	67%

*Valore Economico Trattenuto è la differenza tra il Valore Economico generato e quello distribuito

I ricavi totali sono passati da € 729,8 milioni nel 2008 a € 649,5 milioni nel 2009; il decremento è principalmente dovuto alla variazione negativa del fatturato, il cui andamento ha subito un'inversione di tendenza rispetto allo scorso esercizio (variazione 2008 vs 2007: +7%) ed è relativa sia al domestico (-11,6%), che ha risentito della diminuzione dei volumi e dei prezzi, sia all'internazionale (-14,3%), determinato principalmente dalla riduzione dei prezzi. Gli Special Services hanno registrato un significativo decremento rispetto allo scorso esercizio (-21,3%), dovuto alla perdita del volume d'affari legata alla negativa congiuntura economica, oltre che per l'effetto della cessione del business di SDO³.

Il valore aggiunto globale lordo è diminuito rispetto al precedente esercizio. Tale variazione è principalmente riconducibile all'aumento dell'incidenza dei costi operativi sul totale dei ricavi. In particolare, i costi per servizi, che passano da € 465,4 milioni nel 2008 a € 438,4 milioni nel 2009, con un decremento di € 27 milioni (-5,8%), hanno avuto un aumento di 3,6 punti percentuali ed i costi per godimento di beni di terzi, che passano da € 40,5 milioni nel 2008 a € 45,9 milioni nel 2009, con un incremento di € 5,4 milioni (+13,3%), hanno avuto un aumento dell'1,5%.

La notevole variazione dei pagamenti a finanziatori di capitale è dovuta alla distribuzione di dividendo straordinaria per € 100 milioni avvenuta nel corso dell'esercizio 2008.

In seguito al perdurare della crisi, nonostante TNT Express Italy si sia impegnata a salvaguardare i livelli occupazionali, è stato attivato, previa richiesta alla Regione Piemonte e successivo accordo con le Rappresentanze Sindacali, un periodo di cassa integrazione in deroga dal 1° aprile 2010 che ha previsto una riduzione dell'orario di lavoro pari ad un giorno alla settimana per un periodo di 4 mesi e che ha coinvolto circa 300 dipendenti della Sede di San Mauro T.se. L'impegno sul fronte della responsabilità d'impresa è risultato invariato rispetto agli scorsi anni, a testimonianza di una politica strategica coerente con gli impegni presi. Le liberalità erogate nel corso del 2009 sono state pari a quelle dell'anno precedente e sono state destinate prevalentemente a campagne dedicate promosse da Enti e Associazioni che operano nelle comunità del territorio italiano in cui TNT Express Italy è maggiormente presente.

PREVISIONI FUTURE

Nonostante il perdurare della crisi economica, i risultati gestionali del primo trimestre 2010, confrontati con quelli dell'esercizio precedente, mostrano i primi segnali di ripresa.

² Lo schema riportato fa riferimento a quanto previsto dal GRI (G3) indicatore EC1. I valori relativi al 2008 non fanno dunque riferimento a quanto riportato nel BS 2008, ma sono il risultato di una nuova metodologia di calcolo maggiormente in linea

³ Il settore optical distribution. Per ulteriori dettagli consultare la sezione Corporate Governance

In particolare, il fatturato del primo trimestre 2010 ha evidenziato un incremento dovuto all'aumento dei volumi, parzialmente compensato dall'effetto della riduzione dei prezzi. Tale crescita ha riguardato sia il fatturato domestico sia quello internazionale; gli Special Services hanno mostrato invece una flessione, determinata principalmente dalla cessione del business SDO.

Nel complesso TNT Express Italy si impegna a perseguire il miglioramento continuo nell'ambito sia della qualità dei servizi offerti sia della soddisfazione dei propri clienti, mettendo in atto le azioni necessarie per fronteggiare la crisi che ha investito l'economia italiana e internazionale, salvaguardando la propria leadership sul mercato e sapendo cogliere le nuove opportunità di business.



LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE COME CREAZIONE DI VALORE

L'impatto delle attività operative di TNT sull'ambiente è uno degli elementi chiave della strategia di responsabilità d'impresa adottata dal Gruppo.

Il settore del trasporto genera oltre un quinto delle emissioni di anidride carbonica (CO₂) del Pianeta e TNT, da sola, ne produce circa 1 milione di tonnellate ogni anno. Dal 2007, con il lancio del programma Planet me, TNT ha scelto di diventare, da parte del problema, parte della soluzione gestendo le emissioni di gas a effetto serra e rendicontando in maniera sempre più trasparente la propria performance ambientale. TNT lavora a 360° sulla riduzione del proprio impatto a livello globale, dalle infrastrutture agli automezzi sino alla sensibilizzazione dei dipendenti ad adottare comportamenti ecologicamente virtuosi. L'obiettivo, annunciato ufficialmente dal CEO Peter Bakker nel mese di febbraio 2010 in occasione della pubblicazione dei risultati annuali del Gruppo, è ridurre del 45% le emissioni di CO₂ entro il 2020: si tratta del target sostenibile più elevato mai dichiarato da un'azienda del ramo, indice del posizionamento sul fronte della responsabilità. Un obiettivo confermato dalla leadership nel settore "Industrial Goods and Services" ai Dow Jones Sustainability Indexes, che TNT detiene da tre anni, e documentato nell'Annual Report scaricabile sul sito www.tnt.com.

Due le strade che TNT sta percorrendo per raggiungere questo traguardo:

- migliorare costantemente il livello delle emissioni implementando le best practice nelle varie Operating Unit del Gruppo, come l'ottimizzazione delle tratte del network e il training dei driver
- investire in soluzioni operative innovative, come l'impiego di veicoli elettrici, la logistica alternativa per i centri urbani, il biofuel e l'energia rinnovabile.

Nel corso del 2009, TNT ha continuato a partecipare attivamente al Logistics and Transport Sustainability Group del World Economic Forum, contribuendo alla pubblicazione del Supply Chain Decarbonisation Report,

nel quale si analizza il ruolo della filiera nella riduzione delle emissioni nocive. Sono state sviluppate linee guida sui livelli di emissione per singola spedizione, che il Gruppo tiene in considerazione nel fornire ai clienti informazioni trasparenti sull'impatto ambientale generato dai loro servizi di consegna.

Prosegue la collaborazione fra TNT e il Programma Ambientale delle Nazioni Unite, da cui è nato un Clean Fleet Toolkit da utilizzare nei Paesi in via di sviluppo: test pilota hanno dimostrato come, grazie all'applicazione delle linee guida, il consumo di carburante e i costi di mantenimento dei veicoli si riducano significativamente. La sottoscrizione del Global Compact delle Nazioni Unite si esplicita invece attraverso azioni a livello di Head Office e di Operating Unit che si riflettono sulle principali aree operative: aviazione, infrastrutture, viaggi di lavoro, auto aziendali, partnership con i clienti, flotta, acquisti e investimenti. Si va dall'utilizzo di mezzi elettrici per la distribuzione, come i 51 attualmente operativi in Gran Bretagna, alla formazione dei driver alla guida eco-sostenibile e sicura, dai test di mezzi eco-compatibili ai progetti di ottimizzazione del network.

Su quest'ultimo fronte, TNT Express Italy è stata l'apripista all'interno del Gruppo per la razionalizzazione delle tratte e la riduzione dei chilometri percorsi. Il Management si è ispirato ad un modello di gestione economicamente ed ecologicamente sostenibile, capace di creare valore per gli azionisti facendo di Planet me un programma virtuoso, in grado di unire il beneficio per il Pianeta a quello economico e soddisfare le necessità del mercato al minimo costo, laddove per costo si intende anche quello che ricade sull'ambiente e sull'equilibrio delle risorse nel medio-lungo periodo.

Primo corriere espresso in Italia a ottenere la Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale (2001), dal 2007 TNT Express Italy aderisce alla

Campagna SEE (Sustainable Energy Europe) promossa dall'Unione Europea e dal Ministero dell'Ambiente con l'obiettivo di creare una filiera sostenibile tra le aziende aderenti. Oltre a progetti rivolti al coinvolgimento dei dipendenti (ad esempio, l'adesione alla Giornata del Risparmio Energetico "M'illumino di meno") e alla sensibilizzazione dei contractor (la collaborazione con Autostrade o l'iniziativa della Patente a Punti), la Operating Unit italiana partecipa al "10x10 Challenge".

PLANET ME

Al fine di diffondere la consapevolezza sui cambiamenti climatici, TNT ha dato vita ad un programma specifico al cui interno si inseriscono le azioni tese alla riduzione delle emissioni di CO₂. Questo programma si chiama Planet me e ha due obiettivi principali: diminuire l'impatto ambientale delle attività operative di TNT e accelerare la performance finanziaria del Gruppo migliorando l'efficienza sul fronte dei combustibili. Planet me si pone nella prospettiva di andare oltre sia la conformità alle normative vigenti, sia le aspettative dei clienti, alla ricerca di soluzioni e tecnologie innovative volte a creare un futuro sostenibile e valore per gli azionisti.

Planet me comprende tre aree:

- **Count Carbon:** il sistema utilizzato per misurare e rendicontare le emissioni, monitorando in modo esaustivo la performance di CO₂ nelle attività operative chiave. In questo modo, TNT non solo gestisce il proprio impatto, ma aiuta i clienti a individuare e governare quello prodotto dai loro servizi di fornitura.
- **Code Orange:** il caposaldo del programma, composto da una serie di progetti obbligatori per migliorare l'efficienza delle principali fonti di emissioni di TNT: il network road, la flotta aerea e le infrastrutture. In tema di soluzioni alternative di trasporto, si ritiene ad esempio che i veicoli elettrici offrano una tecnologia molto utile a ridurre l'impatto provocato dalla distribuzione nei centri urbani. Dopo la Gran Bretagna, sono in atto test pilota in Cina e in Olanda, Paesi caratterizzati dalla presenza di flotte molto ampie. Nel 2009, TNT ha annunciato di voler acquisire, insieme ad un consorzio di aziende olandesi, 3.000 veicoli elettrici nell'arco di 3 anni: nello specifico, TNT si è impegnata ad acquistarne direttamente 600. Il Gruppo collabora inoltre con diversi partner alla ricerca di soluzioni innovative per la riduzione delle emissioni, assiste i clienti nel raggiungimento dei loro obiettivi di salvaguardia del Pianeta, fornendo loro le basi per prendere decisioni d'acquisto consapevoli, e lavora a stretto contatto con i fornitori per aumentare il loro livello di performance ambientale.
- **Choose Orange:** TNT è consapevole dell'importanza di educare e coinvolgere i dipendenti e le loro famiglie ad adottare comportamenti consapevoli. A tale scopo, sono nate iniziative come il Drive me Challenge, aperto ogni anno a tutti gli autisti di distribuzione di TNT nel mondo, siano essi dipendenti diretti o partner. L'evento, volto ad incrementare uno stile di

guida efficiente sotto il profilo dei consumi, ridurre gli incidenti stradali e migliorare il servizio offerto ai clienti, si compone di una serie di competizioni, a livello nazionale e globale, che vedono gli autisti gareggiare in coppia con senior manager e membri del Board of Management sulla base di tre parametri di guida: sicurezza, ottimizzazione dei consumi e capacità di generare un'eccellente customer experience. Il 12 settembre 2009 sul circuito di Balocco (VC) la finale nazionale, oltre a laureare il campione italiano, ha permesso di selezionare lo sfidante nazionale al titolo mondiale assegnato il 30 settembre a Nuneaton, in Gran Bretagna, sul testing ground di MIRA (Motor Industry Research Association). Per ulteriori informazioni, il sito <http://planetme.tnt.com>, interamente revisionato nel corso dell'anno, offre aggiornamenti sul progetto e sulle iniziative a sfondo ambientale di TNT.

EVOLUZIONE DEL TRASPORTO INTERMODALE

Nel mese di gennaio 2009 l'Express Road Network di TNT ha introdotto un collegamento quotidiano via treno da Friburgo a Novara, che fa da trait-d'union alla connessione via road tra l'Hub internazionale di Arnhem, in Olanda, e il centro di smistamento TNT di Piacenza, il più grande d'Italia. Un intero bilico, motrice compresa, viene caricato su treno ed effettua un tratto significativo del suo percorso su rotaia, riducendo da 36 a 14 le ore di guida su strada e producendo 2 tonnellate di CO₂ in meno ogni settimana.

In considerazione dei risultati positivi (95% degli arrivi schedati on-time) e dopo una serie di test, nel mese di settembre TNT ha implementato una nuova linea che completa il flusso in arrivo dall'Hub di Arnhem, integrandolo con un carico in import attivo nel fine settimana (partenza da Arnhem il venerdì, arrivo presso la Filiale di Milano Mega la domenica mattina): in questo modo, la merce è disponibile in Italia nell'arco delle 24 ore lavorative. Il servizio è in modalità one-way e viene svolto, come il precedente, in collaborazione con l'operatore intermodale Ralpin AG sulla linea ferroviaria Friburgo/Novara. Il treno raggiunge lo scambio intermodale di Novara passando attraverso la Svizzera, la via più breve. Le casse mobili caricate a Friburgo sono quindi prelevate a Novara Interporto da un differente motrice che le trasporta a Milano.

Grazie a questo progetto, dove il rispetto delle rigorose tempistiche del network internazionale espresso si coniuga con le esigenze di salvaguardia ambientale, il 20% del traffico internazionale di TNT Express Italy proveniente da Arnhem è diventato intermodale: oltre 2.800 spedizioni settimanali, pari a circa 25.000 kg di merce movimentata.

MOBILITÀ ALTERNATIVA E RINNOVO DELLA FLOTTA

Il desiderio di TNT di migliorare la propria performance ambientale si traduce anche in azioni concrete mirate alla ricerca di sistemi di distribuzione alternativi. Nel corso del 2009 è entrato nel vivo il progetto Citylog, volto all'implementazione di tecnologie e soluzioni innovative per la movimentazione delle merci nelle città, con l'obiettivo di minimizzare l'impatto sui residenti e migliorare la sostenibilità e l'efficienza dell'intero sistema di consegna. Finanziato dalla Comunità Europea e frutto della collaborazione di 18 partner di 6 diversi Paesi, il progetto è diretto dal Centro Ricerche Fiat e vede la partecipazione di TNT Express Italy in qualità di provider logistico, con il compito di definire i requisiti tecnici degli utenti e portare a termine test in 3 differenti località. Lanciato il 1° gennaio 2010, Citylog si svilupperà nell'arco di tre anni per concludersi a dicembre 2012.

Maggiori informazioni sono disponibili sul sito www.city-log.eu/home.

Nel mese di luglio 2009 TNT Express Italy ha inserito nella propria flotta il primo Fiat Ducato 140 Natural Power, grazie alla partnership con Fiat Professional, nata dalla totale convergenza delle due aziende sul tema dell'ecologia. Operativo presso la Filiale di Pisa, questo veicolo è ideale per le consegne nelle aree cittadine soggette a limitazioni di traffico. Il metano è un gas naturale, e come tale pulito: diminuiscono le emissioni di monossido di carbonio (CO) e ossidi di azoto (NOx), quelle di CO₂ si riducono del 20% circa e, soprattutto, non si produce PM 10, tra le principali cause dell'inquinamento atmosferico dei centri urbani. TNT ritiene che, nel medio periodo, il metano rappresenti una soluzione concreta: le caratteristiche del furgone, in particolare a livello di autonomia, consentono inoltre il mantenimento degli standard operativi.

L'azienda crede che la figura dell'express courier costituisca un collante essenziale per la sopravvivenza del tessuto economico delle città, dove riveste un ruolo di pubblica utilità trasportando oltre a documenti anche merci urgenti, come il materiale medicale.

Dall'inizio del 2010 TNT Express Italy accede alla zona a traffico limitato della città di Firenze con due Daily Iveco ibridi elaborati dalla Micro-Vett di Imola. Questi veicoli commerciali, grazie all'abbinamento di due motorizzazioni, diesel ed elettrica, coniugano al meglio le esigenze operative con quelle di salvaguardia dell'ambiente, riducendo del 50% le emissioni di CO₂.

OTTIMIZZAZIONE DEL NETWORK ROAD

La flotta di TNT che giorno e notte percorre strade e autostrade italiane è l'efficace riscontro di un modello di business deciso a coniugare sostenibilità, produttività e contenimento dei costi. Nel corso del 2009 il programma NOP (Network Optimization Programme), monitorando e razionalizzando il percorso dei 1.000 mezzi che collegano i centri di smistamento alle Filiali italiane del network, ha ridotto le percorrenze e, conseguentemente, l'impatto ambientale. Un risultato determinato anche dall'introduzione di 26 Short-trailer¹ e dell'opzione intermodale sulla tratta Arnhem-Milano. L'innovazione ha interessato inoltre la struttura dei servizi, totalmente ridisegnati per diventare sostenibili nel medio-lungo periodo.

Dopo il programma Microzone che, con la completa rimappatura elettronica del territorio italiano, ha permesso di ottimizzare il percorso dei mezzi addetti alla distribuzione, TNT Express Italy ha iniziato a sperimentare un nuovo tool nell'ottica di ridurre ulteriormente chilometri e consumi di carburante. Questo strumento, chiamato Dynamic Round Planning e illustrato nel dettaglio nella sezione Fornitori, consente di pianificare la rotta quotidiana di ogni driver e simulare l'impatto di cambiamenti "last minute" su costi, percorrenze e livelli di servizio. Grazie a questi due software si è verificata, rispetto al 2008, una diminuzione dei chilometri percorsi dai furgoni pari al 2%.

¹ Bilici più corti rispetto a quelli tradizionali, che consentono un utilizzo minore e più flessibile delle motrici

DATI DI PERFORMANCE

COMPOSIZIONE DELLA FLOTTA

Per la distribuzione sul territorio nazionale la Operating Unit italiana si avvale della collaborazione di partner (contractor operativi) coordinati centralmente dall'Operations Department. Tra i veicoli di linea e quelli dedicati alla distribuzione urbana la flotta utilizzata da TNT in Italia conta 4.000 veicoli. Il 75% dei 3.000 mezzi addetti al delivery è sopra la categoria Euro 3 ed il 56% è classificato Euro 4 o Euro 5. Nei centri cittadini con limitazioni di accesso sono dislocati 18 furgoni a basso impatto ambientale: di questi, 14 sono alimentati a metano, 2 sono ibridi e 2 a GPL. Oltre a sensibilizzare i partner sul tema della riduzione delle emissioni nocive, TNT ha in essere accordi con le principali case produttrici per agevolare i propri fornitori nel rinnovo dei loro veicoli.

Qui di seguito sono riportati i dati sulla composizione della flotta di automezzi suddivisi per tipologia:

Tipologia mezzi	Numero mezzi			Km percorsi			Consumi carburante		
	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007
Linehaul	1.000	1.000	1.000	68.400.000	73.637.495	74.143.529	17.057.357	18.343.207	17.107.493
PUD	3.000	3.000	3.200	59.125.909	58.337.318	77.782.142	7.390.739	7.292.165	9.722.767

Pur rimanendo invariato il numero di mezzi rispetto all'anno precedente, si segnala in particolare, rispetto al 2008, la diminuzione di 5,24 milioni di chilometri effettuati dai veicoli di linea, a fronte dei processi di ottimizzazione delle tratte adottati nel corso dell'anno, come riportato nel paragrafo precedente.

GESTIONE DELLE COMPANY CAR

Tutte le autovetture aziendali prevedono il contratto di noleggio a lungo termine, la cui durata media è di 3 anni, e soddisfano gli standard di efficienza di combustibile stabiliti dalla policy globale TNT pubblicata sul sito <http://planetme.tnt.com>. La scelta è orientata esclusivamente su:

- auto a gasolio a bassa emissione di CO₂
- veicoli con il massimo standard di sicurezza e comodità (approccio multimarca)
- rispetto delle esigenze personali dell'affidatario sulla base degli standard aziendali

Le vetture con emissioni superiori ai 130 gr/km sono state dotate di filtro antiparticolato e sin dal 2006 si è provveduto a dismettere quelle a maggiore impatto ambientale. Nell'anno in oggetto il rinnovamento del

28% della flotta ha contribuito ad elevare le performance qualitative del parco auto e a ridurre la media di emissioni.

Nel rispetto della Corporate Car Policy e del progetto Planet me, nel 2009 TNT Express Italy ha continuato a sensibilizzare i dipendenti affidatari di auto aziendali con le seguenti azioni:

- bonus (€ 3.000) per chi sostituisce il veicolo con uno avente emissioni inferiori a 120 gr/km di CO₂
- incremento dell'utilizzo dei sistemi di videoconferenza per ridurre i viaggi per meeting e riunioni di lavoro. A tale proposito, i risultati ottenuti nel 2009 sono stati molto confortanti: 1.070.775 chilometri effettuati via aerea, rispetto ai 2.165.485 chilometri del 2008. Una riduzione delle percorrenze superiore al 50%.

Qui di seguito sono riportati i dati sulla composizione della flotta di company car:

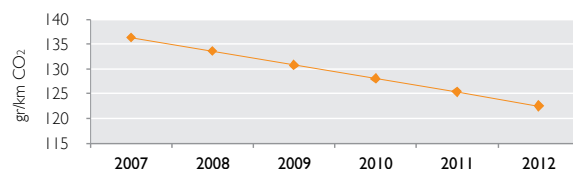
Auto aziendali

	2009	2008	2007
N. auto diesel	379	393	408
Km percorsi	9.604.724	14.149.319	14.880.957
Consumi di carburante* (litri)	711.460	1.048.100	1.102.293
Emissioni CO ₂ (tonn)	1.249	1.868	2.024

* Dato stimato: consumo medio 13,5 km/l. Emissioni stimate sulla base dei km percorsi dalle auto presenti nel parco flotta e del valore medio delle emissioni di CO₂.

Relativamente ai consumi e ai chilometri percorsi, si segnala che nel 2009 il metodo di rendicontazione è variato rispetto agli anni precedenti e ha preso in considerazione solo i dati forniti dalla compagnia petrolifera di riferimento sulla base delle schede carburante dei singoli affidatari. A seguire l'andamento delle emissioni di CO₂ per anno.

Media emissioni CO₂ delle auto aziendali (2007-2012)



Nel mese di aprile 2010, TNT Express Italy ha aderito al programma Cleaner Car Contracts promosso in Italia dall'associazione ambientalista "Terra! onlus", impegnandosi a migliorare l'efficienza della propria flotta di company car e a raggiungere entro il 2012 una media di emissioni inferiore a 130 gr/km CO₂. Così facendo, la Operating Unit italiana ha conseguito lo status di "Silver Fleet" all'interno del programma, volto all'abbattimento sistematico delle emissioni nocive delle flotte di auto in 5 Paesi europei: Germania, Belgio, Danimarca, Olanda e Italia.

LA SOSTENIBILITÀ NELLE INFRASTRUTTURE

TNT Express Italy gestisce tutte le strutture sulla base del Sistema di Gestione Ambientale certificato ISO 14001, che consente di monitorare gli aspetti rilevanti: i consumi energetici e le relative emissioni inquinanti, la produzione e la gestione di rifiuti, i consumi di carta, le attività di manutenzione degli impianti tecnologici. La garanzia della corretta applicazione del Sistema è assicurata da periodici audit interni, volti a verificare il rispetto delle procedure e dei programmi, e dai corsi di formazione del personale.

Nel mese di aprile 2009 TNT Express Italy ha inaugurato nella Filiale di Lodi il primo sistema di pannelli fotovoltaici, introducendo così in Italia il concetto di sostenibilità delle strutture immobiliari del network. L'impianto di Lodi appartiene al gruppo immobiliare Logiman Energia, specializzato nella realizzazione di impianti energetici a emissioni zero.

La seguente tabella evidenzia il piano di sviluppo immobiliare dell'anno in oggetto.

Strutture di TNT Express Italy

Aperte	Padova Hub
	Zibido
Trasferite	Milano Mega Int.le
	Firenze Storapart
	Foggia
	Ravenna
Chiuse	Vignate
	Isernia
	L'Aquila
	Roma Prati
	Schio
	Melegnano
	Melfi
	Vercelli
	Bagni di Tivoli
	Filiali SDO (Comaredo e Torino)

Le Filiali SDO sono state chiuse in seguito alla cessione del business Optical Distribution, argomento per il quale si rimanda alla sezione Corporate Governance.

GESTIONE DEI CONSUMI

Nell'anno in oggetto TNT Express Italy ha promosso una strategia di controllo dei consumi volta a migliorare l'efficienza energetica e la performance ambientale tramite progetti quali l'ottimizzazione degli impianti, il contenimento dell'utilizzo finale di energia e la sensibilizzazione del personale sull'uso accorto delle risorse.

È stato rinnovato a tutto il 2010 l'accordo con il consorzio di autoproduzione valdostano Idroenergia s.c.r.l., che consente a TNT Express Italy di soddisfare integralmente il proprio fabbisogno energetico utilizzando soltanto energia da fonte rinnovabile, nella fattispecie l'acqua della Valle d'Aosta, dove ha sede il Consorzio che rifornisce oltre 150 soci. Duplice il beneficio: economico da una parte, in quanto l'adesione a Idroenergia consente una significativa riduzione dei costi di approvvigionamento rispetto al mercato vincolato e agli altri operatori del mercato libero, e dall'altra ambientale. Infatti, la scelta responsabile di TNT Express Italy di utilizzare energia idroelettrica per coprire il suo fabbisogno annuale, pari a circa 20.950 Mwh, consente di evitare l'immissione in atmosfera di CO₂, in base al combustibile considerato, nella misura indicata nella seguente tabella.

CCGT (Ciclo Combinato Turbo Gas)	Olio combustibile	Carbone
~ 8,4 (milioni di kg)	~ 12,5 (milioni di kg)	~ 15,8 (milioni di kg)

Di seguito indicati i consumi di energia elettrica.

Consumi di energia elettrica (kWh)

	2009	2008	2007
Elettricità	23.177.488	21.887.751	23.563.009
Elettricità da fonte rinnovabile	20.765.248	20.250.464	21.067.524

Poiché i dati sono stimati sulla base delle fatture ricevute, e quindi passibili di modifiche in caso di successivi congruagli, non è possibile analizzare in modo puntuale i trend dei consumi. Da una prima analisi si evince come la politica ambientale adottata abbia consentito di mantenere in linea i consumi, nonostante gli investimenti tecnologici e l'apertura di un sito di nuova generazione come quello di Milano Mega. Anche per via di questi investimenti, il consumo di energia elettrica per persona è stato di 7.531 kWh, rispetto ai 6.929 kWh del 2008.

Consumi di metano/gasolio/gpl

	2009	2008	2007
Metano (m ³)	420.090	640.096	650.112
Gasolio (litri)	24.998	30.197	48.988
Gpl (litri)	73.186	108.177	48.757

In calo evidente i consumi di metano, gasolio e gpl grazie ad una politica di attento monitoraggio orientata alla riduzione della CO₂. Risultati così positivi sono stati determinati anche da un'attività di sensibilizzazione che coinvolge ormai da anni tutti i dipendenti di TNT Express Italy.

RIFIUTI

La gestione dei rifiuti considerati speciali (pericolosi e non) è affidata ad un'unica società che opera sul territorio nazionale, garantendo un livello di qualità in linea con le normative nazionali ed europee vigenti. Tale società si occupa di ritirare, smaltire e, ove possibile, recuperare e riciclare i rifiuti prodotti. Il dato relativo al riciclaggio è calcolato sull'80% del totale smaltito. Circa 60 Filiali di TNT Express Italy sono coperte dal contratto con la società Waste Italia, mentre le restanti sono servite dai servizi comunali.

Importante in questo contesto la scelta di ricorrere a campagne di informazione rivolte ai dipendenti, come in occasione della Giornata del Risparmio Energetico, che hanno contribuito alla diffusione della consapevolezza e alla conseguente riduzione dei rifiuti prodotti rispetto all'anno precedente.

Il progetto di sostituzione delle fatture cartacee con quelle elettroniche da inviare ai clienti, implementato dal 2008, ha consentito di ridurre i quantitativi di carta, passati da 56 tonnellate nel 2008 a 39,5 tonnellate nel 2009, e i consumi di stampa.

Gestione rifiuti* (tonn)

	2009	2008
Rifiuti prodotti	4.371	4.974
Rifiuti separati per il riciclo	3.755	4.275

* I dati presenti non riguardano il totale di TNT Express Italy, ma solo le Filiali coperte dal contratto con Waste Italia

CAPITALE UMANO

Il rapporto che TNT Express Italy intende instaurare con i dipendenti è fondato sui principi di rispetto, trasparenza, ascolto e dialogo, le linee guida su cui si fondano tutti gli interventi relativi alla gestione, nella conformità dello standard Investors in People.

Adottato ormai da anni, si tratta di un modello di gestione che riconosce nei dipendenti l'elemento portante per il successo dell'organizzazione, consentendo ad un'azienda di servizi di differenziarsi sul mercato.

Alla base, la consapevolezza che si tratta di un rapporto di reciproco scambio in cui sono definiti i diritti di ciascuno e al tempo stesso i doveri che richiedono comportamenti coerenti alle responsabilità ricoperte. Tra le principali azioni: la valorizzazione delle persone, l'ascolto, il coinvolgimento e la promozione della salute e sicurezza. Una politica di gestione a 360°, dal progetto sulla mappatura delle competenze iniziato nel 2008 ai percorsi formativi dedicati, dalle iniziative di comunicazione a interventi formativi finalizzati allo sviluppo professionale. Riconfermati ulteriormente gli investimenti sulla formazione, determinanti la comunicazione interna e il dialogo sociale. Il confronto con le Organizzazioni Sindacali è proseguito in modo approfondito e puntuale favorendo, nel rispetto dei ruoli, la ricerca delle migliori soluzioni e condizioni di lavoro per tutti i dipendenti. Si è confermata anche l'importanza delle offerte di nuove opportunità professionali sia all'interno dell'azienda sia a livello di Gruppo. Nelle pagine successive sono illustrati i progetti e le attività intraprese nel corso del 2009 e alcune indicazioni sugli obiettivi futuri.

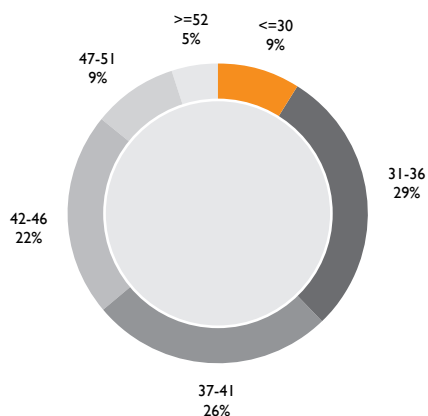
DATI SIGNIFICATIVI

Al 31 dicembre 2009 TNT Express Italy conta sulla professionalità di 3.078 persone distribuite nelle strutture presenti su tutto il territorio nazionale. Il decremento rispetto all'anno precedente è stato determinato, oltre che da un turnover di natura fisiologica al quale l'azienda non ha reagito, dalla cessione del business SDO che ha coinvolto 12 persone a decorrere dal 30 settembre 2009.

Suddivisione del personale per inquadramento professionale

Qualifica	2009		2008		2007	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Dirigenti	4	56	6	62	6	70
Quadri	29	161	34	169	30	173
Impiegati	1.379	1.449	1.415	1.469	1.381	1.498
Operai	0	0	0	4	0	13
Totale	1.412	1.666	1.455	1.704	1.417	1.754

Suddivisione per fascia d'età



Suddivisione per anzianità aziendale

Anzianità media	Dirigenti	Quadri	Impiegati	%
<=5	7	22	619	21%
6-11	17	57	924	32%
12-16	14	46	499	18%
17-21	9	45	577	21%
22-26	12	19	169	6%
>=27	1	1	40	2%
Totale	60	190	2.828	100%

TNT Express Italy si riconferma un'azienda composta prevalentemente da personale giovane, con un'età media compresa tra i 30 e i 40 anni.

Il 99,2% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato e oltre l'83% è assunto con un contratto full-time. Il personale, pur presente in tutte le regioni, risulta maggiormente concentrato nell'area nord, questo in seguito alla presenza di strutture di dimensioni più elevate quali due dei più grandi centri di smistamento in Italia (Hub di Piacenza e Hub di Milano Mega).

Composizione del personale per tipologia contrattuale

Tipo di contratto	2009	2008	2007
Tempo indeterminato	3.054	3.127	3.134
Tempo determinato	24	32	37
Totale	3.078	3.159	3.171
Full-time	2.553	2.633	2.659
Part-time	525	526	512

Distribuzione geografica

Area	2009	2008	2007
Nord	2.118	2.185	2.202
Centro	562	561	550
Sud	398	413	419
Totale	3.078	3.159	3.171

PARI OPPORTUNITÀ

TNT Express Italy agisce nel pieno rispetto dei diritti sanciti dalla legge, senza alcun tipo di discriminazione di sesso, razza, nazionalità e credenza religiosa. Nel 2009 non è stato segnalato alcun caso riconducibile a questa tipologia. Le opportunità di trattamento e di sviluppo sono equamente garantite sia al personale maschile sia a quello femminile. L'Operating Unit italiana si riconferma un'azienda che opera nel rispetto delle pari opportunità; il dato relativo alla componente femminile è pari al 46%, in linea con l'anno precedente. Si rileva ancora una prevalenza delle posizioni ricoperte a livello manageriale in carico a dipendenti di sesso maschile, dovuta principalmente alla tipologia e alla storicità del settore di riferimento.

A tal proposito sono state poste in essere azioni volte a creare attenzione, consenso e promuovere il cambiamento culturale sul tema dell'equità.

SELEZIONE E OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

Le dimensioni del Gruppo TNT consentono di intraprendere percorsi professionali diversi; la job rotation sia tra i diversi enti sia tra le società del Gruppo è incoraggiata proprio nell'ottica di favorire concrete possibilità di crescita professionale anche al di fuori del contesto italiano. Il processo è gestito tramite due piattaforme distinte, una dedicata alle vacancy di TNT Express Italy e una alle offerte all'estero, all'interno del Gruppo.

Continua ad essere elevato l'interesse dell'azienda verso i giovani laureandi o neolaureati, da inserire in progetti formativi, anche finalizzati alla stesura della tesi di laurea. Sono molteplici infatti le collaborazioni con i Job Placement universitari, così come la presenza di TNT Express Italy ad eventi e forum aventi come tema le risorse umane, al fine di condividere esperienze e attivare un confronto con altre realtà sul mercato del lavoro.

Proprio con questo obiettivo, si è scelto di partecipare all'indagine Top Employer, condotta da CRF Italia. L'obiettivo del progetto, che intende selezionare le migliori pratiche di gestione delle risorse umane, è quello di consentire a molte aziende di confrontarsi tra di loro e ricercare modelli volti al miglioramento continuo. Il processo di valutazione, iniziato nell'anno in oggetto, si è concluso nel 2010 inserendo TNT Express Italy nella classifica delle aziende Top Employer per le politiche di gestione del talento.

Assunzioni per tipologia contrattuale

Area	2009	2008	2007
Tempo indeterminato*	15	126	167
Tempo determinato	21	33	35
Altro	0	0	0
Totale	36	159	202

* Dipendenti assunti in corso d'anno che al 31/12/2009 avevano un contratto a tempo indeterminato; sono compresi in questo numero gli assunti a TD e confermati a TI in corso d'anno

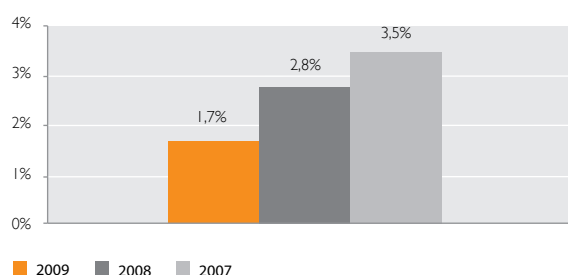
La selezione del personale segue un processo strutturato e standardizzato, basato sull'analisi delle competenze, sia per quanto riguarda i candidati provenienti dall'esterno, sia per le figure interne.

Nel 2009, nonostante il perdurare della crisi economica, TNT Express Italy si è impegnata a salvaguardare gli attuali livelli occupazionali e, compatibilmente con le esigenze di business, ha registrato 15 assunzioni a tempo

indeterminato. I contratti in oggetto hanno riguardato persone che avevano già un rapporto di collaborazione a tempo determinato con l'azienda.

L'indice di turnover volontario pari all'1,7% ha registrato un decremento rispetto al 2008, perseguendo il trend già in essere nell'anno precedente.

Indice di turnover*



* Dimissioni volontarie nell'anno in oggetto sul totale della popolazione TNT al 31/12/2009

VALUTAZIONE E INCENTIVAZIONE

Tutti i dipendenti di TNT Express Italy sono valutati sulla base delle proprie performance in maniera chiara e oggettiva secondo il Performance Management System (PMS), sistema di valutazione e sviluppo delle risorse che consente di condividere con il proprio responsabile obiettivi e piani su cui lavorare per migliorare la propria crescita professionale. A sostegno di un processo ormai esteso a tutti i livelli dell'organizzazione è stata implementata la valutazione delle competenze, una fase importante con la quale l'azienda si propone di prendere in esame le qualità professionali legate al ruolo lavorativo e di pianificare al meglio le azioni di sviluppo per ogni persona.

Oltre ai riconoscimenti monetari sono previsti incentivi e trattamenti integrativi pensati con l'intento di dare una risposta concreta alle esigenze quotidiane delle persone.

La retribuzione mensile costituisce la parte fissa e viene erogata sulla base delle previsioni contrattuali e dei riconoscimenti meritocratici, con articolazione differenziata in relazione a ruoli, attività, anzianità e performance.

Oltre alla retribuzione mensile sono previsti elementi variabili che vanno ad integrare la parte monetaria, fra questi il PDR e l'MBO per alcune posizioni manageriali.

PDR o Premio di Risultato: consiste in un ammontare variabile legato a obiettivi annuali di performance economico-finanziarie. Nel 2009, a fronte della crisi

mondiale dell'economia, che nella seconda parte dell'anno ha impattato in maniera sostanziale anche sul settore dei trasporti, i risultati conseguiti da TNT Express Italy non sono risultati in linea con gli obiettivi definiti. Pertanto il non raggiungimento degli obiettivi di performance, condivisi con le organizzazioni sindacali, ha fatto sì che il meccanismo di erogazione del premio di risultato non abbia consentito di corrispondere il premio previsto per i dipendenti.

Piani Pensione Integrativi: tutti gli impiegati sono iscritti al FASC (Fondo Agenti Spedizionieri e Corrieri); i contributi ad esso destinati sono equamente ripartiti a carico del lavoratore e dell'azienda. I dipendenti hanno, inoltre, la possibilità di aderire volontariamente a fondi di previdenza complementare aziendale o di categoria, PREVILOG (per quadri e impiegati). La previdenza integrativa complementare prevista dai contratti collettivi di lavoro dei dirigenti è gestita dal fondo Mario Negri.

Il sistema di riconoscimento è formato anche da elementi non monetari che hanno l'obiettivo di tutelare e incentivare le persone.

Piani di rimborso per spese mediche: i dipendenti possono beneficiare della polizza sanitaria Unisalute, che è estendibile volontariamente anche ai familiari; i dirigenti usufruiscono della polizza FASDAC.

Assistente sociale: l'azienda offre a tutti la possibilità di ricorrere alla consulenza dell'assistente sociale relativa a pratiche assistenziali e contributive attraverso il contatto personale oppure telefonico e via mail.

Servizi e convenzioni: i dipendenti possono inoltre usufruire di convenienti coperture assicurative e bancarie, di condizioni agevolate per il noleggio di automobili, hotel, agenzie di viaggio e centri estetici, pubblicazioni, spettacoli, teatri, ristoranti, asili nido, sconti su prodotti aziendali.

Passaggi di livello

Qualifica	2009	2008	2007
Dirigenti	1	2	4
Livello IS	3	19	16
Livello I	12	30	34
Livello 2	51	56	58
Livello 3S	75	81	161
Livello 3	56	91	87
Totale	198	279	360

RAL media per inquadramento e per genere (euro)

Qualifica	2009		2008		2007	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Dirigenti	97.119	87.387	92.045	87.059	89.106	85.290
Quadri	42.770	47.843	42.780	46.815	41.852	45.451
Impiegati	25.187	28.061	24.884	27.722	24.115	26.975
Operai	0	0	0	21.437	0	22.894

FORMAZIONE

Nel 2009 la formazione di TNT Express Italy ha predisposto una serie di interventi, articolati in progetti destinati a supportare le molteplici attività di cambiamento dettate dal business.

Lo sviluppo della strategia orientata all'internazionale ha reso necessario un intervento di riallineamento delle procedure export, esplicitato tramite corsi tenuti dal team dedicato alla formazione operativa, che hanno coinvolto specifici ruoli (Regional Operations Manager e Depot Manager) su tutto il territorio nazionale. Sono stati, inoltre, progettati e realizzati gli interventi per il Common System internazionale e il completamento della formazione sulla Patente a Punti rivolta ai subcontractor operativi.

In ambito commerciale, si è concluso il programma Silent Edge che ha coinvolto figure chiave del mondo vendite: ad una fase iniziale di "observing" e "feedback" incentrata sui comportamenti durante i vari momenti del processo di vendita, sono seguiti workshop, creati per rafforzare le competenze.

Per i Sales Manager ed i Field Sales invece è stata creata la nuova Sales Academy, con un'offerta di 7 workshop iniziati a gennaio 2010.

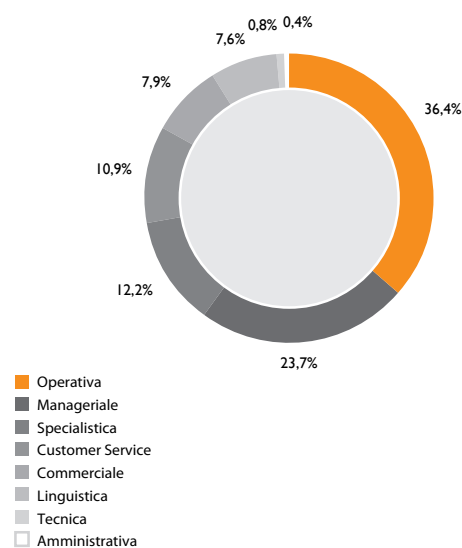
Sono proseguiti i corsi linguistici e manageriali già attivati negli anni precedenti e sono state quasi completate le convocazioni per la partecipazione al VOC (Voice of the Customer) focalizzato a migliorare la gestione del cliente interno ed esterno.

L'attenzione verso la salute e la sicurezza dei lavoratori è testimoniata dalla continua formazione H&SE. Non sono mancati i consueti corsi di aggiornamento di natura maggiormente tecnica quali: aviation security, IATA, ADR addetti emergenza e Primo Soccorso.

Oltre alla formazione in aula, sono stati predisposti programmi di coaching articolati in un notevole numero di incontri. Rimane valida anche l'offerta

e-learning, gestita dalla Training Academy a livello di Gruppo. Di grande importanza il supporto dell'attività formativa per il progetto Lean, rafforzata da un trainer specialist.

Tipologia di formazione erogata



COMUNICAZIONE INTERNA

La comunicazione interna in TNT Express Italy è fondata sul concetto di dialogo che trova la sua applicazione nei processi bottom-up. Le attività realizzate, in questa ottica, sono finalizzate a promuovere partecipazione ed engagement, coinvolgendo i dipendenti in comportamenti coerenti verso l'ambiente, la sicurezza e il rispetto per le comunità in cui l'azienda opera, al fine di renderli parte di un sistema orientato alla filosofia sostenibile. Uno degli strumenti chiave utilizzati è l'Engagement Survey che coinvolge tutti i dipendenti del Gruppo TNT e che garantisce un momento di ascolto consentendo, attraverso il processo di restituzione dei risultati, l'avvio di un percorso di miglioramento in cui le persone sono responsabili.

L'indagine ha cadenza biennale, pertanto nell'anno in oggetto per garantire ugualmente momenti di confronto è stato strutturato un piano di incontri a cascata su strategia, obiettivi e grandi progetti che hanno raggiunto capillarmente tutti i colleghi presso la Sede di San Mauro T.se e le strutture del territorio. Per assicurare un aggiornamento continuo su tali temi è stata creata, inoltre, una newsletter online inviata dall'Amministratore Delegato a tutti i dipendenti con cadenza mensile.

Sempre nell'ambito dell'attenzione verso le persone e al fine di favorire l'integrazione e il senso di appartenenza, nel 2009 sono stati organizzati Family Day che hanno quale principale obiettivo coinvolgere le famiglie nelle iniziative sociali dell'azienda. Incontri al di fuori dell'attività lavorativa, ma che rappresentano un'occasione importante per promuovere la cultura sostenibile tra gli stakeholder TNT, fondata su un impegno a favore dell'ambiente e della collettività.

Anche nel 2009 la comunicazione interna ha svolto un'importante funzione di supporto nei processi di cambiamento dell'azienda.

Molti degli strumenti adottati sono stati rivisti o ulteriormente arricchiti sul piano dei contenuti con argomenti volti ad illustrare le azioni poste in essere dell'azienda per raggiungere gli obiettivi prefissati. TNT Express Italy si avvale ormai da anni di strumenti efficaci per dialogare con gli stakeholder interni, dalla intranet a riviste dedicate ai singoli comparti funzionali, come la Sales Channel dedicata alla Forza Vendita. Il 2009 è stato inoltre incentrato sul concetto di community che ha portato alla rivisitazione

dell'house organ aziendale, che da TNTeam è diventato WE Magazine. Il nome della testata enfatizza il senso di appartenenza, di condivisione e di comunità: valori che rappresentano l'essenza della TNT Community, un network di persone che intendono interagire tra di loro e interconnettersi con i differenti strumenti di comunicazione. Alla revisione dell'house organ sono state affiancate altre iniziative quali la creazione di una rete di Ambassador, veri e propri referenti e portavoce dei progetti dell'azienda in tema di comunicazione e responsabilità d'impresa. Il loro ruolo è quello di supportare nello specifico la funzione della comunicazione interna nel trasferire le informazioni direttamente ai propri colleghi, permettendo di mappare il livello di percezione degli strumenti aziendali e l'interesse rispetto alle tematiche trattate, e di cogliere le esigenze in termini di comunicazione aziendale, nonché delle aree di miglioramento.

A rafforzare il lancio del pay-off "Sure we can" sul quale l'azienda ha puntato per effettuare un'operazione di re-engineering del brand, è stata creata una competition orientata a dare risalto al tema del riconoscimento delle prestazioni. Coloro che hanno dimostrato di avere la caratteristica della "can-do attitude", ovvero la capacità di porsi in maniera positiva, propositiva e professionale nei confronti dei clienti, sia interni sia esterni, hanno ricevuto un premio tangibile e la nomina di "Sure we can hero".

RELAZIONI INDUSTRIALI E SINDACALI

Nel corso del 2009 non sono state avviate le trattative per il rinnovo sia della parte economica che di quella normativa del Contratto Collettivo Nazionale di categoria (Logistica, Trasporto Merci e Spedizioni), scaduto il 31 agosto 2008. Solo nel mese di dicembre 2009 sono state presentate dalle Organizzazioni Sindacali FILT CGIL, FIT CISL e UILTRASPORTI le singole piattaforme, atto che dà formalmente avvio alla trattazione del rinnovo. Relativamente, invece, al Contratto Collettivo Nazionale Dirigenti, a marzo 2009 è stato sottoscritto un accordo "interlocutorio" in attesa del rinnovo del CCNL, in cui è stata principalmente rivista la contribuzione dovuta al Fondo "Mario Negri". Per quanto riguarda la contrattazione a livello aziendale, nel corso dell'anno sono stati raggiunti accordi sindacali specifici, tra cui, in particolare, quelli

concernenti:

- chiusura delle Filiali di Vercelli e Schio con ricollocazione dei dipendenti e dell'operatività sulle sedi TNT limitrofe
- completamento della chiusura delle Filiali di Milano Bovisa e Melegnano con ricollocazione dei dipendenti e dell'operatività nelle sedi TNT limitrofe e presso la nuova Filiale di Zibido
- pianificazione e abbattimento del monte ferie e chiusure collettive programmate per la Sede di San Mauro T.se
- cessione del ramo d'azienda SDO
- razionalizzazione delle voci della busta paga, sia a livello locale, con la ridefinizione delle cosiddette "indennità di disagio" per il personale operante nell'area romana e nell'Hub di Linate, sia a livello aziendale, con il conglobamento nel "superminimo individuale" di tutte le voci ormai desuete.

La percentuale delle persone iscritte al sindacato nell'anno in oggetto è sostanzialmente stabile rispetto al 2007 e al 2008.

Le ore di sciopero hanno avuto un'incidenza molto bassa nel corso dell'anno.

Partecipazione ad attività sindacali

	2009	2008	2007
Dipendenti iscritti	873	870	852
Ore assenza per assemblee e permessi sindacali	9.937	8.924	8.264
Ore di sciopero annue	51,25	743	431

Continua il processo di inserimento di lavoratori disabili attraverso la sottoscrizione di nuove convenzioni e la costante collaborazione con le Province e i Centri per l'Impiego.

Al 31 dicembre 2009 sono presenti in TNT 145 lavoratori diversamente abili e 11 appartenenti alle categorie protette.

HEALTH & SAFETY

Nel rigoroso rispetto della normativa e coerentemente con il proprio sistema valoriale TNT Express Italy continua a porre come obiettivo prioritario la salute e sicurezza dei propri dipendenti, integrandolo nelle strategie di gestione dell'operatività quotidiana e dei processi di business. In tale ottica, prosegue l'impegno di andare oltre le prescrizioni previste dalla legge garantendo una costante attività di informazione, promozione e sensibilizzazione rivolta a tutto il personale.

Complessivamente i dati sono in linea con gli anni precedenti, l'incremento delle ferie e dei permessi retribuiti è dovuto alla necessità di monitorare maggiormente questo parametro e garantire lo smaltimento del monte ore maturato. Dato positivo, la diminuzione delle ore imputabili agli infortuni rispetto ai due anni precedenti.

Assenze (ore)

	2009	2008	2007
Ferie	773.217	710.713	650.294
Malattia	169.390	168.453	163.190
Permessi non retribuiti	35.899	36.797	34.561
Permessi retribuiti	70.991	64.448	51.483
Permessi indennizzati	24.809	22.538	12.803
Infortuni	6.860	10.726	7.528
Maternità	139.339	134.105	144.950
Totale	1.220.505	1.147.780	1.064.809

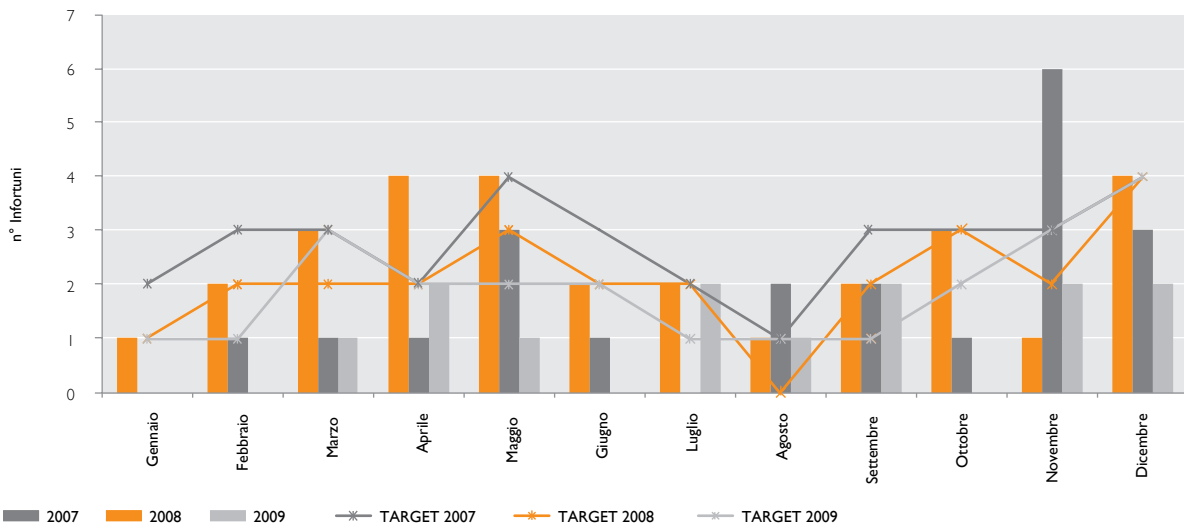
Complessivamente i dati sono in linea con gli anni precedenti, l'incremento delle ferie e dei permessi retribuiti è dovuto alla necessità di monitorare maggiormente questo parametro e garantire lo smaltimento del monte ore maturato negli anni precedenti. Dato positivo, la diminuzione delle ore imputabili agli infortuni rispetto ai due anni precedenti.

INFORTUNI

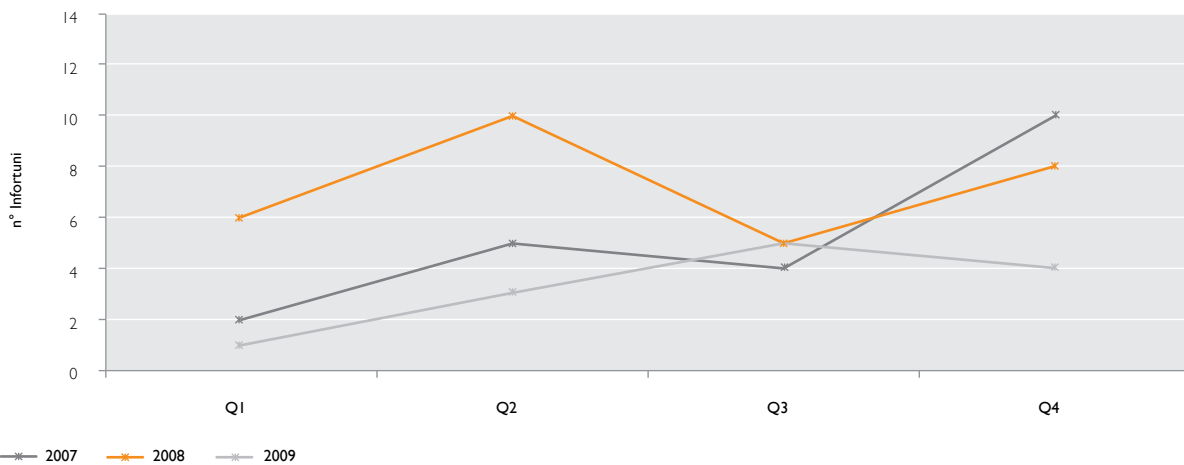
L'azienda continua a mantenere alto il livello di attenzione con l'obiettivo di ridurre ulteriormente gli infortuni attraverso controlli puntuali da parte dell'ente preposto e un nuovo programma di sensibilizzazione dedicato ai dipendenti tramite corsi di formazione, interviste durante le visite H&SE e pubblicazioni varie.

I dati nella tabella qui di seguito evidenziano come l'andamento complessivo degli infortuni nel 2009 sia migliorato rispetto all'anno precedente e al target prefissato, registrando complessivamente 13 infortuni (16 in meno rispetto al 2008).

Infortuni

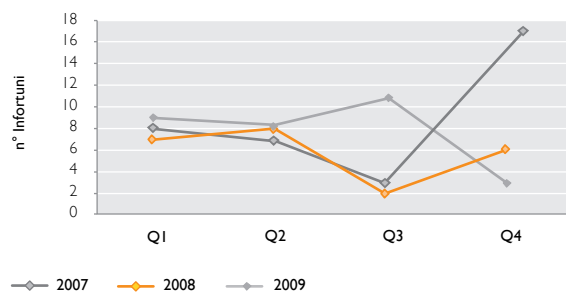


N° infortuni per quarter



Si delinea un incremento dei Blameworthy Road Traffic Accident (BRTA), tutti gli incidenti d'auto o gli incidenti avvenuti con veicoli messi a disposizione dall'azienda in cui il personale sia in torto. Nel perimetro di rendicontazione non vengono presi in considerazione quelli utilizzati dai contractor operativi. Nel 2009 si sono verificati 31 eventi contro i 23 del 2008: tutti di lieve entità in quanto non hanno comportato infortuni alle persone coinvolte.

BRTA



SORVEGLIANZA SANITARIA

Nel 2009 la sorveglianza sanitaria è stata perseguita, nel rispetto delle norme di legge, attraverso controlli preventivi e periodici. Oltre alle visite mediche dedicate ai neoassunti, il piano è stato rivisto con l'inserimento del test relativo al consumo di alcool e/o droga per coloro che operano con mezzi in movimento all'interno dei magazzini. Di seguito il dettaglio.

Sorveglianza sanitaria

	2009	2008	2007
Visite audiometriche	49	370	0
Videoterminalisti	340	561	457
Magazzinieri	174	206	244
Carrellisti	46	0	0
Operatori notturni	84	78	68
Totale	693	1.215	769

Oltre alle attività correntemente svolte per adempiere agli obblighi di legge, l'azienda ha promosso la campagna di vaccinazione antinfluenzale che nel 2009 è stata oggetto di particolare attenzione, al fine di evitare gli effetti sovrapposti dell'influenza stagionale e di quella pandemica. Un'iniziativa importante di prevenzione della salute, supportata da una costante

attività di comunicazione volta ad informare e sensibilizzare le persone.

GESTIONE DEI RISCHI

Sul fronte del rischio amianto, con la bonifica della copertura della Filiale di Aosta, il numero delle strutture con la presenza di amianto si è ridotto da 13 a 12. La situazione è gestita con particolare attenzione attraverso l'esecuzione annuale di analisi delle fibre aerodisperse e la verifica dello stato di conservazione dei manufatti. Nell'anno in oggetto non si sono rilevati particolari rischi per i lavoratori. Sono state eseguite come da programma le analisi relative alla salubrità dell'acqua per i siti TNT Express Italy e non sono state evidenziate criticità.

DOCUMENTI DI VALUTAZIONE DEI RISCHI

Come da programma sono stati rivisti e sostituiti tutti i Documenti di Valutazione dei Rischi dei siti in cui l'azienda opera.

FORMAZIONE HEALTH & SAFETY

Nel corso dell'anno sono stati predisposti i corsi indicati qui di seguito con l'obiettivo di sviluppare e consolidare sempre di più la cultura della sicurezza del lavoro e di aggiornare periodicamente coloro che hanno particolari responsabilità nell'applicazione delle norme in questione.

Neoassunti

L'azienda continua ad effettuare i corsi per i neoassunti e a monitorare in maniera sistematica l'effettiva partecipazione.

Corso Health & Safety per Depot Manager e Supervisor

Il corso è stato approfondito con nuove tematiche, tenendo conto delle direttive del Testo Unico (art. 19). Nel 2009 sono state formate 131 persone, principalmente rientranti nella categoria dei Depot e Hub Manager.

Addetti Emergenza e Primo Soccorso

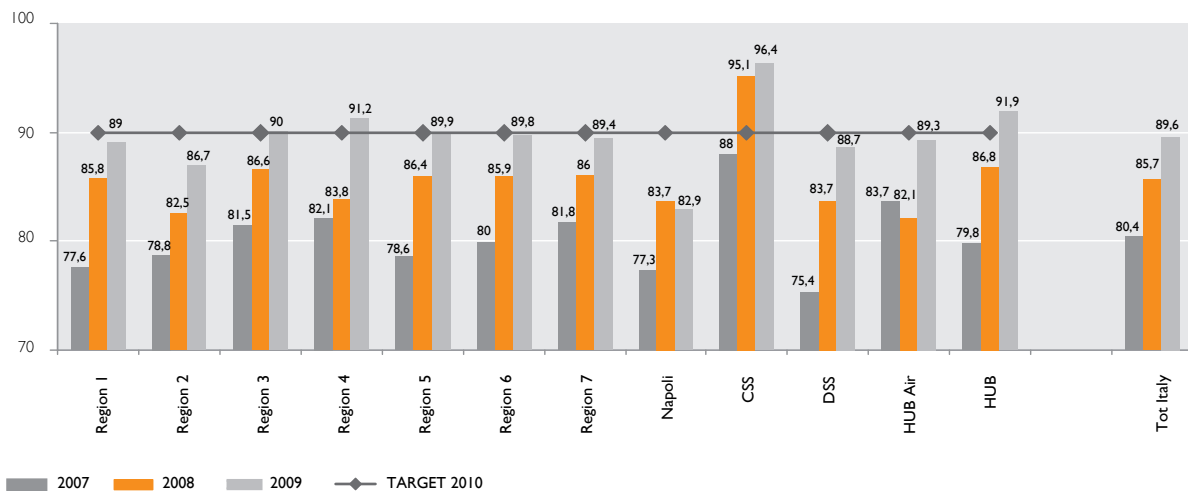
Nel 2009 sono stati effettuati 21 corsi di aggiornamento che hanno coinvolto 242 persone.

SISTEMA DI AUDITING

Il Sistema di Auditing si è basato come per il 2008 su controlli oggettivi di conformità alle normative e alle procedure interne di H&SE, nonché su controlli della conoscenza e consapevolezza delle persone in questo ambito. A tal proposito vengono eseguite interviste da parte del Servizio H&SE che coinvolgono i Depot Manager, i dipendenti e i fornitori.

Come si può notare dal grafico sotto riportato i livelli di gestione e consapevolezza sono migliorati rispetto all'anno precedente di 4 punti percentuali (89,6 contro 85,7), nonostante non abbiano raggiunto il target che l'azienda si era prefissata per il 2009, pari al 90%.

Livello Gestione H&SE - Region



ATTENZIONE AL CLIENTE

TNT Express Italy è costantemente impegnata nel processo di ascolto strutturato dei propri clienti, volto a individuare e a comprendere quanto da essi considerato prioritario, di valore e rispondente alle esigenze e preferenze nell'ambito dei servizi di trasporto espresso.

L'azienda considera un elemento di differenziazione competitiva la totale focalizzazione sul cliente e opera nell'ottica di garantire la sua completa soddisfazione con l'offerta di prodotti su misura.

Le trasformazioni dello scenario socio-economico che hanno fortemente caratterizzato l'anno in oggetto hanno reso oltremodo necessario questo tipo di approccio; la ricerca di un approfondimento per comprendere al meglio la relazione con i clienti, in un momento particolare come quello preso in esame, ha aiutato l'azienda a concentrare le proprie azioni e gli investimenti in ambiti ritenuti strategici da questo tipo di stakeholder. I risultati ottenuti dai diversi sistemi di indagine, effettuati a livello sia quantitativo, sia qualitativo, analizzando gli aspetti maggiormente impattanti nella piena soddisfazione del cliente, hanno permesso a TNT Express Italy di identificare e, soprattutto, di stabilire le priorità di intervento e le relative azioni mirate; nonché di conoscere le nuove esigenze dettate da una situazione di mercato contraddistinta dalla ricerca di contenimento dei costi.

Le survey e gli incontri dedicati hanno consentito di adeguare la relazione e la tipologia di servizi offerti alle nuove aspettative del cliente, legate non solo più al trasporto erogato in sé, ma anche e soprattutto agli aspetti ad esso correlati che concorrono a determinare la creazione di valore e l'efficientamento dei costi della supply chain. Non in ultimo, l'azienda ha appreso come le tematiche di carattere socio-ambientale stiano diventando, per alcuni clienti in particolare, fattori critici nell'identificazione di partnership nel segmento del trasporto.

Anche nel 2009, quindi, TNT Express Italy ha continuato a monitorare la soddisfazione dei propri clienti attraverso la gestione di survey strutturate per la mappatura dei livelli di loyalty e per l'identificazione

degli elementi di differenziazione rispetto ai competitor. L'attuazione dei programmi di miglioramento si basa inoltre sui riscontri qualitativi e quantitativi ricevuti tramite strumenti di rilevazione oggettivi come l'indagine CLM, i Modelli I4I e il monitoraggio della qualità.

MERCATO BUSINESS

Relativamente al segmento B2B (business to business) rivolto alle aziende, che costituisce la quasi totalità del traffico gestito, TNT Express Italy si propone di mantenere e accrescere la propria leadership. In un mercato sempre più competitivo e fortemente caratterizzato da esigenze legate alla riduzione dei costi della supply chain, l'azienda ha scelto di operare puntando su due fattori chiave: l'innovazione e la customer proximity.

Sul tema dell'innovazione, da intendersi non solo in senso strettamente tecnologico, ma soprattutto come concetto esteso ai processi e alle modalità di organizzazione delle attività di distribuzione dei clienti, TNT Express Italy si è concentrata sulla realizzazione dell'estensione della finestra temporale per i ritiri e per le consegne, portando a oltre 1.200 le località servite entro le ore 10.00 e superando quota 1.250 di quelle raggiunte entro le ore 12.00. Tale implementazione, derivante dalla scelta strategica di concentrare la propria presenza nelle zone a maggiore densità industriale, permette di servire il 60% del territorio italiano e, quindi, la quasi totalità delle realtà imprenditoriali del nostro Paese, entro il mattino successivo al ritiro e il 97% entro le 24 ore.

Questo processo è stato implementato dall'introduzione della formula "soddisfatti o rimborsati" per le spedizioni time-definite sul territorio nazionale, che garantisce al cliente uno scorporo automatico della tariffa dei servizi espressi e premium in caso di consegna ritardata per inadempimenti da parte dell'azienda. Unico corriere a fornire un servizio express effettivamente garantito, TNT Express Italy ha sviluppato ulteriormente nell'anno in oggetto l'approccio proattivo rispetto a questa tipologia di consegne, attivando una serie di processi a supporto quali: la modifica dell'indirizzo di destinazione in tempo reale, l'informazione al mittente "in diretta" in caso di criticità e l'eventuale intervento con personale dedicato sulla spedizione.

La concretizzazione di soluzioni ad hoc per comprimere in modo significativo il time to market, minimizzare l'impatto dei fermi di produzione e assicurare connessioni veloci è stata oggetto di particolare attenzione da parte dell'azienda, che si è focalizzata sulle specifiche esigenze del cliente emerse nelle diverse fasi del processo di ascolto. A tale proposito sono stati introdotti per i servizi internazionali una serie di strumenti aggiuntivi, primo tra tutti l'Express Import, ovvero il tool che permette al cliente di controllare in

piena autonomia le proprie spedizioni in import. Questo strumento web consente di conoscere tempi e costi di ogni spedizione in tutto il mondo, di monitorare online lo stato di ogni singola spedizione e di gestire in automatico anche gli aspetti doganali. Sempre nell'ambito della velocizzazione dei processi di sdoganamento è stato realizzato Imaging Customs, ovvero l'invio elettronico dei documenti doganali al referente indicato dal cliente; tale modalità online è ritenuta valida a livello legale.

La riduzione dei tempi di lavorazione dei colli affidati passa anche attraverso il processo di etichettatura; a tale proposito TNT Express Italy ha creato per le aziende con grandi volumi di traffico un software per la realizzazione in-house dell'etichetta. Oltre a permettere la personalizzazione da parte del cliente, questo sistema, che non ha impatti di carattere economico, garantisce l'instradamento diretto delle merci nel network TNT. Sempre in materia di etichettatura, alle aziende convenzionate che si avvalgono dell'interfaccia web myTNT viene offerta la possibilità di stampare autonomamente le etichette da apporre sui pacchi; oltre alla riduzione delle tempistiche di lavorazione, questo strumento garantisce la totale riduzione delle possibilità di errore imputabili a TNT e offre al cliente una notevole autonomia.

Il piano di revisione e ottimizzazione dei processi operativi ha permesso di estendere ulteriormente i cut-off time, ovvero i tempi massimi per il ritiro ai clienti che gestiscono in maniera programmata le loro spedizioni; questa innovazione consente di avere a disposizione finestre lavorative più lunghe in termini di tempo e di pianificare in maniera più efficace i processi produttivi. Nel segmento degli Special Services l'azienda si è concentrata sulla realizzazione di progetti ad hoc, creati in totale sinergia con i clienti. Team dedicati hanno seguito lo sviluppo di soluzioni di trasporto complesse, prevalentemente incentrate sull'efficientamento delle finestre operative, sulla sincronizzazione della gestione della supply chain e sulla finalizzazione di piattaforme logistiche integrate.

Essere sempre più vicini ai clienti è ormai un'esigenza per un corriere espresso. TNT Express Italy da tempo sta investendo sul concetto di customer proximity, che nel 2009 si è concretizzato in un progetto orientato alla valorizzazione dell'aspetto relazionale. Sulla base dei riscontri emersi nei diversi momenti di ascolto si è evidenziata l'importanza di creare con i clienti una relazione stabile a livello territoriale per la risoluzione delle problematiche, dei flussi di comunicazione e

dell'eventuale customizzazione del servizio richiesto; per questo motivo sono state rafforzate su base locale le sinergie tra mondo operativo e forza vendita. Il progetto che ha interessato, nell'anno in oggetto, oltre 2.900 clienti ha permesso di attivare un contatto diretto con i responsabili operativi, complementare a quello commerciale, e di valorizzare l'aspetto consulenziale in tutte le fasi della definizione del profilo di servizi richiesti e delle specifiche necessità emerse.

Nel corso del 2009, TNT Express Italy ha riorganizzato la propria forza vendita e l'offerta commerciale non solo con una logica di segmentazione, per cogliere e soddisfare al meglio le esigenze dei clienti che operano in mercati specifici, ma anche e soprattutto per poter trasferire la propria expertise in maniera mirata. La ricerca di differenziarsi rispetto al resto degli operatori impone il riconoscimento di una comprovata esperienza nella gestione di soluzioni di trasporto dedicate e specifiche, da adottare su mercati che presentano esigenze di natura differente e che richiedono una profonda conoscenza delle logiche operative delle specifiche filiere. Per questo motivo l'azienda ha attuato un piano di formazione volto a rafforzare le competenze di carattere consulenziale della forza vendita.

MERCATO CONSUMER

I servizi di trasporto espresso dedicati al consumer sono stati oggetto di notevoli investimenti da parte della Operating Unit. Ad una fase esplorativa, completata nel corso del 2008, è seguita quella dell'implementazione di strumenti e servizi accessori dedicati a questo segmento di mercato. L'azienda opera in modo sinergico con i propri clienti nella gestione dei processi di consegna B2C; questi infatti presentano caratteristiche differenti a seconda della tipologia di prodotti trasportati e dei canali di vendita utilizzati (es: e-commerce, telemarketing e campagne promozionali). TNT Express Italy si è concentrata nella creazione di un'offerta mirata che permetta ai clienti un'ottimizzazione dei costi delle attività post vendita e un'assistenza finale puntuale e tempestiva. I servizi di consegna su appuntamento (TNT fornisce 4 alternative) e di riconsegna programmata (anche presso differente indirizzo concordato) nel caso di mancato reperimento del destinatario costituiscono la base dell'offerta in questo segmento di mercato, estremamente vivace e fortemente in crescita. Nell'ottica di garantire la certezza dell'avenuto recapito della merce è stato implementato un sistema di certificazione che permette di visualizzare online sul sito TNT la firma

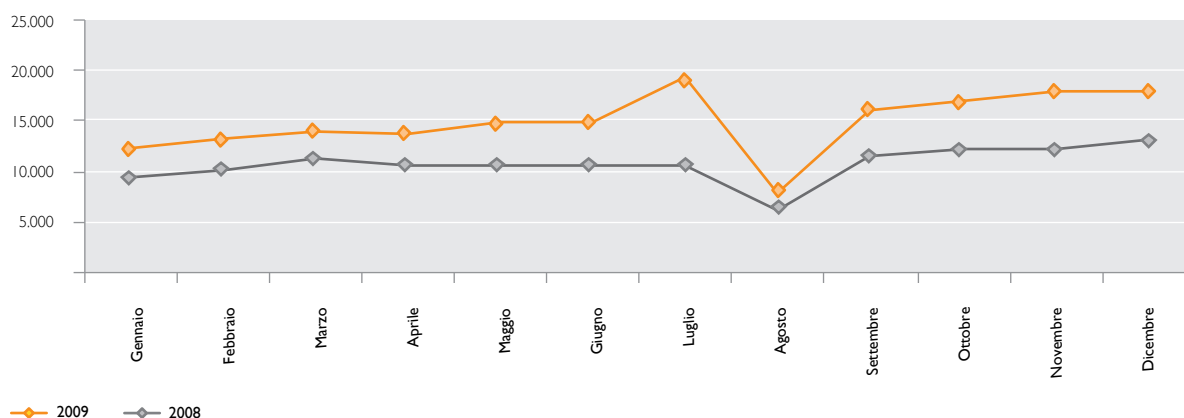
digitale apposta dal destinatario. A corredare questo processo, la possibilità di ricevere via SMS l'informazione che preallerta il cliente dell'imminente consegna e/o lo informa in caso di assenza del destinatario, con la conseguente opportunità di gestire l'eventuale riprogrammazione della stessa evitando lunghi tempi di attesa.

Relativamente al segmento consumer, la migliore alternativa alla consegna a domicilio, in termini di praticità e di customer proximity, continua ad essere rappresentata dal network dei TNT Point. Essi permettono ai clienti di accedere al mondo TNT in modo semplice, pratico e veloce. Si tratta, infatti, non solo di un canale per spedire buste e piccoli pacchi, ma di veri e propri punti di riferimento in cui ricevere le spedizioni in fermo deposito, con la comodità di ritirarle poi durante gli orari dei normali esercizi commerciali, sabato compreso. I clienti hanno dimostrato negli anni di apprezzare questo tipo di opportunità: nel 2009 le spedizioni effettuate da TNT Point sono state oltre 480.000 (+4% rispetto al 2008), di cui circa 92.000 arrivi in fermo recapito (+15% con incasso contrassegno, dovuto principalmente all'incremento delle spedizioni B2C) e oltre 390.000 partenze (+6%).

INNOVAZIONE TECNOLOGICA

Trasversalmente a tutti i segmenti di mercato, TNT Express Italy anche quest'anno ha puntato sull'innovazione tecnologica funzionale ai bisogni del cliente tramite l'introduzione di strumenti a supporto della velocizzazione e del controllo online delle spedizioni e di tutti i processi ad esso correlati. L'incremento del 65% dei clienti attivi che utilizzano in maniera stabile il sito myTNT dimostra come gli investimenti effettuati fino ad oggi siano stati efficaci e abbiano contribuito a soddisfare le aspettative di chi spedisce con TNT e desidera fruire di sistemi sempre più evoluti.

Accessi myTNT



INFORMAZIONI RELATIVE ALL'IMPATTO AMBIENTALE DEI SERVIZI

I clienti sono orientati alla comprensione del livello di impatto ambientale generato dai servizi di trasporto acquistati. A questo tipo di esigenza è correlata la volontà di conoscere le azioni intraprese dall'azienda in tutti gli ambiti della responsabilità d'impresa e, in particolar modo, quelle relative alla riduzione delle emissioni di CO₂ generate dall'intero processo di trasporto delle merci affidate. Per questo motivo TNT ha sviluppato un sistema di calcolo e ha implementato uno strumento (CO₂ool) per stimare le emissioni di CO₂ prodotte dalle diverse attività di carattere operativo del network globale. Nel 2009 TNT Express Italy ha fornito ad un numero crescente di grandi aziende report strutturati che riportano le emissioni relative ai servizi di trasporto utilizzati.

Oltre alla volontà di conoscere le emissioni di CO₂ attribuibili al trasporto delle merci affidate, i clienti

hanno principalmente espresso la volontà di lavorare a soluzioni che permettano di ridurre, dove è possibile, le emissioni nocive senza penalizzare in maniera significativa le tempistiche di consegna. I progetti di collaborazione in tal senso si sono prevalentemente orientati sulla ricerca e l'adozione di sistemi di trasporto innovativi, primo tra i quali l'intermodalità.

CUSTOMER CARE

Il principale contatto tra TNT Express Italy e i clienti avviene attraverso i servizi offerti dal Customer Service. Circa 485 persone lavorano nei 5 Customer Service distribuiti su tutto il territorio nazionale e si occupano delle richieste dei clienti, fornendo informazioni e assistenza continua. I Customer Service offrono un supporto ai clienti Business e Consumer principalmente attraverso il numero 199.803.868; per le attività legate ai servizi internazionali Special Services viene utilizzato il numero 800.019.951.

I Customer Service gestiscono circa 26.000 chiamate al giorno con il supporto di operatori di front-line che rispondono al 70% di clienti entro 15 secondi. I clienti assistiti dal personale dei call centre restano mediamente in linea non più di 20 secondi. La percentuale di first call resolution del 90% significa che 9 clienti su 10 ottengono la risposta o risolvono la problematica in tempo reale, mentre il restante 1 su 10 attende mediamente un paio di giorni.

L'adozione del risponditore automatico "Vittoria" ha permesso di offrire ai clienti convenzionati un servizio più celere e puntuale. Il sistema applicativo speech self service è stato introdotto per gestire le prenotazioni di ritiri di spedizioni standard nazionali: grazie al risponditore IVR (Interactive Voice Responder), il cliente convenzionato viene automaticamente indirizzato (se il numero da cui chiama rientra nel portfolio di Vittoria) all'operatore virtuale, che in soli 3 secondi (1 squillo) e con appena 3 (massimo 6) domande è già in grado di prenotare un ritiro. Vittoria è stata accettata positivamente dal mercato: agli oltre 300.000 clienti registrati nel 2008 se ne sono aggiunti 200.000¹ nell'anno in oggetto.

L'introduzione di un call centre virtuale ha permesso di potenziare il numero di persone impegnate in back-line e di creare 4 team di supporto, dislocati in altrettanti Customer Service, per seguire le transazioni più complesse. Poiché i team rispondono su base geografica (Milano per la Lombardia, Padova per il resto del Nord Italia, Roma per il Centro e Napoli per il Sud), si stabilisce un legame diretto, anche a livello di contiguità territoriale, tra cliente e operatore, cui viene attribuita la responsabilità della risoluzione della chiamata. A beneficiarne è la relazione con il cliente, il quale conosce e contatta direttamente il proprio operatore, e con le Filiali, che hanno modo di implementare azioni correttive

per migliorare il servizio sulla base delle segnalazioni. Una struttura dedicata con team altamente specializzati si occupa invece della gestione dei Grandi Clienti, ai quali è riservato il contatto diretto con una persona di riferimento che, a conoscenza di tutte le peculiarità dei servizi offerti, si interfaccia proattivamente con gli enti aziendali di competenza per le transazioni a valore aggiunto. Questo tipo di assistenza dedicata rientra nella filosofia della customer proximity e privilegia il consolidamento della relazione con il cliente.

Customer Care - 2009	Internazionale	Nazionale
Chiamate risposte	1.111.203	1.409.702 1.304.644 (back line) 2.818.593 (front line)
Livello di servizio*	73%	65%
Tempo medio di risposta	13"	16"
Totale pratiche gestite	243.544	129.244
% di proattività**	83%	-
% first call resolution	-	90,2%
% pratiche risolte in 48 ore	58,8%	81,6%

* L'informazione è riferita alla percentuale di chiamate alle quali si riesce a rispondere entro 10 secondi

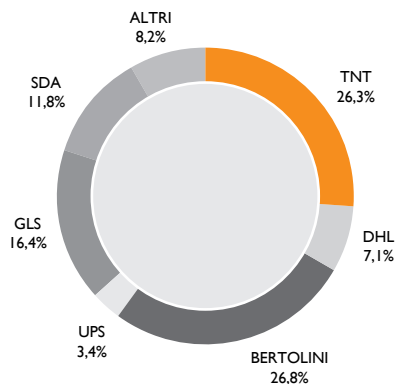
** Comunicazione tempestiva al cliente dell'eventuale ritardo di consegna della spedizione internazionale prima della data prevista per il ricevimento della merce

¹ Si precisa che i dati riportati sono relativi a numeri di telefono e non al numero di clienti intesi come ragione sociale

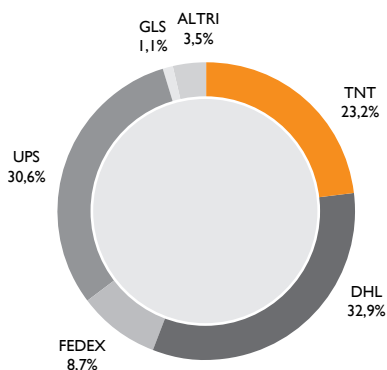
TNT EXPRESS ITALY NEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Per quanto riguarda il segmento del mercato espresso, nel 2009 l'azienda conserva la posizione di leadership con una quota di mercato pari al 25,3%. Sul fronte internazionale si segnala un lieve aumento del market share (23,2% rispetto al 22,8% del 2007), relativamente al domestico si registra invece una flessione che, seppur di limitata proporzione, è strettamente correlata al periodo di contingenza a livello economico. Si è registrato da un lato la contrazione della domanda da parte delle aziende di fascia medio-piccola, segmento particolarmente rilevante per TNT Express Italy e fortemente impattato dalla crisi dei consumi, dall'altro l'applicazione di strategie da parte dei competitor focalizzate sulla logica del prezzo.

Domestic Market Share



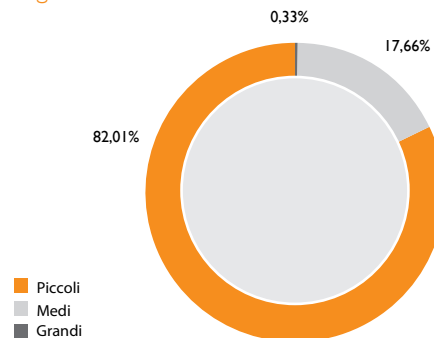
International Market Share



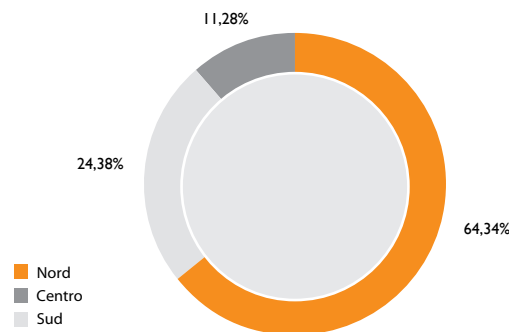
RELAZIONI CON I CLIENTI

Nel 2009 l'azienda ha mantenuto il focus sui clienti di medie e piccole dimensioni senza tuttavia trascurare le relazioni con le grandi aziende, andando incontro alle loro esigenze e investendo sul concetto di partnership. La ripartizione per segmentazione in base al fatturato 2009² si attesta indicativamente sui dati dell'anno precedente. In sintesi si evidenzia un lieve decremento nella fascia dei clienti grandi (0,3% rispetto al 0,4% del 2008) e di quelli medi (17,6% rispetto al 18,4% dell'anno precedente). Si registra invece un incremento di circa un punto percentuale nella fascia di quelli piccoli, che si attestano nell'anno in oggetto sull'82%. Per quanto riguarda la distribuzione geografica, segmentata rispetto alla regione in cui è sita la Filiale acquisitrice del cliente, si evidenzia un lieve decremento nell'area del Centro e un lieve incremento rispetto al 2009 nelle aree del Nord e del Sud.

Segmentazione



Ripartizione geografica



² Grandi: si intendono i codici dei clienti che nel 2009 hanno affidato a TNT Express Italy spedizioni domestiche che hanno generato un fatturato superiore a € 200.000 o spedizioni internazionali per un fatturato superiore a € 54.000

Medi: si intendono i codici dei clienti che hanno affidato a TNT Express Italy spedizioni domestiche che hanno generato un fatturato compreso fra € 2.000 e € 200.000 o spedizioni internazionali per un fatturato compreso fra € 2.000 e € 54.000

Piccoli: si intendono i codici dei clienti che hanno affidato a TNT Express Italy spedizioni domestiche o internazionali che hanno generato un fatturato inferiore a € 2.000

MONITORAGGIO DELLA SODDISFAZIONE

L'azienda si pone quale priorità assoluta la realizzazione della piena soddisfazione del cliente. Le analisi condotte non solo sul mercato italiano ma anche worldwide evidenziano come i clienti "soddisfatti" e quelli "più soddisfatti" siano maggiormente "fedeli". TNT Express Italy, oltre a lavorare nell'ottica del miglioramento costante del loro grado di soddisfazione, ambisce ad incrementare la percentuale anche tra quella fascia di clienti che dimostra un livello inferiore alla media; per questo motivo il loro feedback viene utilizzato per sviluppare piani d'azione volti ad accrescere la customer retention.

Per misurare la soddisfazione dei clienti, TNT Express Italy utilizza con regolarità il CLM (Customer Loyalty Measurement). Si tratta di un'analisi di Customer Satisfaction e Loyalty (Fedeltà) effettuata tramite l'invio di un questionario ad hoc a clienti convenzionati, che per il loro rapporto contrattuale si ritiene possano fornire un giudizio attendibile e completo, basato sulla loro esperienza diretta. L'indagine viene realizzata su base annua, la metodologia di calcolo esprime in punti percentuali i clienti soddisfatti rispetto ai diversi campi d'indagine.

Il questionario CLM proposto ripercorre i punti di contatto tra TNT e il cliente relativamente ai vari ambiti che generano un impatto diretto sul fruitore del servizio: operativo, commerciale, amministrativo, assistenza, information technology e marketing. A completamento dell'analisi sono previste 7 ulteriori domande sull'utilizzo o meno dei competitor; informazioni utili a comprendere il trend futuro.

Il modello utilizzato è in grado di registrare in maniera oggettiva e significativa le valutazioni che i clienti di TNT Express Italy esprimono rispetto alle principali componenti della relazione con l'azienda, siano esse tangibili o intangibili.

Relativamente alla wave 37, svoltasi fra i mesi di aprile e maggio 2009, sono stati inviati i questionari ad oltre 20.000 clienti: di questi ha risposto il 16,4%. Il response rate ha fatto registrare una lieve flessione pari allo 0,1% in particolar modo nella fascia dei clienti appartenenti alle grandi aziende.

Anche per l'anno 2009 i risultati sono stati positivi: il 94,30% dei clienti si è detto soddisfatto, in una percentuale lievemente inferiore a quella della wave 36 (94,36%), svoltasi nel secondo trimestre 2008. Rispetto al dato totale va evidenziato un incremento dei clienti oltremodo soddisfatti (+2,6%) in merito ai servizi

nazionali offerti. Risulta essere positiva ed in crescita (+1,5%) la percentuale di clienti oltremodo soddisfatti, appartenenti ad aziende di grandi dimensioni.

Migliora inoltre, in generale, il dato relativo ai clienti fedeli (12,7%), in aumento dell'1,4% a testimonianza del riconoscimento, anche in un periodo complesso come quello relativo all'anno in oggetto, del consolidato percorso evolutivo in termini qualitativi effettuato dall'azienda.

MONITORAGGIO DELLA QUALITÀ

Costantemente attenta alla customer experience, ovvero all'esperienza vissuta dal cliente in ogni punto di contatto con l'azienda, TNT Express Italy monitora in particolare i seguenti elementi:

- i flussi operativi, tramite indicatori che misurano l'andamento su base Italia e per ogni singola Filiale (Livelli di Servizio)
- i disservizi segnalati telefonicamente dai clienti in merito alla gestione operativa di ciascuna Filiale (Modelli I41)
- la sicurezza delle merci trasportate.

LIVELLI DI SERVIZIO

La misurazione dei Livelli di Servizio operativi (LdS) avviene su base giornaliera, settimanale e annua e prevede il confronto con l'anno precedente: la percentuale di performance indica quante spedizioni affidate a TNT Express Italy sono state consegnate nel giorno stabilito.

Nell'anno in oggetto il focus sull'estensione della finestra temporale per i ritiri e per le consegne e il forte impegno sul piano operativo messi in atto hanno determinato un significativo incremento dei LdS per i prodotti nazionali e in particolar modo per il servizio 10:00 Express, rafforzando la leadership di TNT Express Italy nel segmento delle consegne nelle fasce orarie del mattino, momento in cui l'azienda detiene un importante vantaggio competitivo. A livello internazionale, le performance si attestano su livelli incrementali importanti sia nel segmento in import, sia in quello in export, questo a conferma degli investimenti effettuati nel comparto specifico delle spedizioni oltre confine.

	LdS 2009	LdS 2008
Nazionale		
Arrivi/Partenze*	96,41%	95,26%
10:00 Express	95,62%	92,39%
12:00 Express	94,63%	93,65%
Internazionale		
Import**	92,58%	89,61%
Export**	89,88%	88,53%

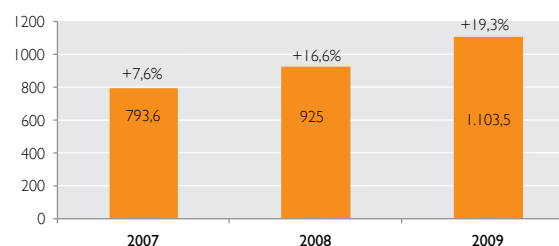
* Le performance Arrivi/Partenze includono la Responsabilità Cliente (CCF)

** La performance Import include la responsabilità Receiver Controllable Failure (RCF), mentre l'Export include la responsabilità Sender Controllable Failure (SCF)

GESTIONE DELLE SEGNALAZIONI

La tipologia dei disservizi segnalati al Customer Service dai clienti è monitorata tramite un modello denominato I41, che fornisce informazioni molto importanti sulla qualità del servizio erogato. I Modelli I41 sono, in pratica, i reclami relativi alla gestione operativa di ciascuna Filiale o deposito, registrati dall'operatore del call centre, il quale effettua l'apertura a sistema di pratiche finalizzate alla pronta risoluzione del problema segnalato. La misurazione dei Modelli I41 avviene in base alla frequenza; vengono infatti analizzati il numero totale dei movimenti gestiti ed il numero dei reclami in un determinato periodo. Il grafico riporta in sintesi che la qualità erogata è migliorata del 19,3%, dato da leggersi come un ulteriore indicatore del potenziamento della qualità del servizio offerto ai clienti.

Indicatore di qualità erogata



SICUREZZA DELLE MERCI

A dicembre 2009 TNT ha ottenuto, primo corriere espresso in Piemonte, la Certificazione AEO (Authorised Economic Operator, Operatore Economico Autorizzato) per le attività operative disciplinate dalla regolamentazione doganale nei Paesi dell'Unione Europea (UE). Questa nuova figura di operatore, concepita dall'UE nel 2008, coniuga la parte prettamente doganale con quella della sicurezza. TNT Express Italy ha ricevuto la certificazione Full, ovvero quella che contempla entrambi gli ambiti e permette di ridurre in maniera significativa le tempistiche relative all'espletamento delle procedure doganali. I soggetti certificati, infatti, possono godere di vantaggi legati principalmente al livello di controlli fisici e documentali, al trattamento prioritario per le verifiche e alla gestione diretta dei rapporti con le autorità doganali. L'accedere a procedure doganali velocizzate e facilitate consente di migliorare notevolmente i tempi di consegna, la gestione della supply chain e conseguentemente il time to market dei clienti.

Nelle tabelle riportate vengono evidenziati i danni

segnalati e pagati nel corso del 2009. La ripartizione della tipologia dei danni viene effettuata nelle seguenti macroaree: mancanza del collo, danneggiamento, furto o rapina, manomissione.

Livelli di servizio* (indici per milione)			
	2009	2008	2007
Domestico	577	651	737
Internazionale	514	414	628

* Rappresentano l'indice per milione di spedizioni degli eventi subiti

Pagato			
	2009	2008	2007
Totale (in migliaia di euro)	1.598,7	2.004,5	2.089,1

CONTENZIOSO

	2009	2008	2007
Citazioni nazionali e internazionali	53 (di cui 32 transate prima dell'udienza e le rimanenti attualmente in gestione)	71 (di cui 36 transate prima dell'udienza e le rimanenti attualmente in gestione)	82 (di cui 22 transate prima dell'udienza e le rimanenti attualmente in gestione)

Nell'anno in oggetto si è registrata, rispetto al 2008, un'ulteriore diminuzione delle citazioni notificate a TNT Express Italy, grazie alla proattività di gestione stragiudiziale. Le citazioni riguardano danneggiamenti (15), smarrimenti (13) e ritardi di consegna (6). Relativamente alle richieste, risultano essere più elevate quelle riguardanti i ritardi di consegna di gare d'appalto. Nel 2009 sono state transate con abbandono della causa 6 citazioni, circa il 19%: le restanti sono in corso di causa.



POLITICA DI GESTIONE

TNT Express Italy mantiene con i propri fornitori un rapporto improntato ai principi della reciproca correttezza, della trasparenza e dell'equità.

Questa categoria di stakeholder rappresenta un asset fondamentale per lo svolgimento delle attività di business e, data la tipologia dello stesso, prevede una segmentazione tra i partner industriali e di servizi e i contractor operativi. In particolar modo questi ultimi contribuiscono in maniera significativa a garantire gli elevati standard di qualità richiesti dai clienti e a determinare il livello di impatto ambientale. Per questo motivo è indispensabile adottare criteri di selezione rigorosi che, oltre a prendere in considerazione l'affidabilità, la qualità e la convenienza del fornitore, non possono prescindere dalle garanzie che esso è capace di offrire in termini di assistenza e tempestività nell'erogazione dei servizi e della compliance ai principi di Corporate responsibility.

Il prezzo non può rappresentare quindi il principale driver di riferimento, elementi di carattere qualitativo e flessibilità vengono considerati caratteristiche rilevanti per la selezione dei partner di qualsiasi tipologia. Nel complesso, all'interno del processo di qualifica, l'azienda adotta una serie di modalità per la selezione dei fornitori che permettono di garantire uguali opportunità a tutti i soggetti coinvolti attraverso un benchmark sulle reciproche competenze e sul rispetto dei principi ritenuti fondamentali dall'azienda. Il tutto senza prescindere dalle logiche competitive di mercato.

Sulla base dei principi etici del Gruppo, viene considerato un pre-requisito fondamentale e discriminante l'adesione ai principi standard internazionali sui diritti umani; senza di essa non è possibile l'inserimento nell'Albo dei Fornitori.

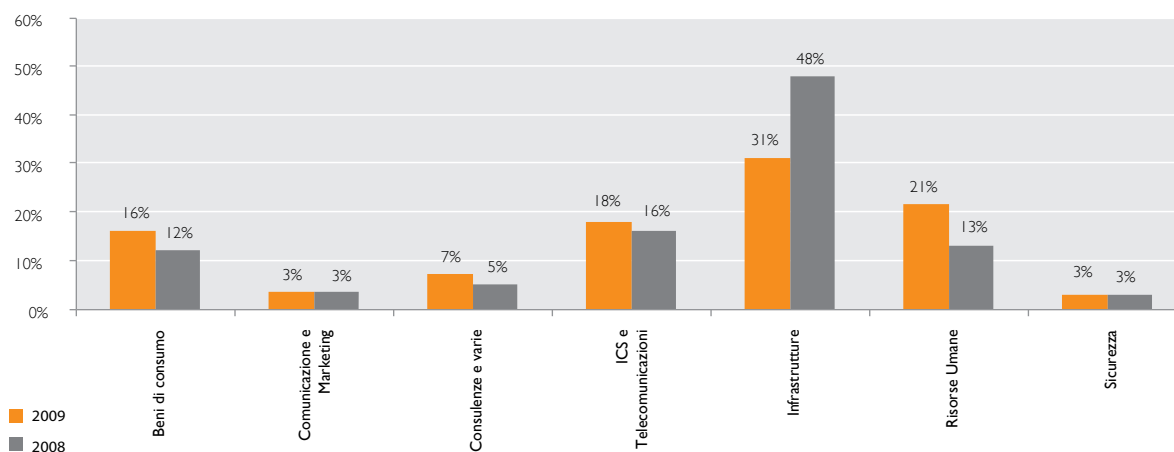
PARTNER INDUSTRIALI E DI SERVIZI

Fanno parte di questa categoria di fornitori i soggetti che erogano all'azienda differenti tipologie di servizi in diversi settori di riferimento (beni di consumo, telecomunicazioni, infrastrutture, comunicazione, ecc.). Nell'anno in oggetto gli stakeholder rientranti in questo segmento sono stati 875, a fronte delle prestazioni fornite sono stati processati e fatturati 9.959 ordini, per un totale complessivo pari a € 55.921.620¹. Il grafico riportato qui di seguito evidenzia la ripartizione degli ordini effettuati dall'azienda nel 2009, da cui si evince come i maggiori investimenti siano quelli infrastrutturali e tecnologici. Entrambe le categorie, e in particolar modo quella relativa all'erogazione di servizi per il potenziamento dell'infrastruttura tecnologica, confermano l'attuazione del piano strategico e l'orientamento dell'azienda a potenziare le attività inerenti al miglioramento e all'innovazione dei servizi di trasporto espresso offerti ai clienti. Sul piano delle infrastrutture la flessione registrata rispetto al 2008 è principalmente da attribuirsi all'incidenza generata dalla realizzazione dell'impianto di Milano Mega, avvenuta nel 2008.

TNT Express Italy coinvolge i partner industriali selezionati nell'individuazione di soluzioni che possano permettere all'azienda di evitare sprechi e di gestire in maniera efficace ed efficiente le risorse necessarie per le attività legate a questo ambito. Tale approccio privilegia sempre la prospettiva di sostenibilità; l'azienda ha infatti come obiettivo quello di rendere parte attiva questa categoria di fornitori nello svolgimento di buone pratiche di responsabilità d'impresa.

¹ Lo scostamento del dato rispetto allo scorso anno è dovuto ad una modifica nel criterio adottato. Nel 2008 il valore riportato era relativo al totale degli ordini, ma non fatturati: se confrontati, il dato attuale risulta in incremento

Ripartizione ordini per valore



* All'interno della categoria di spesa "Risorse Umane" sono incluse le voci: servizio payroll, viaggi, lavoro interinale, ecc.

GESTIONE DEI PROCESSI DI ACQUISTO E SELEZIONE DEI PARTNER INDUSTRIALI E DI SERVIZI

Tutti i soggetti accreditati ad interagire con TNT sono censiti e inseriti nell'Albo dei Fornitori, in un'ottica di trasparenza e di eguale opportunità.

TNT Express Italy si avvale per la scelta dei fornitori di questo segmento di database specialistici, web e riviste di settore con l'obiettivo di instaurare partnership tali da garantire forniture di lungo periodo e assicurare un servizio di qualità.

Nel corso del 2009 si è rafforzata la collaborazione con il Divisional Head Office per la gestione di gare internazionali (generalmente europee, ma anche worldwide) relativamente alle categorie di spesa che possono essere gestite centralmente (es. auto aziendali, beni consumabili, ecc.) al fine di massimizzare il potere contrattuale di TNT ed ottenere efficienza grazie alla standardizzazione dei prodotti e dei processi di selezione.

La valutazione dei partner è fondata su criteri imprescindibili e sulla condivisione dei valori dell'azienda. Improntati alla massima oggettività, essi sono riconducibili ai seguenti elementi: leadership di mercato e relativo posizionamento, capillarità e presenza sul territorio nazionale, solidità finanziaria, efficienza operativa e gestione certificata della qualità. Non ultimo viene considerato quale criterio rilevante la compliance con la Corporate responsibility di TNT: per incentivare l'adozione da parte degli stakeholder di

comportamenti corretti e coerenti nell'espletamento delle proprie attività. In fase di definizione del contratto, oltre all'accettazione delle condizioni generali, l'azienda da anni ha definito un processo che coinvolge la catena di fornitura e sottopone ai propri partner la documentazione relativa ai Principi Etici TNT, la Politica di Corporate responsibility, la Politica del Gruppo sui conflitti di interesse e un questionario suddiviso in macro temi per valutare l'adesione ad una serie di requisiti in materia di responsabilità (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001).

La gestione della selezione prevede che ad ogni elemento venga attribuito un punteggio che indicherà la valutazione di massima del fornitore. Una procedura ad hoc consente inoltre di elaborare un'analisi dettagliata, utile alla misurazione delle performance e ad individuare le aree di miglioramento nell'ottica di garantire un rapporto di partnership duraturo.

CONTRACTOR OPERATIVI: RETE DI DISTRIBUZIONE E SUPPORTO ALLA GESTIONE

Rientrano nell'ambito di questa categoria i fornitori che svolgono il collegamento tra le Filiali e gli Hub (Linehaul), assicurano la distribuzione delle merci (Pick-Up & Delivery) e la lavorazione delle spedizioni (Handling). Anche per l'anno 2009 il rapporto di TNT Express Italy con i contractor operativi ha continuato ad ispirarsi ai principi di qualità, continuità ed eccellenza, con l'obiettivo di migliorare costantemente la professionalità e le competenze

di questo segmento di stakeholder estremamente importante. In quanto parte integrante della filiera, TNT opera rispetto a questa tipologia di stakeholder in maniera proattiva nell'ambito della sensibilizzazione su tematiche relative allo svolgimento delle attività, alle azioni di miglioramento da porre in essere e alla capacità di gestirle in un'ottica sostenibile.

In un anno come quello in oggetto, in cui il prezzo è stato una variabile determinante, la capacità di coniugare l'efficienza operativa ad un elevato livello di qualità del servizio prestato ed erogato si è rivelato un elemento imprescindibile per differenziarsi dai competitor e continuare a garantire la piena soddisfazione del cliente. Per questo motivo il dialogo costante e la condivisione delle nuove esigenze imposte dal mercato sono estremamente importanti.

TNT Express Italy ha da tempo avviato un processo di valutazione dei propri fornitori con la finalità non solo di monitorare le prestazioni erogate nel tempo, ma anche di offrire un riscontro puntuale in termini di possibili aree di sviluppo, in modo da consolidare il rapporto di collaborazione. Il processo ha l'obiettivo di supportare i contractor operativi nel migliorare la qualità del servizio offerto e nel sostenere il loro livello di competitività. La rilevazione delle performance viene effettuata su base mensile in collaborazione con gli stessi fornitori attraverso un sistema di incontri di verifica.

CONTRACTOR DI PICK-UP & DELIVERY E LINEHAUL

Nel 2009 la flotta distributiva di PUD (Pick-Up & Delivery) e quella di Linehaul, imponenti sia per le dimensioni (circa 4.000 mezzi tra PUD e Linehaul) sia per l'impatto ambientale e di sicurezza generato, sono state coinvolte nei progetti qui di seguito riportati, che hanno permesso di coniugare al meglio i requisiti di efficienza con quelli di immagine e qualità del servizio.

Dynamic Planning: a seguito del completamento del progetto Microzone, è stato implementato un tool denominato Dynamic Planning per consentire una gestione "dinamica" del raggio di azione di ogni mezzo che compone la flotta di distribuzione di una Filiale.

Un software sviluppato ad hoc per TNT Express Italy anticipa e gestisce i volumi in arrivo sulle singole Filiali elaborando i dati processati negli Hub. Ne consegue la possibilità di "disegnare" in anticipo la composizione delle flotte per le prese e le consegne con zoom sino al dettaglio della singola strada e con informazioni in tempo reale su ogni spedizione. In termini di risultato

questo progetto ha permesso di concretizzare un significativo vantaggio a livello di efficienza e di gestione delle finestre operative, facilitando una migliore distribuzione dei carichi di lavoro e l'ottimizzazione dei percorsi effettuati dai furgoni. L'Operating Unit italiana è stata inoltre oggetto di best practice relativamente all'implementazione del software che permette di interpretare in modo dinamico la gestione dei volumi e l'assegnazione delle aree di distribuzione di competenza a seconda del livello di spedizioni affidate. Il test svolto nel 2009 nella Filiale di Pisa ha confermato, oltre ad un miglioramento della qualità del servizio, un rilevante incremento della produttività, la diminuzione dei chilometri percorsi e una riduzione delle emissioni di CO₂ pari al 2%.

Ottimizzazione delle tratte: nell'anno in oggetto si è proceduto con l'implementazione del progetto volto a ridurre il numero di chilometri percorsi dai mezzi di Linehaul che collegano nottetempo il network TNT e contribuiscono a massimizzare la saturazione dei mezzi nell'ottica di un ulteriore efficientamento dei carichi.

Rinnovo della flotta: per facilitare il piano di rinnovo dei veicoli e andare incontro alle esigenze dei contractor operativi in un momento economico non particolarmente facile, l'azienda ha continuato a lavorare con le maggiori case costruttrici per la definizione di un sistema di convenzioni che permetta di poter usufruire di vantaggi in termini di acquisto e di assistenza. La categoria dei mezzi pesanti (superiori alle 7,5 tonnellate), oltre al progetto che prevede l'ottimizzazione delle tratte percorse, è stata oggetto di investimenti in termini di ricerca di soluzioni alternative quali, ad esempio, l'implementazione nella flotta degli Short-trailer, mezzi che offrono una maggiore versatilità di utilizzo e un'ottimizzazione dell'uso delle motrici. Questo progetto ha permesso di ridurre l'impatto ambientale generato dai mezzi che operano per conto di TNT Express Italy.

CONTRACTOR DI HANDLING

I contractor di handling forniscono all'azienda personale addetto al carico, allo scarico ed allo smistamento delle merci all'interno degli Hub e delle Filiali. Con le recenti aperture dei due Hub di Piacenza e Milano Mega e l'installazione di macchinari più moderni, i processi operativi sono stati completamente rinnovati ed altamente automatizzati. I nuovi sistemi, condivisi con i partner fornitori, hanno generato un miglioramento dei flussi di lavoro e conseguentemente della qualità del servizio.

QUALIFICAZIONE DEI CONTRACTOR OPERATIVI E CONDIZIONI CONTRATTUALI

I contractor operativi, per poter essere selezionati e contrattualizzati, sono soggetti ad un processo di qualificazione che è orientato a verificare:

- possesso di tutti i requisiti normativi e documentali necessari, in funzione del servizio richiesto
- affidabilità e solidità finanziaria dell'azienda
- presenza sul mercato/esperienze pregresse
- capacità di operare a livello territoriale.

Nel 2009 i processi di qualificazione dei fornitori sono stati rafforzati ed è inoltre stata completata l'attività di standardizzazione dei nuovi contratti stipulati da TNT Express Italy con i propri fornitori (PUD, Linehaul e Handling) formulati sulla base di una serie di elementi chiave:

- definizione di un contratto che preveda il rigoroso rispetto di tutti gli aspetti contributivi e previdenziali previsti dalle normative in merito
- ottemperanza al D.lg. n. 395/2000 nr.161 relativo ai requisiti per lo svolgimento dell'attività di autotrasporto (in vigore dal 2009) i cui punti essenziali riguardano:
 - onorabilità
 - affidabilità e solidità
 - idoneità professionale
- definizione e condivisione di rigorosi parametri di qualità del servizio, da monitorare costantemente
- conoscenza puntuale delle modalità di gestione di prese e consegne e delle procedure TNT
- scrupolosa attenzione all'immagine dei mezzi e dei driver
- rinnovo costante della flotta sulla base dei parametri ISO 14001 con l'obbligo di impiego di automezzi con non più di 5 anni di vita
- comprovata affidabilità
- competitività ed economicità.

A seguito della selezione e contrattualizzazione dei fornitori è previsto un processo di verifica concernente anche l'andamento dei loro volumi di business e che prende in esame i livelli di fatturato, l'affidabilità e la solidità, il rispetto delle clausole contrattuali, al fine di garantire una costante qualità dei fornitori e prevenire situazioni di elevata concentrazione in singole aree o crescite troppo rapide.

CONTENZIOSO

Per quanto riguarda i contractor operativi, nell'anno 2009 sono state registrate in totale 47 nuove controversie, di cui:

- 13 intentate dal personale impiegato dalle società di cooperativa di handling, aventi come oggetto il riconoscimento del lavoro subordinato, sia nei confronti delle società di cooperativa, sia nei confronti dell'azienda in qualità di committente del servizio. Di queste, 5 cause sono state chiuse al 30.06.2010
- 13 controversie intentate dagli autisti delle ditte/ società fornitrici del servizio di Pick-Up & Delivery aventi come oggetto il riconoscimento del lavoro subordinato e delle differenze retributive sia nei confronti delle società di cooperativa, sia nei confronti dell'azienda in qualità di obbligati solidali. Di queste, 3 cause sono state chiuse al 30.06.2010
- al momento non vi sono contenziosi aperti aventi come oggetto il riconoscimento di differenze retributive dovute sulla base delle tariffe a forcella
- 21 controversie riguardanti omissioni contributive accertate dall'INPS nei confronti di addetti di una cooperativa di trasporto sia verso la società cooperativa, sia verso l'azienda in qualità di obbligati solidali. Le cause in oggetto sono ancora aperte.

SENSIBILIZZAZIONE DEI CONTRACTOR OPERATIVI

Il principale contatto tra il cliente e TNT è affidato ai contractor operativi che, letteralmente, trasportano e movimentano il business sviluppato da TNT attraverso il network e le proprie infrastrutture. La reputazione dell'azienda è direttamente collegata al modus operandi e alla correttezza, anche formale, dei propri partner: per questo TNT Express Italy ritiene che un comportamento corretto e responsabile, unito ad un'immagine adeguata, siano elementi di assoluto rilievo. Anche nel 2009 sono state messe in atto una serie di iniziative volte ad aumentare il focus su queste tematiche.

Di seguito quelle più significative:

Programma di Road Safety: l'economia di guida è un elemento fondamentale nell'ambito del programma globale di riduzione delle emissioni di CO₂ Planet me, che valuta l'educazione stradale dei driver rispetto ai temi della guida sicura ed eco-sostenibile una componente essenziale.

Drive me Challenge: da queste premesse e dalla partnership con Fiat Professional, sono nati i due Drive me Day che hanno impegnato 100 driver dei partner TNT in due giornate improntate alla guida sicura ed ecologica, svoltesi presso il Centro ASC di Vairano di Vidigulfo (PV). Le due giornate hanno designato 12 finalisti italiani che a settembre hanno preso parte alla prova finale sul circuito piemontese di Balocco. Questo progetto ha permesso nel corso degli ultimi tre anni di formare 300 driver, il 10% circa della flotta distributiva.

Progetto Guida Sicura: nell'ultima parte del 2009 TNT Express Italy, Autostrade per l'Italia e Polizia Stradale hanno dato vita al Progetto Guida Sicura, un corso di formazione il cui obiettivo è il coinvolgimento progressivo dei 1.000 driver di Linehaul. Il progetto consiste in una lezione teorica in aula sui principali temi della guida sicura ed ecologica esposti da tecnici di Autostrade per l'Italia e dalla Polizia Stradale. Nel corso del 2009 si sono tenuti tre incontri in diverse aree del territorio, cui hanno preso parte circa 150 driver. Ogni incontro si è concluso con un dibattito tra i driver e i relatori. A corredo delle lezioni, il centro ASC di Vairano di Vidigulfo ha messo a disposizione dei driver il "Sim-one", un simulatore di guida che riproduce virtualmente qualunque situazione di guida, esattamente come accade per la formazione dei piloti d'aereo.

Patente a Punti: nel 2009, per assicurare una valutazione oggettiva dei contractor e dei singoli driver, è stato

rafforzato uno strumento già introdotto negli anni precedenti, la cosiddetta Patente a Punti. Si tratta di un rilevatore di qualità, gestito localmente dalle Filiali attraverso un sistema web basato su 18 indicatori chiave relativi all'attività del partner, che assegna mensilmente 200 punti a ciascun driver. In caso di problematiche riscontrate in merito alla qualità del servizio erogato e/o all'immagine, vengono assegnati dei punti penalità per permettere un'autovalutazione oggettiva e attivare, attraverso il confronto, azioni di miglioramento sulla base delle eventuali esigenze manifestate dai clienti. La Patente a Punti si è rivelata un utile strumento per comprendere e mappare in maniera puntuale le aree sulle quali intervenire e verificare la qualità del lavoro svolto.

Magna Carta: è il patto che TNT Express Italy ha stipulato con i propri driver per garantire il più alto livello di qualità possibile, partendo dal rispetto di quelli che sono gli elementi fondamentali della qualità del servizio. Si tratta di semplici principi comportamentali atti a garantire la capacità di relazionarsi con i clienti seguendo gli standard di professionalità e correttezza richiesti da TNT. Dal 2008 i comportamenti non in linea con le aspettative aziendali sono stati posti all'attenzione dei partner autotrasportatori in maniera strutturata. L'attivazione di un processo di segnalazione degli operatori del Customer Service consente di individuare con precisione i comportamenti non conformi e i driver responsabili.

Informazione: nell'ottica del mantenimento di un dialogo costruttivo, anche nel 2009 sono proseguiti alcuni importanti progetti di comunicazione mirata a questa tipologia di partner:

- **Nuovo Manuale Pick-Up & Delivery:** nel corso del 2009 è stata redatta la nuova edizione della Guida al Pick-Up & Delivery, un utile tool per i partner TNT e per i loro driver, dove sono raccolte tutte le informazioni legate al mondo TNT, ai processi operativi e alle modalità di gestione di ogni singola spedizione. Le copie sono state distribuite ai driver durante incontri ad hoc tra i responsabili TNT ed i partner in tutte le Filiali d'Italia.
- **Focus sui Servizi Internazionali:** per garantire la massima focalizzazione dei driver e dei partner TNT sulla gestione dei servizi internazionali, asse portante della strategia di sviluppo di TNT Express Italy per i prossimi anni, sono stati organizzati una serie di incontri ad hoc con i Depot Manager nelle varie Filiali sul territorio nazionale. In tale occasione sono state condivise e discusse modalità e procedure per una corretta gestione delle spedizioni internazionali.
- **Driving TNT:** è proseguita la pubblicazione del magazine interamente dedicato ai driver che operano per conto dei partner TNT. La pubblicazione, con cadenza bimestrale, rappresenta un "unicum" nel settore dei trasporti ed è un canale informativo che consente di mantenere costante, da ormai 5 anni, un dialogo bi-direzionale sempre più apprezzato sia dal target di riferimento, sia dagli altri stakeholder di TNT Express Italy. Oltre a fornire aggiornamenti sull'azienda e su quanto accade nel mondo del trasporto, Driving TNT coinvolge i lettori con un quiz prevalentemente centrato sulla sicurezza stradale e sul rispetto del codice della strada; il crescente risultato in termini di partecipazione conferma il senso di appartenenza di questa categoria di stakeholder.

LAVORIAMO NEL MONDO E PER IL MONDO

Una componente importante della mission di TNT è l'impegno a condividere la responsabilità del mondo in cui opera, che si traduce nella strategia di Corporate responsibility (CR) del Gruppo.

Tale strategia riflette l'impatto delle attività di TNT sugli stakeholder di riferimento e poggia su tre elementi chiave: il coinvolgimento dei dipendenti, l'impegno a ridurre gli effetti ambientali del proprio business e l'attenzione verso le comunità locali.

Da oltre sette anni TNT collabora con il World Food Programme (WFP), la più grande organizzazione umanitaria del mondo, mettendo a disposizione competenze, risorse e supporto logistico per combattere la fame nel mondo e far fronte alle emergenze che si verificano nelle diverse parti del Pianeta, come accaduto nel 2009 in Pakistan, in Indonesia e nelle Filippine.

TNT Express Italy ha fatto proprio l'impegno del Gruppo, attivandosi tramite numerosi progetti volti a sensibilizzare gli stakeholder di riferimento sulle iniziative del WFP, senza tuttavia tralasciare di costruire rapporti costruttivi con enti e associazioni radicati sul territorio nazionale. Si tratta di un modo per esercitare, anche nel tessuto locale, quella forma di cittadinanza d'impresa che porta l'azienda ad essere vicina alle diverse realtà in cui opera, mettendo a disposizione risorse economiche, ma soprattutto il proprio network di contatti e mezzi di comunicazione. In questo modo, si può creare una maggiore consapevolezza e far emergere problematiche oggi prese a cuore da diverse associazioni senza scopo di lucro, che necessitano tuttavia del sostegno del settore privato e dell'intera comunità per ottenere risultati concreti e sostenibili nel tempo.

MOVING THE WORLD

TNT è partner attivo del WFP dal 2002. Nel 2009 il WFP ha fornito cibo a oltre 10 milioni di persone, di cui 59 milioni di bambini, in 77 Paesi. La fame è una piaga enorme e uno dei principali rischi per la salute

mondiale: il numero complessivo di persone sofferenti di malnutrizione è salito nel 2009 a oltre 1.000 milioni. TNT ha sviluppato insieme al WFP un programma conosciuto internamente come Moving the World, che porta benefici ad entrambi i partner: Il WFP riceve sostegno tangibile, know-how e i contributi delle iniziative di raccolta fondi di TNT, la quale a sua volta vede crescere il senso di appartenenza dei propri dipendenti. L'ultima Engagement Survey¹ ha indicato come il 47% dei dipendenti abbia partecipato in qualche modo alla partnership, mettendo a disposizione il proprio tempo, effettuando donazioni o entrambi. Inoltre, il 65% ha dichiarato che la collaborazione con il WFP ha aumentato il proprio orgoglio di far parte di TNT.

L'EVOLUZIONE DELLA PARTNERSHIP

Nel mese di settembre 2007 TNT e il WFP hanno fatto una valutazione del primo lustro della loro collaborazione e si sono impegnati ad estenderla per altri cinque anni, esplorando nuove iniziative finalizzate a creare soluzioni più sostenibili nella lotta alla fame globale.

Contributi al progetto Moving the World (migliaia di €)

Progetti/Iniziative	2009	2008	2007
Contributi tangibili	4.301	5.948	5.650
Fundraising	693	-	-
Nuovi progetti	2.290	1.142	-
Totale	7.285*	7.090	5.650

* Per effetto di pagamenti arretrati di nuovi partner (\$ 1,9 milioni), la spesa effettiva di Moving the World nel 2009 è pari a \$ 5,4 milioni

¹ A tale proposito si veda la sezione "Risorse Umane"

Nel 2009 la spesa totale di Moving the World ammonta a circa € 7,3 milioni. Di questi, € 4,3 milioni sono stati impegnati in risposte alle emergenze, eventi, incarichi, costi di progetti e quote di partnership; € 0,7 milioni sono stati allocati ai progetti di nutrizione nelle scuole (School Feeding) in Cambogia, Gambia, Nicaragua e Tanzania. Complessivamente, sono € 5 milioni i fondi andati a sostegno delle attività legate al WFP. Il denaro speso per nuove iniziative, come il progetto Jatropha in Malawi, totalizza € 2,3 milioni.

I QUATTRO PILASTRI DEL PROGETTO

Le attività che rientrano nel macro-progetto Moving the World si suddividono in 4 aree: Hands-on Support, Awareness and Fundraising, Knowledge Transfer e Transport for Good.

Hands on Support - Emergency Response

TNT mette a disposizione del WFP personale competente in grado di fornire assistenza nelle emergenze umanitarie. La risposta alle richieste avviene nell'arco di 48 ore e fornisce un aiuto concreto in campo aereo, stoccaggio merci, trasporto, reporting e comunicazione. Nell'ambito dell'Emergency Response (ER), nel 2005 è stato formato un gruppo di dipendenti TNT specificatamente addestrato: 225 dipendenti, di cui 25 nel 2009, hanno partecipato finora a 17 missioni. Nel corso del 2009 TNT ha assistito il WFP in 3 situazioni principali:

- in Pakistan ha fornito forza lavoro per le operazioni di stoccaggio in due magazzini gestiti dal WFP per un periodo totale di 6 mesi, dopo che oltre mezzo milione di persone hanno abbandonato le loro case nella regione confinante con l'Afghanistan
- in Indonesia ha trasportato 16 tonnellate di biscotti energetici via aerea da Surabaya a Padang, e 34 tonnellate via camion dopo il terremoto che ha colpito l'area di Padang
- nelle Filippine ha consegnato 200 tonnellate di biscotti energetici con due voli su Manila per la popolazione colpita da due tifoni.

Martedì 12 gennaio 2010 un devastante terremoto ha colpito Haiti, il Paese più povero nell'emisfero occidentale, causando danni immani nella capitale Port-au-Prince e nelle zone limitrofe: migliaia le vittime, centinaia di migliaia i feriti e milioni gli abitanti rimasti senza cibo. L'ufficio TNT sull'isola è stato distrutto e la maggior parte dei dipendenti, seppur incolumi, ha perso la propria casa.

Il WFP ha chiesto il supporto di TNT che, oltre a unire le forze con i provider logistici UPS e Agility per le operazioni di soccorso, ha messo a disposizione la propria flotta aerea, la competenza dell'ER Team e una donazione di € 300.000. Un B747 con 100 tonnellate di biscotti energetici è volato a Miami il 23 gennaio, mentre due membri dell'ER Team sono intervenuti nella Repubblica Dominicana per circa quattro settimane.

Awareness and Fundraising - Walk the World

Quest'area si propone di diffondere la consapevolezza sul problema della fame nel mondo e di raccogliere donazioni a sostegno del progetto School Feeding: due obiettivi che costituiscono da sempre un punto fermo della collaborazione. Nel 2009 Walk the World ha visto le famiglie di dipendenti TNT in marcia in 210 località di 67 Paesi, attraverso 24 fusi orari, per attirare l'attenzione sul problema della malnutrizione infantile: gli oltre 350.000 partecipanti hanno raccolto € 0,8 milioni, che hanno permesso di nutrire 14.000 bambini a scuola per un anno.

Knowledge Transfer - Ottimizzazione dei trasporti

Parte essenziale della partnership, i progetti di ottimizzazione dei trasporti aiutano il WFP a migliorare le rotte e l'efficienza dei trasporti riducendo i carichi di lavoro e i costi. Nel 2009 TNT ha concluso gli studi in Mali ed Etiopia, dove personale specializzato ha analizzato la capacità dei magazzini, l'utilizzo della flotta, le condizioni delle strade e le infrastrutture locali. Nel 2009 TNT ha dato il proprio supporto al Global Vehicle Leasing Programme (GLVP), di base a Dubai, che gestisce il noleggio dei veicoli utilizzati dal WFP in tutto il mondo: TNT ha offerto la propria consulenza su questioni assicurative e sulla gestione efficiente dei reclami.

Transport for Good - Fleet Forum/Jatropha

Fleet Forum

Fleet Forum è un'iniziativa congiunta di: WFP, International Federation of the Red Cross and Red Crescent Societies, World Vision International e TNT. Un'associazione comprendente oltre 40 membri – fra cui NGO, organismi internazionali, le Nazioni Unite, istituzioni accademiche, donor e partner corporate del Fleet Forum – analizza le problematiche relative alle flotte nei Paesi con redditi medi e bassi focalizzandosi su tre aree: azioni umanitarie efficaci ed efficienti, incremento della sicurezza stradale e miglioramento dell'impatto ambientale.

Nel 2009 Fleet Forum ha ricevuto il Prince Michael International Road Safety Award per lo sviluppo e l'implementazione del pilot della Fleet Safety Guide, ed è diventato membro fondante dell'India Road Safety Partnership.

Jatropha

In molti Paesi in via di sviluppo generare un reddito sostenibile nel campo dell'agricoltura è lo strumento più efficace per combattere la fame e diminuire la povertà. In linea con gli obiettivi di Moving the World e con il target di riduzione delle emissioni nocive fissato dal Gruppo, nel 2008 TNT ha lanciato il progetto Jatropha creando una joint venture con un'azienda locale in Malawi, Bio Energy Resources Limited (BERL). I piccoli agricoltori locali ricevono i semi per piantare Jatropha Curcas su terreni improduttivi, ideali per la tipologia di coltivazione. Queste piante forniscono noci che possono essere utilizzate per produrre bio fuel su base sostenibile. I benefici sono molteplici: il raccolto di Jatropha offre ai contadini un reddito ulteriore; il bio fuel, se utilizzato localmente, riduce il bisogno di ricorrere al caro import dall'estero e, poiché genera meno emissioni, giova all'ambiente. Alla fine del 2008 BERL impiegava 80 persone e aveva stipulato contratti con 15.000 agricoltori, erogando loro la necessaria formazione. Questi agricoltori hanno seminato 5 milioni di piante di Jatropha in Malawi, preparandone altri 10 milioni da interrare nel 2010. Nel corso del 2009 diversi partner, fra cui AtosOrigin, PricewaterhouseCoopers e Accenture, si sono uniti al progetto. Akzo Nobel ha supportato la costruzione di una piccola unità per la produzione di bio fuel. Il fondo Daey Ouwens, un programma del Ministero Olandese degli Affari Esteri, ha concesso una cospicua sovvenzione per studiare e sviluppare applicazioni per la fornitura di energia sostenibile alle comunità rurali. Nel 2010 il primo raccolto sarà acquistato e riscosso dai contadini che partecipano al programma.

ALTRI PROGRAMMI SOCIALI DEL GRUPPO

TNT ha dato vita a due fondazioni separate, che fanno leva sulla partnership con il WFP, e ad una collaborazione con World Press Photo.

KIDS MOVING THE WORLD

Questa fondazione si propone di creare consapevolezza sulle tematiche globali fra i bambini delle scuole in Olanda. Creato da TNT con la collaborazione di esperti in pedagogia, il pacchetto Kids Moving the World si articola in tre lezioni e un gioco. Le lezioni insegnano ai bambini i concetti della fame e della povertà che affliggono i loro coetanei nei Paesi in via di sviluppo. Il gioco interattivo incoraggia gli alunni al lavoro di squadra allo scopo di migliorare le condizioni di vita nei Paesi in cui il cibo scarseggia. Agli alunni vengono affidati compiti quali la costruzione di scuole, ospedali e l'introduzione del programma School Feeding.

Lanciato nel 2004, Kids Moving the World ha riscosso successo non solo presso insegnanti e studenti, ma anche tra i dipendenti di TNT, chiamati a svolgere un ruolo di "guida al gioco" per animare le lezioni. Gli insegnanti hanno apprezzato la qualità del contenuto e del formato e l'interattività della componente ludica. Nell'anno scolastico 2008-2009 hanno partecipato 2.800 classi.

NORTH STAR ALLIANCE

North Star Alliance (NSA) è un'organizzazione no-profit, creata nel 2006 dal WFP e TNT, che promuove la salute e il benessere degli autotrasportatori e degli addetti del settore trasporti nell'Africa Sub-Sahariana. A tale scopo, NSA sta realizzando una rete di cliniche della salute (centri benessere) nelle località di confine, nei porti e nelle aree di sosta dei camion lungo i corridoi del trasporto nel continente, dove gli autisti possono agevolmente ricercare servizi medici. Un sistema di passaporto della salute elettronico collega i centri fra loro consentendo alle informazioni mediche di "viaggiare" con i clienti, e a NSA di monitorare le performance di ogni centro gestito localmente. Nel 2009 NSA ha gestito 12 cliniche in 9 Paesi. Il governo olandese ha donato all'organizzazione fondi per € 2,5 milioni su base quinquennale, mentre UNAIDS ha riconosciuto NSA quale "best practice in public-private partnerships".

WORLD PRESS PHOTO

Nel mese di gennaio 2009 TNT ha prolungato di altri tre anni il proprio sostegno a World Press Photo, di cui è sponsor globale dal 2003. L'annuncio è stato dato a Davos in occasione del discorso di Tim Hetherington, vincitore del concorso di fotogiornalismo World Press Photo of the Year 2007.

Scegliendo di estendere il contratto di main sponsor, TNT vuole agevolare il lavoro dei fotoreporter professionisti, ma anche rafforzare internamente il proprio impegno nella CR sottolineando l'importanza della libertà di stampa, contribuendo alla diffusione di immagini che illustrano storie rappresentative delle grandi sfide globali e sostenendo programmi di carattere educativo.

Con circa 70.000 fotografie candidate ogni anno, il concorso fotografico World Press Photo è a tutti gli effetti un rapporto annuale su quanto, di positivo e negativo, accade nel mondo. In più, il Joop Swart Masterclass, rivolto a giovani fotografi di talento agli inizi della carriera, li aiuta a rivestire un ruolo nel portare le comunità a conoscenza su quanto accade nella loro realtà. Iniziative come questa sono in linea con la visione ad ampio raggio di TNT sulla responsabilità d'impresa.

L'IMPEGNO DI TNT EXPRESS ITALY

La Responsabilità d'impresa è un asset rilevante del business di TNT Express Italy, da sempre orientata a sviluppare progetti funzionali alle esigenze manifestate dalle comunità in cui opera. Costante anche la partecipazione alle iniziative del Gruppo, con una particolare attenzione a quelle orientate alla sensibilizzazione delle generazioni future, come il concorso internazionale di disegno Colour the World, ispirato alla partnership con il WFP.

PROGETTO SCHOOL FEEDING

Nel mese di dicembre 2009 un gruppo di dipendenti e Ambassador di TNT Express Italy è stato selezionato per trascorrere alcuni giorni in Gambia e visionare lo stato di avanzamento del progetto School Feeding, rivolto ai bambini che frequentano le scuole in alcuni Paesi gemellati. L'obiettivo del viaggio era anche conoscere in concreto una partnership che dura da anni e comprendere i reali bisogni di una realtà difficile, dove si può fare molto anche con piccole azioni.

La delegazione italiana è stata accolta da Malcolm Duthie, Managing Director WFP in Gambia, e dal Primo Ministro dell'Istruzione ed Educazione Scolastica, il quale ha confermato come la scuola sia uno dei pilastri per lo sviluppo economico-sociale del Paese. Collegando il cibo alla scuola, TNT e il WFP si impegnano a garantire un'adeguata alimentazione ai bambini che frequentano i corsi, i quali, ricevendo pasti bilanciati, salvaguardano la propria salute, partecipano attivamente alle lezioni e apprendono di più.

TNT Express Italy nel 2009, insieme ai colleghi di Francia e Germania, ha contribuito al 58% del totale delle entrate del WFP destinate alla popolazione in Gambia: di queste, il 60% è stato utilizzato per l'acquisto di cibo e il 40% per la costruzione di cucine, pompe e beni infrastrutturali. Dati che invitano a riflettere sul livello di responsabilità che TNT si è assunta verso i bambini e le comunità locali.

ORTOINS(I)EME

Nel corso del 2009 è continuata la collaborazione con Giuseppe Pellegrini, dipendente di TNT molto impegnato all'interno del programma Moving the World fino al 2008, anno in cui ha scelto di intraprendere una nuova strada come educatore. Dopo la conclusione del progetto Ortoins(i)eme, sviluppato nel 2007 con le classi elementari dell'Istituto Comprensivo S. Fruttuoso e dell'Istituto G. Carducci di Genova, il format è stato

proposto a due scuole della Direzione Didattica Parini di Torino aderenti a MUS-E (Musique Europe), progetto multiculturale europeo che contrasta l'emarginazione e il disagio sociale nelle scuole dell'infanzia e primarie promuovendo la valorizzazione delle diversità fra i bambini. I laboratori con le 10 classi elementari coinvolte sono iniziati nel mese di febbraio 2010, con l'obiettivo di far comprendere l'importanza di una corretta alimentazione e creare un ponte concreto con i coetanei africani tramite l'invio di disegni, racconti, testimonianze e semi per gli orti.

TNT EXPRESS ITALY: LE INIZIATIVE DI FUNDRAISING

I PROGETTI IN FAVORE DEL WFP

TNT Express Italy sostiene il WFP attraverso svariate iniziative ed eventi locali di raccolta fondi. Il Trofeo di calcio aziendale, giunto nel 2009 alla sua IV edizione, è una manifestazione da sempre legata al WFP che coinvolge dipendenti TNT, amici e famigliari all'insegna del binomio sport-solidarietà. Rispetto alle precedenti edizioni, nell'anno in oggetto, si è scelto di devolvere l'80% dei fondi raccolti tramite il Trofeo ai colleghi e ai partner autotrasportatori colpiti dal terremoto de L'Aquila, mentre il restante 20%, corrispondente a € 2.200, è stato donato al WFP.

Altro evento consolidato è la Master Cup, il torneo di calcio rivolto al mondo delle imprese che mette in risalto i valori dello sport, ma anche l'amicizia e la solidarietà. TNT Express Italy è corriere ufficiale dell'edizione 2009-2010 cui ha trasmesso il legame con il WFP. L'elemento solidale è parte integrante del Trofeo già da due anni, tanto da essere inserito in alcuni punti del regolamento legati al rispetto del Fair Play e della lealtà sportiva, capaci di sovvertire i verdetti del campo. Nel 2009 i fondi raccolti hanno permesso di nutrire e istruire 200 bambini per un anno in alcune delle aree più disagiate del mondo.

Donazioni a favore del WFP (euro)

Progetti/Iniziative	2009	2008	2007
Torneo di Calcio TNT	2.200	32.000	42.000
Walk the World	-	-	30.022
Iniziative per i dipendenti	30.219	42.508	37.186
Varie	18.313	23.205	13.879
Totale	50.732	97.713	123.087

Emergency Response in Italia

TNT Express Italy è stata cittadina attiva nella risposta al sisma che il 6 aprile 2009 ha colpito L'Aquila e le zone limitrofe. Oltre alla raccolta e all'invio del materiale di primo soccorso segnalato dalla Protezione Civile e al trasporto degli aiuti alla popolazione, sono state attivate numerose iniziative. Tanti dipendenti hanno deciso di devolvere ore di lavoro, ferie e ROL (€ 38.850 la somma raccolta) oppure di appoggiarsi al conto di solidarietà aperto per l'occasione, sul quale sono confluite le donazioni giunte anche da TNT Olanda, Benelux, Gran Bretagna e dalla community Young TNT (€ 9.757

raccolti). Il IV Trofeo di calcio aziendale ha devoluto l'80% dei fondi raccolti (€ 10.891) grazie alla formula solidale e ai progetti organizzati dalle squadre in gara. Due dipendenti, Tommaso Tesone di Napoli e Rachele Odello di Pisa, si sono recati come volontari in Abruzzo e per settimane sono stati coinvolti in prima linea nelle tendopoli. Materiale per le tendopoli è arrivato persino dai colleghi francesi, mentre 70 aziende clienti hanno scelto di affidare a TNT Express Italy beni e materiali da far pervenire alle zone terremotate. TNT Express Italy è intervenuta anche a seguito del terremoto che il 1° ottobre ha colpito la città di Messina, raccogliendo e spedendo presso la Filiale locale il materiale richiesto dalla Protezione Civile, e convogliando le donazioni sul conto corrente intestato a Fondazione Bonino Pulejo e Gazzetta del Sud, segnalato a livello locale. Alcuni dipendenti e partner autotrasportatori si sono inoltre adoperati personalmente per far giungere gli aiuti alla popolazione in difficoltà.

ALTRE INIZIATIVE A CARATTERE LOCALE

Il 4 aprile 2009 si è svolto a Settimo Torinese (TO) il III Memorial Paola Giordano in ricordo della giovane dipendente scomparsa due anni fa in un incidente stradale. Grazie ai proventi dell'iscrizione al torneo di calcio e alle donazioni, sono stati raccolti € 1.900 (€ 2.100 nel 2008), devoluti al mantenimento della scuola per figli di lebbrosi costruita ad Addis Abeba dai genitori di Paola, in suo ricordo, e già perfettamente funzionale.

Nel corso dell'anno si sono svolti diversi TNT Day a sfondo benefico. Oltre a rappresentare un piacevole momento di aggregazione fra dipendenti al di fuori del contesto lavorativo, questa tipologia di evento è stata caratterizzata dalla promozione di raccolte fondi a sostegno di progetti rivolti all'infanzia, quali le adozioni a distanza tramite l'organizzazione umanitaria Action Aid International onlus.

Nei mesi di novembre e dicembre 2009, erogando un contributo pari a € 300, TNT Express Italy ha sostenuto due eventi culturali a sfondo benefico: il primo organizzato dall'Associazione Kons onlus in favore dell'Ambulatorio Bambi dell'Ospedale Infantile Regina Margherita di Torino, dedicato ai bambini vittime di abuso e maltrattamento; il secondo promosso da META onlus per le Malattie Metaboliche Ereditarie del Piemonte e Valle d'Aosta.

A dicembre si è rinnovata l'iniziativa Babbo Natale

negli Ospedali, che si svolge ogni anno in prossimità delle festività natalizie. I 40 dipendenti coinvolti hanno visitato 22 fra case di accoglienza e reparti pediatrici degli ospedali, portando piccoli giochi e un sorriso a 779 bambini.

Prosegue anche la convenzione con Giglio onlus a sostegno del progetto La Casa del Giglio, volto a diffondere le iniziative dell'associazione e raccogliere fondi per l'affitto di alloggi ad uso gratuito per i genitori dei bambini ricoverati all'Ospedale Regina Margherita di Torino. Nel 2009 sono stati raccolti € 3.615 (€ 1.601 nel 2008, € 4.060 nel 2007).

Tutte queste iniziative, insieme alle storie di solidarietà segnalate dai dipendenti, sono diffuse internamente tramite il sito intranet in una sezione dedicata alla responsabilità d'impresa in cui l'azienda dà visibilità ai progetti ormai consolidati, alle nuove proposte e alle segnalazioni dei dipendenti.

NETWORKING: RELAZIONI CON LE ASSOCIAZIONI

CITTADINANZATTIVA

Nel 2009 si è rinnovata per il quinto anno consecutivo, con la campagna *Imparare Sicuri*, la partnership fra TNT e Cittadinanzattiva onlus, rientrando in un percorso di cittadinanza d'impresa nato dalla consapevolezza condivisa che la cura di beni comuni, come quello rappresentato dalla scuola, coinvolga sia i soggetti imprenditoriali sia i diversi attori sociali ed istituzionali. La campagna nazionale d'informazione *Imparare Sicuri* si propone di contribuire alla messa in sicurezza delle scuole italiane, lavorare per il radicamento della cultura della salute tra i più giovani e creare collegamenti tra le scuole e il territorio per la gestione comune dei rischi. L'edizione 2009 si è svolta secondo le seguenti fasi:

- monitoraggio di un campione di edifici scolastici (106, rappresentativi di 11 regioni: Piemonte, Liguria, Marche, Lazio, Abruzzo, Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia, Sardegna), con relativa formazione di 250 persone. I dati sono stati resi noti attraverso il VII rapporto nazionale su "Sicurezza, qualità e comfort a scuola" presentato a Roma il 17 settembre, in concomitanza con la ripresa delle scuole
- VII Giornata Nazionale della Sicurezza nelle Scuole, svoltasi il 25 novembre 2009. TNT Express Italy ha distribuito gli appositi kit didattici in 5.124 scuole di 11 regioni (1.292 città di cui 106 capoluoghi di provincia), con il coinvolgimento di oltre 1 milione di studenti.

Per maggiori informazioni: www.cittadinanzattiva.it

10 X 10 CHALLENGE

Il progetto 10x10 nasce alla fine del 2007 su impulso della rivista *Quattroruote*, che riunisce 10 grandi aziende impegnandole a ridurre del 10% le emissioni di CO₂ delle loro flotte di veicoli nell'ottica di un uso responsabile e sostenibile dei mezzi di trasporto. Si tratta di un obiettivo realistico e perseguibile, e TNT Express Italy aderisce subito, attivandosi per sviluppare piani di supporto al raggiungimento del target e partecipando attivamente a workshop e seminari per la condivisione di best practice e l'implementazione del progetto.

L'iniziativa vede aggregarsi nel giro di pochi mesi altre aziende: il numero di partecipanti giunge a 33, ma è in continua crescita. La flotta di veicoli coinvolti si avvicina a quota 63.000, per un totale di chilometri

percorsi superiore a un miliardo annuo e di emissioni di CO₂ superiori a 220.000 tonnellate annue. Un taglio del 10% di questo valore può avere un impatto significativo sull'ambiente.

Per maggiori informazioni: www.quattroruote.it/eco10x10

SODALITAS

Sodalitas è una fondazione nata nel 1995 con la finalità di far crescere la cultura della Responsabilità d'impresa in Italia. Impegnata nella realizzazione di un legame tra mondo imprenditoriale e settore no-profit sotto il comune impegno in favore della collettività, oggi Sodalitas è sostenuta da 75 imprese. TNT Express Italy è partner da anni con l'obiettivo di condividere esperienze tra le aziende attive nell'ambito della promozione della CR e diffondere tale cultura tra le diverse categorie di stakeholder.

Per maggiori informazioni: www.sodalitas.it

ALTIS – ALTA SCUOLA IMPRESA E SOCIETÀ

Realizzato in collaborazione con l'Istituto per i Valori d'Impresa (ISVI), ALTIS è il network di riferimento in Italia per i CR Manager. La sua mission è promuovere la possibilità di conciliare competitività e responsabilità d'impresa, lo sviluppo di imprenditori e manager, il buon governo delle imprese e l'interazione tra profit e no profit. Attraverso ricerche, corsi di formazione, progetti e rapporti con le imprese, ALTIS dà vita a un tavolo di lavoro in cui gli operatori possono confrontare analiticamente le proprie esperienze, identificare le vie di miglioramento e innovazione e conoscere le esperienze più evolute in Italia e all'estero. TNT Express Italy è entrata a far parte del network al momento della sua creazione e partecipa attivamente alle iniziative per la diffusione di una cultura del management responsabile.

Per maggiori informazioni: <http://altis.unicatt.it>

FONDAZIONE BANCA EUROPA

Prosegue la partnership fra TNT e la Fondazione Banca Europa di Milano attivata nel 2008, quando l'attuale Amministratore Delegato prese parte alla trilogia di incontri dal titolo "Manifesto contro il declino per il nuovo governo". Nell'anno in oggetto è stato pubblicato un libro a cura della Fondazione, "Etica anticrisi", con gli interventi dei relatori intervenuti.

Nel 2009 TNT Express Italy ha scelto di sostenere il nuovo ciclo di incontri della Fondazione, incentrati sul tema "Giovani e Futuro" e svoltisi tra maggio e giugno 2010, con la partecipazione attiva dell'Amministratore Delegato Rosario Ambrosino.

LE INIZIATIVE DI FUNDRAISING

FONDAZIONE THEODORA

Dal 2008 TNT promuove le azioni della Fondazione Theodora onlus, che aiuta i piccoli malati e le loro famiglie ad affrontare la difficile prova del ricovero. I Dottor Sogni, professionisti competenti, collaborano con medici e infermieri offrendo il supporto agli ospedali e ai reparti pediatrici in Italia a titolo gratuito.

Nel 2009 TNT ha raccolto € 2.115 a favore della Fondazione, diffondendone i progetti fra i dipendenti, mentre € 5.000 sono stati donati direttamente dall'azienda a sostegno delle attività di Theodora onlus, che ogni anno aiuta oltre 24.000 bambini in Italia.

Per maggiori informazioni: <http://theodora.it>

FONDAZIONE "AIUTARE I BAMBINI"

Nel 2009 TNT ha scelto di donare l'importo in passato destinato ai regali natalizi per i clienti alla Fondazione "aiutare i bambini" a sostegno del progetto "Un nido per ogni bambino", che si prefigge di attivare 50 fra asili nido e spazi gioco su tutto il territorio nazionale entro il 2011. Con il proprio contributo, pari a € 10.000, TNT Express Italy si propone di concorrere alla risoluzione del problema degli asili nido in Italia, frequentati solo da 1 bambino su 10. Troppo pochi rispetto al parametro fissato dall'Unione Europea: 33% di ricettività dei bambini da 0 a 3 anni entro il 2010.

Alla fine del 2009 gli spazi avviati dalla Fondazione erano 25. TNT Express Italy si è impegnata a sostenere altre 3 strutture situate lungo il territorio nazionale: nello specifico, a Casale Monferrato (AL), Roma e Palermo.

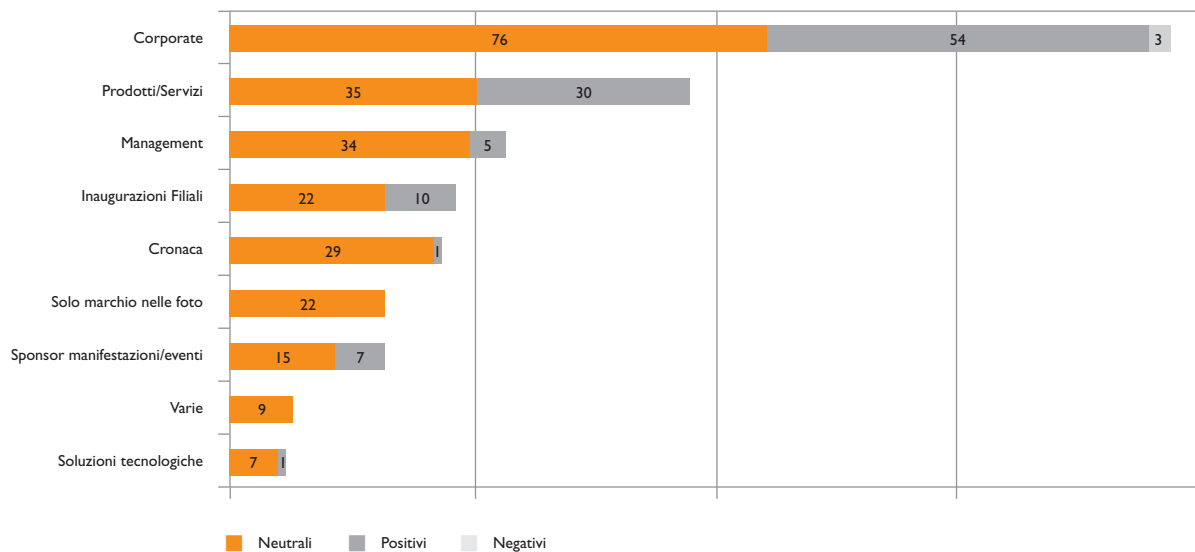
Per maggiori informazioni: www.aiutareibambini.it

I RAPPORTI CON I MEDIA

I rapporti con i media, in carico all'Ufficio Stampa, sono gestiti sulla base di criteri quali trasparenza, chiarezza e tempestività nell'ottica di assicurare coerenza e puntualità nella veicolazione delle informazioni rivolte esternamente all'azienda. Sul sito www.tnt.it è possibile consultare i comunicati stampa e reperire informazioni e notizie corporate sempre aggiornate.

Nel 2009 la valutazione periodica relativa a quantità e qualità delle informazioni inerenti TNT pubblicate dai media è stata nuovamente affidata ad una società leader nel settore della Media Intelligence. Tale monitoraggio consente di valutare il trend dei flussi informativi e definire azioni ad hoc sui key message di riferimento. Nell'anno in oggetto sono stati presi in esame 360 articoli relativi a TNT Express Italy, i cui argomenti sono indicati di seguito.

Suddivisione articoli per argomento*



* La base di monitoraggio è costituita dalle principali testate quotidiane e periodiche nazionali, regionali e locali, dalle agenzie di stampa e dalle riviste specializzate

Rispetto al 2008, quando le problematiche sviluppatesi nella prima parte dell'anno nell'area di Padova conseguentemente alla variazione d'appalto della cooperativa di handling avevano avuto ampio risalto sui media locali, determinando un incremento degli item negativi prima della risoluzione della controversia, nel corso del 2009 non si sono praticamente registrate criticità.



Raggiungimento obiettivi 2009

	Azione	Progress
Corporate responsibility	Creazione di un comitato sulla Corporate responsibility	To do Il progetto è stato posticipato al 2011 per esigenze di carattere organizzativo
Risorse Umane	Elaborazione di progetti di recognition sia dal punto di vista della performance sia dei comportamenti attraverso iniziative dedicate	Done Attivata un'iniziativa specifica ispirata al pay-off "Sure we can" volta a dare risalto al tema del riconoscimento delle prestazioni
	Lancio di iniziative volte ad incrementare il senso di appartenenza e di engagement	Done Sempre nell'ambito dell'attenzione verso le persone sono stati organizzati i Family Day, il cui principale obiettivo è quello di coinvolgere le famiglie dei dipendenti nelle iniziative sociali dell'azienda
	Razionalizzazione di tutta l'offerta formativa e creazione di Training Plan a livello di Operating Unit	Done Strutturati corsi di formazione nell'ambito del programma in questione
	Attivazione di un sistema maggiormente informatizzato per la gestione delle vacancy interne finalizzato a migliorare l'efficienza del processo	Done Per facilitare il processo è stato rivisto il sistema di gestione delle vacancy interne di TNT Express Italy
Health & Safety (Salute e Sicurezza)	Consolidamento dei target stabiliti e della gestione del sistema in essere	Done Sono state mantenute tutte le azioni in essere per garantire la gestione del sistema
	Attuazione di misure specifiche in grado di garantire il completo adeguamento al Decreto Legislativo 81/08	Done In ottemperanza al decreto in oggetto è stato implementato il nuovo DVR (Documento Valutazione Rischi)
Clienti	A fronte del lancio di un portafoglio integrato (Global e SpS) avvenuto nel 2008 l'obiettivo è quello di consolidare l'offerta ai clienti	Done Completato il processo di integrazione del portafoglio prodotti
	Diffusione del messaggio dei valori legati al brand agli stakeholder di riferimento	Done Lanciata una campagna di advertising che ha visto il coinvolgimento di 3 clienti top volta a rafforzare la brand reputation di TNT Express Italy
	Ulteriore miglioramento della qualità dei Livelli di Servizio diventando il punto di riferimento all'interno della Region	Done L'obiettivo è stato pienamente raggiunto

	Azione	Progress
Fornitori	Invio ai principali fornitori di lettere di intenti sulla base dei principi dichiarati da TNT Express Italy	Done Sono state effettuate le azioni previste
	Completamento del piano di analisi e verifica dei propri fornitori	Done Il piano è stato rispettato secondo le previsioni
Ambiente	Installazione di pannelli fotovoltaici in Filiali pilota	Done Effettuato il test pilota nella Filiale di Lodi

Impegni per il futuro

Aree di impegno	Azione
Corporate responsibility	Rafforzare il processo di dialogo e di coinvolgimento multistakeholder
Risorse Umane	Attivare progetti volti a confrontarsi con il mercato sulle politiche di gestione delle risorse umane
	Lanciare la nuova Engagement Survey rivolta a tutti i dipendenti
	Instaurare un dialogo strutturato con Università ed Enti per il reclutamento di giovani talenti
	Implementare il sistema SAP per la gestione del personale
	Effettuare corsi di formazione dedicata al progetto del Common System per la gestione integrata dei sistemi in uso
Health & Safety (Salute e Sicurezza)	Conformarsi all'entrata in vigore di nuovi rischi previsti dal D.lgs 81/08
	Consolidare la politica di riduzione degli infortuni e incidenti stradali
	Incrementare il livello di consapevolezza e gestione della salute e prevenzione nelle Filiali (target: 92%)
Clienti	Implementare i servizi accessori
	Lancio dei prodotti green
	Realizzare la Sales Value Proposition, la dichiarazione sul valore aggiunto che TNT Express Italy è in grado di offrire ai clienti attraverso i propri servizi
Fornitori	Attivare un processo di centralizzazione degli acquisti per garantire una maggiore efficienza e trasparenza nella gestione
	Continuare il percorso di sensibilizzazione dei contractor operativi intrapreso rispetto alla guida sicura
Ambiente	Strutturare un piano a 360° per la riduzione delle emissioni di CO ₂



RELAZIONE INDIPENDENTE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2009

Al Consiglio di Amministrazione di
TNT Global Express SpA

- 1 Abbiamo effettuato la revisione limitata del bilancio di sostenibilità di TNT Global Express SpA (di seguito anche TNT Express Italy) relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2009 (di seguito il "Bilancio") effettuando le procedure di verifica sinteticamente descritte al paragrafo 2 della presente relazione. La responsabilità della redazione del Bilancio in conformità alle "Linee guida per il reporting di sostenibilità" versione 3.0 emesse dal Global Reporting Initiative, come descritto nel paragrafo "Metodologia e approccio" del Bilancio, compete agli amministratori di TNT Global Express SpA, così come la definizione degli obiettivi in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base al lavoro svolto.
- 2 Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (ISAE 3000), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board. Tale principio richiede il rispetto di principi etici applicabili ("Code of Ethics for Professional Accountants"), compresi quelli in materia di indipendenza, e che la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro siano finalizzati ad acquisire una limitata sicurezza, rispetto ad una revisione completa, che il Bilancio non contenga errori significativi. Un incarico di revisione limitata sul bilancio di sostenibilità consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio di sostenibilità, nell'analisi del bilancio di sostenibilità e in altre procedure volte all'acquisizione di evidenze probative ritenute utili. Le procedure effettuate sul Bilancio sono riepilogate di seguito:
 - a) comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico e finanziario riportati nel Bilancio e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2009. Relativamente a tali dati e informazioni, nello svolgimento delle nostre verifiche abbiamo fatto riferimento alla relazione sul bilancio d'esercizio emessa dal Collegio Sindacale in data 15 aprile 2010;
 - b) analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
 - incontri e discussioni con i delegati delle Direzioni di TNT Express Italy selezionati in base a un'analisi del rischio basata su considerazioni qualitative e quantitative, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Bilancio, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio;

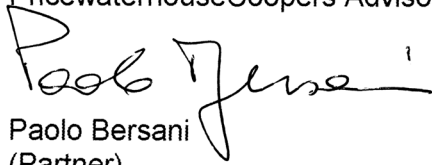
- c) analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, per ottenere evidenza dei processi in atto e conferma dell'attendibilità e del corretto trattamento dei dati e delle informazioni acquisiti attraverso gli incontri e le discussioni;
- d) analisi della completezza e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo 1 della presente relazione;
- e) ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di TNT Global Express SpA, sulla conformità del Bilancio alle linee guida indicate nel paragrafo 1, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo l'ISAE 3000 e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di una revisione completa.

- 3 Sulla base di quanto svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio di sostenibilità di TNT Global Express SpA al 31 dicembre 2009 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle "Linee guida per il reporting di sostenibilità" versione 3.0 emesse dal Global Reporting Initiative livello di applicazione B+, come descritto nel paragrafo "Metodologia e approccio " del Bilancio.

Torino, 9 settembre 2010

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA



Paolo Bersani
(Partner)

GRI Context Index

Prospetto degli indicatori		
Codice GRI	Descrizione	Pagine
1.1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	3
1.2	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità	17-18
2.1	Nome dell'organizzazione	4-17
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	10-11
2.3	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando anche principali divisioni, aziende operative, controllate e joint venture	8-9
2.4	Luogo dove ha sede il quartier generale dell'organizzazione	17
2.5	Numero di Paesi nei quali opera l'organizzazione, nome dei Paesi nei quali l'organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel report	12-43-44
2.6	Assetto proprietario e forma legale	17
2.7	Mercati serviti (includendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)	9
2.8	Dimensione dell'organizzazione	8
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	17
2.10	Premi/riconoscimenti ricevuti nel periodo di rendicontazione	NA
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite (ad es. esercizio fiscale, anno solare)	4
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	16
3.3	Periodicità di rendicontazione	5
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e sui suoi contenuti	5
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report inclusi: – determinazione della materialità – priorità degli argomenti all'interno del report – individuazione degli stakeholder cui è rivolto il report	4-15
3.6	Perimetro del report (Paesi, strutture, joint venture, fornitori, ecc.)	4
3.7	Dichiarazione di qualsiasi specifica limitazione dell'obiettivo o del perimetro del report	4
3.8	Informazioni relative a joint venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing e altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o organizzazioni	17
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo, incluse assunzioni e tecniche sottostanti di stima applicate al calcolo degli indicatori e alla compilazione delle altre informazioni del report	4
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	5
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	5

Prospetto degli indicatori		
Codice GRI	Descrizione	Pagine
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report che riporti il numero di pagina o del sito Internet di ogni sezione	74-75-76-77
3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del report	5
4.1	Struttura dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo, responsabili di specifici compiti come la definizione della strategia o il controllo organizzativo	8-9
4.2	Indicare se il presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo	17
4.3	Numero dei componenti che sono indipendenti e non esecutivi negli organi di governo	17
4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	18-19
4.5	Legame tra compensi degli Amministratori, Senior Manager ed Executive (inclusa la buona uscita) e performance dell'organizzazione (inclusa la performance sociale e ambientale)	ND
4.6	Attività in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interessi	ND
4.7	Processi per la determinazione delle qualifiche e competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia dell'organizzazione in funzione degli aspetti economici, ambientali e sociali	ND
4.8	Mission, valori, codici di condotta, principi rilevanti per le performance economiche, sociali e ambientali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	ND
4.9	Procedure del più alto organo di governo per controllare le modalità di identificazione e gestione delle performance economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione, includendo i rischi e le opportunità rilevanti e la conformità agli standard internazionali, ai codici di condotta e ai principi dichiarati (includere la frequenza con cui il più alto organo di governo verifica le performance di sostenibilità)	8-13
4.10	Processi per valutare le performance dei componenti del più alto organo di governo, in particolare in funzione delle performance economiche, ambientali e sociali	ND
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	ND
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/ associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	18
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e internazionali	64
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	15
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	15
4.16	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	14-15
4.17	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse	48

GRI Contex Index

Indicatori di Performance		
Codice GRI	Descrizione	Pagine
DMA-EC		20
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione	21
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi/opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	ND
EC3	Copertura degli obblighi assunti di definizione del piano pensionistico	ND
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	ND
EC6	Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	53
DMA-LA		32
LA1	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo contratto e distribuzione territoriale	34
LA2	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica	35
LA4	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	37
LA5	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative (cambiamenti organizzativi), specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva	ND
LA6	Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato per la salute e la sicurezza, composto da rappresentanti della direzione e dei lavoratori, istituito al fine di controllare e fornire consigli sui programmi per la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori	ND
LA7	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica	38-39
LA8	Programmi di educazione, formazione, consulenza prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità relativamente a disturbi o malattie gravi	ND
LA9	Accordi formali con i sindacati relativi alla salute e sicurezza	ND
LA10	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categorie di lavoratori	ND
LA11	Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale delle proprie carriere	36
LA12	Percentuale dei dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	35
LA13	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	17
LA14	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria	36

Indicatori di Performance		
Codice GRI	Descrizione	Pagine
DMA-EN		24
EN3	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte	31
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	28-29
EN5	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	28-29-31
EN6	Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico come risultato di queste iniziative	26-27
EN22	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	31
EN24	Peso dei rifiuti classificati come pericolosi in base alla convenzione di Basilea che sono trasportati, importati, esportati o trattati e loro percentuale trasportata all'estero	ND
EN26	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto	26-27-28-29
EN28	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	Non sono state registrate sanzioni
DMA-HR		34
HR4	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	34
DMA-SO		17
SO1	Natura, obiettivo ed efficacia di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni su una determinata comunità, incluse le fasi di inizio attività, di operatività e di dismissione	ND
SO2	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione	17
SO3	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione dell'organizzazione	ND
DMA-PR		42
PR5	Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	48
PR8	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	Non sono state rilevate segnalazioni

Report Application Levels

2002 In Accordance		C	C+	B	B+	A	A+
Mandatory	Self Declared						
	Third Party Checked						
	GRI Checked						
			Report Externally Assured		Report Externally Assured		
				Report Externally Assured			

TNT Global Express S.p.A.

(Ragione Sociale dell'Operating Unit italiana TNT Express Italy)

Direzione Generale e Sede Legale

Corso Lombardia 63

10099 – San Mauro T.se (TO)

Tel. 011 2226111

Dati Legali

Reg. Imprese e C.F. 01273040129

P.IVA IT 09399880153

R.E.A. TO720698

I.A.T.A. 3847249

Capitale Sociale: Euro 16.800.000

Progetto e coordinamento editoriale

Servizio Comunicazione & CR

Progetto grafico e impaginazione

Grafica Editoriale s.a.s.

Richieste e suggerimenti possono essere indirizzati a: cs:italy@tntitaly.it